

PROGRAMA CURSO: **COMPETITIVIDAD Y GERENCIA EMPRESARIAL**  
II Semestre, 2020

## Datos Generales

---

**Sigla:** LQ-0021

**Nombre del curso:** Competitividad y Gerencia Empresarial

**Tipo de curso:** Regular

**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 Sistemas de Producción I

**Co-requisitos:** No tiene.

**Ubicación en el plan de estudio:** X Ciclo

**Horario del curso:** jueves de 5:00 pm a 8:00 pm. Exámenes los sábados

**Suficiencia:** No

**Tutoría:** No

**Tipo de entorno:** 100% Virtual

**Modalidad:** El curso tendrá modalidad mixta sincrónica y asincrónica

## Datos del Profesor

---

**Nombre:** MBA. Diego Guerrero Oviedo

**Correo Electrónico:** [dguerrero.o@gmail.com](mailto:dguerrero.o@gmail.com) o [diego.guerrero@ucr.ac.cr](mailto:diego.guerrero@ucr.ac.cr)

**Horario de Consulta:** jueves de 3pm a 5 pm y citas virtuales. 87120786

---

## 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. Objetivo General

- 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. Contenido del Curso

**Eje temático #1:** Análisis del entorno Macroeconomía y Microeconomía de Costa Rica: Una perspectiva macro y microeconómica y social del sector productivo nacional y de su recurso humano

- |  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Factores productivos</li> <li>• Explique la “crisis de la teoría económica”</li> <li>• Supuestos básicos sobre el comportamiento humano</li> <li>• Ramas de la economía</li> <li>• La función empresarial</li> <li>• Razones por las cuales en las economías de mercado se considera aceptable el juego de intereses</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diferencia entre el capital y el dinero</li> <li>• Los cuatro vectores empresariales</li> <li>• Modelos para analizar el entorno económico</li> <li>• Tasa de crecimiento económico</li> <li>• Ciclo económico</li> <li>• Producción</li> <li>• La inflación</li> <li>• Desempleo</li> <li>• Déficit público y papel del estado</li> </ul> |
|--|---|

- Déficit exterior y la competencia del país
- Tasas de interés
- Modelo flujo circular de la renta
- Agregados macroeconómicos
- Componentes de la identidad macroeconómica básica
- Determinantes de las exportaciones y de las importaciones
- Determinantes de las exportaciones y de las importaciones (demanda y oferta de divisas)

- Las funciones del dinero
- Cómo se calcula el tipo de interés, relaciónelo con la riqueza y el mercado de activos
- Política monetaria expansiva y una política monetaria contractiva
- Modelo de competencia perfecta
- Modelo de monopolio
- Componentes por el lado de la demanda

### **Eje temático #2:** Gestión empresarial

- [Estrategia océano azul – océano rojo \(Lectura\)](#)
- [Libro Cisne negro \(Lectura\)](#)
- ¿Qué es una estrategia y por qué es tan importante?
- Proyectar la dirección de una compañía: visión y misión, objetivos y estrategia
- Evaluación del ambiente externo de una compañía
- Evaluar los recursos, capacidades y competitividad de una empresa
- Las cinco estrategias competitivas genéricas ¿cuál emplear?
- Fortalecer la posición competitiva de una empresa Acciones, momento oportuno y alcance estratégicos de las operaciones

- Estrategias para competir en los mercados internacionales
- Estrategia corporativa, la diversificación y la empresa con múltiples negocios
- Ética, responsabilidad social corporativa, sustentabilidad ambiental y estrategia
- Crear una organización capaz de ejecutar bien una estrategia Gente, capacidades y estructura
- Administración de operaciones internas Acciones que promueven la buena ejecución de las estrategias
- Cultura corporativa y liderazgo, Claves para una buena ejecución de estrategias

### **Eje temático #3:** 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.

#### **Eje temático #4:** El Marketing estratégico

- Mezcla de mercado.
- Cadena de valor y Branding
- E-Comerse
- Ciclo de vida de un producto
- Neuromarketing y Merchandising
- La segmentación de mercados.
- Inteligencia de mercados.
- Plan de mercadeo

#### **Eje temático #5:** Desarrollo Humano profesional

- Libro padre rico padre pobre (Lectura)
- Libro Liderazgo La PARADOJA (Lectura)
- Libro Mentor 101 John\_C\_Maxwell (Lectura)
- Libro Seis Sombreros para pensar (Lectura)
- Liderazgo y trabajo en equipo.
- Cultura organizacional.
- Inteligencia emocional.
- Actitud y valores profesionales.

