



LQ-0021. COMPETITIVIDAD Y GERENCIA EMPRESARIAL
II Semestre, 2019

Datos Generales

Sigla: LQ-0021

Nombre del curso: Competitividad y Gerencia Empresarial

Tipo de curso: Semestral

Número de créditos: 3

Número de horas semanales presenciales: 3 horas

Número de horas semanales de trabajo independiente del estudiante: 6 horas

Requisitos: LQ-0017

Correquisitos: No tiene

Ubicación en el plan de estudio: X ciclo

Horario de consulta: Sábado, 8 a 9 y 12 a 13 horas

Horario del curso: Sábado, 9:00 – 12:00

Datos del Profesor

Nombre: Lic. Alexánder Mata Barboza, MBA

Teléfono: 88751785

Correo Electrónico: mafetay@gmail.com

1. Descripción del curso:

Está orientado a fomentar en el estudiante su vocación gerencial y el interés en ejercer la dirección general de empresas o de áreas funcionales de empresas y organizaciones, así como fomentar el espíritu emprendedor.

Se estudiarán los más modernos conceptos de la gestión gerencial, profundizando su formación en macroeconomía, mercadeo, finanzas y planeamiento estratégico; con ejemplos de nuestra realidad y casos de estudio, resolución de problemas, investigaciones de campo, aplicaciones informáticas y prácticas laborales en empresas directamente relacionadas con la carrera.

2. Objetivos Generales:

- Desarrollar en el estudiante habilidades de emprendimiento, pensamiento crítico, liderazgo y toma de decisiones, así como las actitudes y valores necesarios para enfrentar las exigencias del dinámico, globalizado y altamente competitivo mundo actual de los negocios. De una manera general, aprender



a manejar la complejidad que implica el proceso de creación, innovación y sostenibilidad, a partir de las oportunidades de negocio que se conciben.

- Brindar los conocimientos de la Gestión Gerencial en los campos macroeconómicos, de mercados, financieros, planeamiento estratégico y control gerencial, aplicables a la gestión de una empresa u organización.

3. Objetivos específicos:

- Aprender a gestionar los recursos de la empresa para crear valor para la sociedad.
- Aprender los aspectos fundamentales del mercado empresarial costarricense y los mercados globales, usando como ejemplo el análisis macroeconómico del Estado de la Nación.
- Evaluar indicadores económicos, como una forma de reconocer el entorno empresarial.
- Estudiar la situación actual de las PYMES, en el ámbito nacional y regional, como soporte para la aplicación de herramientas gerenciales que permitan el desarrollo de un proyecto innovador.
- Integrar y dar sentido al esfuerzo de la organización, reconociendo las necesidades de los clientes y generando beneficios para la empresa.
- Adquirir conocimientos para desarrollar un pensamiento flexible orientado a la innovación y el cambio.
- Aplicar el planeamiento y visión gerencial, para la formulación de planes estratégicos empresariales, por medio del desarrollo de un proyecto de emprendimiento.
- Desarrollar fundamentos del marketing y su evolución en la economía de la información.
- Aplicar conceptos de la administración financiera de una empresa, interpretando claramente estados financieros y los principales indicadores financieros.
- Generar habilidades para el control y dirección empresarial, necesarios para liderar una empresa pequeña o mediana, a desarrollar como un proyecto de innovación.

4. Contenidos:

SESIÓN 1. Programa de curso, empresas, formación de grupos e introducción.

SESIONES 2 ,3 y 4. Repaso general y nivelación de aspectos conceptuales de la Administración, según lo visto en el curso de Administración General, que cada estudiante llevó en el grado académico de Bachillerato.

SESIONES 5, 6 y 7. Macroeconomía-Costa Rica: Una perspectiva macroeconómica y social del sector productivo nacional y de su recurso humano

- Fundamentos de balanza comercial: Exports & Imports - Costa Rica.
- Composición del parque empresarial y su aporte al PIB. Análisis de MIPYMES y su aporte al empleo.
- Competitividad nacional y el Índice de Desarrollo Humano País –IDH- y de los cantones de Occidente.
- Atracción de inversión extranjera directa y los encadenamientos empresariales.
- Países latinoamericanos y su posición estratégica para hacer negocios.
- Estudio de casos.



SESIÓN 8. Proyecto de emprendimiento

- Modelo de desarrollo de un proyecto de emprendimiento.
- Herramientas gerenciales, liderazgo e innovación.
- Análisis de Casos y aplicaciones.
- Estudios de casos en empresas, por parte de los estudiantes.

SESIONES 9 y 10. Gestión de la innovación como elemento de la competitividad empresarial

- La innovación como elemento de competitividad.
- El ciclo de un producto y su relación con la innovación.
- Liderazgo para la motivación y gestión de la innovación.
- Indicadores de innovación empresarial.
- CASO PARA RESOLVER EN GRUPO:

SESIÓN 11. Estrategia y ejecución

- Cómo reducir la distancia entre visión y acción.
- Desarrollo de un proyecto de emprendimiento.

SESIONES 12 y 13. La gerencia financiera y su papel en la estrategia empresarial

- Conocimiento e interpretación de los estados financieros de la empresa.
 - Diagnóstico financiero básico.
 - Razones financieras para medir el desempeño de una empresa.
 - Métodos de costeo. Costos Directos e indirectos. Costos Fijos y costos variables. Costeo ABC.
- EJERCICIOS PRÁCTICOS:

SESIONES 14 y 15. El marketing del siglo XXI

- El marketing en la economía de la información.
- Los mercados globales y el mercadeo.
- La conducta del consumidor, hábitos de uso y hábitos de consumo.
- La segmentación de mercados.
- Los sistemas de información para el mercadeo.
- EJERCICIOS PRÁCTICOS

SESIÓN 16. Exposición de trabajos de grupo finales.