---

## **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.

### ***Virtualidad***

Para el segundo semestre del 2020, el curso será 100% virtual, por lo cual utilizaremos la herramienta institucional de la Universidad de Costa Rica Mediación Virtual, donde se subirán los documentos, presentaciones, links de visualización de vídeos y otros instrumentos educativos que complementen el aprendizaje, todo esto relacionado con las distintas dinámicas y actividades del curso.

Se va contar con dos modalidades para impartir el curso, una es asincrónica para todas las actividades como tareas, presentaciones y foros, la otra es la modalidad sincrónica para las clases virtuales a través de la plataforma Zoom cuyo link de acceso se competirá con suficiente anticipación a través de la plataforma de mediación virtual para que el estudiante pueda preparar su espacio físico y tecnológico de conectividad para observar e interactuar en la clase, cabe destacar que las clases virtuales serán grabadas para luego ser compartidas a través de la misma plataforma, de tal manera que estarán disponibles para ser repasadas de forma asincrónica por el estudiante.

### ***Pruebas cortas***

Se realizarán pruebas cortas de manera individual con base en los aspectos teóricos de los ejes temáticos #1 Análisis del entorno Macroeconomía y Microeconomía de Costa Rica y eje temático #3 sobre La gerencia financiera y su papel en la estrategia empresarial

### **Presentación en equipo sobre Teoría Administración Estratégica**

Se estudiará el libro de Teoría Administración Estratégica decimoctava edición de Arthur A. Thompson y Margaret A. Peteraf, en este caso se asignarán capítulos a equipos de estudiantes para realizar una presentación resumen de cada capítulo.

Las presentaciones deberán exponerse en formato pptx y realizar un resumen para los compañeros en pdf. Cada equipo contará con 15 min para su exposición. La presentación y resumen debe ser enviada al profesor el día antes de la exposición. Si el trabajo no es entregado puntualmente se rebajará de la nota un 2% y si el resumen no es entregado a tiempo de igual manera se rebajará un 2%.

Formato del nombre del archivo pptx, será con el siguiente formato: Expo\_EquipoN°?\_Cap#?,#? Y #?.

Formato del nombre del archivo RESUMEN, será con el siguiente formato: Resm\_EquipoN°?\_Cap#?,#? Y #?.

### **Ensayos de lecturas**

Los estudiantes realizarán de forma individual un ensayo sobre las siguientes lecturas con un rango de 3 a 6 páginas en letra arial 12 a espacio simple, si el libro contiene capítulos el ensayo debe estar seccionado por capítulos, debe contener una portada con el nombre del estudiante, Al final de cada ensayo debe aparecer el reporte de la aplicación **Turnitin** que se encuentra en la plataforma de mediación virtual.

Formato del nombre del archivo será con el siguiente formato: Nombre(sin apellidos)\_Carne\_Libro.

- Estrategia océano azul – océano rojo (Lectura) y Libro Cisne negro (Lectura)
- Libro padre rico padre pobre
- Libro Mentor 101 John\_C\_Maxwell
- Libro Liderazgo La PARADOJA
- Libro Seis Sombreros para pensar (Lectura)

### **Desarrollo de un plan estratégico de Marketing**

Los estudiantes complementan el contenido del curso, con un proyecto de desarrollo en equipo de un plan de marketing estratégico para un producto que comercializará una empresa desde la concepción de la estrategia de gestión empresarial, análisis de entorno estrategias mercadeo para el producto desarrollado, proponiendo una estrategia de comercialización para el producto a desarrollar. Para lo cual en equipo los estudiantes deberán escoger un producto o servicio para desarrollar.