5. Metodología:

Se desarrollan los diferentes temas a través de exposiciones, análisis de casos y trabajos prácticos, los cuales serán presentados tanto por el profesor como por los estudiantes, de acuerdo a los grupos formados y a la asignación de trabajos de campo o investigación, que se realice al inicio.

Los estudiantes complementan el contenido del curso, con un proyecto de desarrollo de una empresa generadora de un bien o servicio. Se pedirán avances escritos y orales, de acuerdo al desarrollo del



proyecto, por lo que el porcentaje de evaluación indicado para el trabajo de investigación, estará conformado por las notas de: ante-proyecto, primer avance, informe final y presentación oral.

6. Evaluación:

<i>Descripción</i>	<i>Porcentaje</i>
Parciales (3, individuales)	30%
Temas cortos y exposición (3, en grupo)	15%
Elaboración y presentación de casos (2, en grupo)	10%
Tareas (2, en grupo)	10%
Exposiciones (ante-proyecto, avance, informe final y presentación)	20%
Informe escrito del trabajo de investigación, en grupo	15%

Consideraciones sobre la evaluación: Ver detalle en documento al final de esta carta al estudiante.

7. Cronograma: 17 de Agosto – 14 de Diciembre / 2019

Semana	Actividades
1. 17/Ago	Sesión 1. Programa, empresas, actualización y grupos de trabajo.
2. 24/Ago	Sesión 2 y 3. Repaso general de la Administración.
3. 31/Ago	Sesión 4 y 5. Nivelación: conceptos de administración. Macroeconomía en CR.
4. 07/Set	Sesión 6 y 7. Macroeconomía en Costa Rica. T1.
5. 14/Set	Trabajo de grupos, preparación de anteproyecto.
6. 21/Set	Sesión 8. Proyectos de emprendimiento. TC1. Exposición ante-proyecto.
7. 28/Set	Preparación de avance del proyecto. Trabajo en campo.
8. 05/Oct	Examen Parcial 1.
9. 12/Oct	Feriado
10. 19/Oct	Sesión 9 y 10. Gestión de la innovación. Competitividad empresarial. T2.
11. 26/Oct	Sesión 11. Estrategia y ejecución. Presentación Caso 1. TC2.
12. 02/Nov	Sesión 12 y 13. Gerencia financiera y estrategia empresarial. Examen Parcial 2.
13. 09/Nov	Avance del proyecto. Trabajo en grupos.
14. 16/Nov	Sesión 14 y 15. El marketing del siglo XXI. Presentación Caso 2. TC3.
15. 23/Nov	Presentación de Informes Finales
16. 30/Nov	Examen Parcial 3.
17. 07/Dic	Sesión 16. Examen de Ampliación
18. 13/Dic	Notas Finales.

8. Bibliografía:

- Bateman, Thomas S. y Snell, Scott A., Administración: Liderazgo y colaboración en un mundo competitivo, 8ª Ed., Mc-Graw Hill, México, 2009.



2. Drucker P, La Gerencia en la Sociedad Futura. Editorial Norma, Bogotá; 2004.
3. Drucker P, La Sociedad Postcapitalista. Editorial Sudamericana, 1ª Ed, Buenos Aires; 1999.
4. Johnson G, Scholes K, Whittington R, Dirección Estratégica. Editorial Pearson 7ª Ed., Madrid; 2006.
5. Koontz H, ADMINISTRACIÓN: Una perspectiva global y empresarial, Mc Graw Hill, 14ª Ed., México, 2012.
6. Kotler P., Armstrong G., Fundamentos de Marketing. Editorial Pearson, 11ªEd., México; 2013.
7. Levin R, Rubin D, Estadística para Administración y Economía, Ed. Pearson. 7ª Ed., México, 2010.
8. Osterwalder A, Pignuer Y, Generación de Modelos de Negocios, Ed. Deusto, 1ª Ed. PDF, Barcelona; 2011.
9. Porter M, Estrategia Competitiva. Ed. Patria, 2ª Ed. México; 2015.
10. Pride W, Introducción a los negocios, Traducción 4ª Ed. Foundations of business, México; 2015.
11. Robbins S, Coulter M, Administración, Ed. Prentice-Hall, 10ª Ed., México; 2010.

NORMAS APLICABLES AL CURSO

1. Temas cortos: serán en grupo, para plantear: conceptos, noticias e ideas innovadoras relacionadas con el curso.
2. Exámenes parciales: serán individuales (Nºs 1 y 3) y un trabajo de investigación en grupos (Nº 2), para la casa.
3. Reposición de exámenes: no habrá, solo que se presente la debida justificación, con comprobante escrito.
4. Trabajos de campo: el formato y la fecha de presentación se darán al inicio y **se recibirán en digital**.
5. Fecha recibo trabajos de campo: en la fecha de la última presentación.
6. Tareas: los temas, fechas y formato se darán en clase.
7. Exposiciones: se calificarán de acuerdo al esquema que se dará en clase, al inicio del curso.
8. Formato de nombre de archivos digitales (Ejemplo): **GER EMP T1 GR1 LIDERAZGO SET19**.
9. Resúmenes de tareas: 4 a 5 pág. entregar impreso al profesor y digital a los compañeros, el día de la presentación.
10. Resúmenes de trabajos: 5 a 6 pág. entregar impreso al profesor y en digital a los compañeros, el día de la presentación.
11. Reclamos: en el plazo que estipula la normativa y que los exámenes no sean a lápiz.
12. Se agradecerán críticas y comentarios, directamente con el profesor.