Formato del nombre del archivo será con el siguiente formato: Plan\_EquipoN°?\_Nombre(producto o Servicio).

### **Evaluación**

#### **a. Rubrica general**

<i>Descripción</i>	<i>Porcentaje</i>
Pruebas cortas	15%
Presentaciones administración estratégica	20%
Ensayos de lecturas	25%
Proyecto de Marketing	40%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

**b. Presentación en equipo sobre Teoría Administración Estratégica**

<i>Descripción</i>	<i>Porcentaje</i>
Profundidad en el tema	10%
Presentación profesional en pptx (diseño, transiciones, infografías y recursos visuales)	3%
Dominio del tema en la presentación	5%
Calidad del resumen	2%
<b>TOTAL</b>	<b>20%</b>

**c. Ensayos de lecturas de libros ( 5 ensayos )**

<i>Descripción</i>	<i>Porcentaje</i>
Calidad del análisis del contenido	3%
Originalidad	1%
Cumplimiento de formato y extensión	1%
<b>TOTAL</b>	<b>5% c/u 25%</b>

**d. Proyecto de Marketing**

<i>Descripción</i>	<i>Porcentaje</i>
Trabajo escrito con todas sus partes	20%
Presentación profesional en pptx (diseño, transiciones, infografías del producto, campaña de mercadeo (e-comerce, página web y recursos visuales)	15%
Dominio del tema en la presentación	5%
<b>TOTAL</b>	<b>40%</b>

**Consideraciones sobre la evaluación**

1. El estudiante que pierda por no asistir a un examen corto, parcial o cualquier forma de evaluación se le adjudicará un uno (1.0) de nota. Salvo casos de fuerza mayor debidamente comprobados, se repetirá la prueba.
2. La nota mínima de aprobación del curso será de 70 en la escala de 1 - 100.
3. Se aplicaran pruebas cortas se realizarán sábados.
4. Reclamos: en el plazo que estipula la normativa.
5. Se agradecerán críticas y comentarios, directamente con el profesor

## 6. Cronograma

<b>DIA</b>	<b>TEMA</b>
12 de Agosto	Introducción, conformación de equipo y lectura del Programa
19 de Agosto	<b>Eje temático #1:</b> Análisis del entorno Macroeconomía y Microeconomía de Costa Rica
26 de Agosto	<b>Eje temático #1:</b> Análisis del entorno Macroeconomía y Microeconomía de Costa Rica
02 de Septiembre	<b>Eje temático #2:</b> Gestión empresarial Foro de estudio de los ensayos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategia océano azul – océano rojo (Lectura)</li> <li>• Libro Cisne negro (Lectura)</li> </ul>
09 de Septiembre	<b>Eje temático #2:</b> Gestión empresarial <b>Equipo #1</b> Capitulo #1 ¿Qué es una estrategia y por qué es tan importante? Capitulo #2 Proyectar la dirección de una compañía: visión, misión, objetivos y estrategia Capitulo #3 Evaluación del ambiente externo de una compañía
16 de Septiembre	<b>Eje temático #2:</b> Gestión empresarial <b>Equipo #2</b> Capitulo #4 Evaluar los recursos, capacidades y competitividad de una empresa Capitulo #5 Las cinco estrategias competitivas genéricas ¿cuál emplear? Capitulo #6 Fortalecer la posición competitiva de una empresa Acciones, momento oportuno y alcance estratégicos de las operaciones
23 de Septiembre	<b>Eje temático #2:</b> Gestión empresarial <b>Equipo #3</b> Capitulo #7 Estrategias para competir en los mercados internacionales Capitulo #8 Estrategia corporativa, la diversificación y la empresa con múltiples negocios Capitulo #9 Ética, responsabilidad social corporativa, sustentabilidad ambiental y estrategia
30 de Septiembre	<b>Eje temático #2:</b> Gestión empresarial <b>Equipo #4</b> Capitulo #10 Crear una organización capaz de ejecutar bien una estrategia Gente, capacidades y estructura Capitulo #11 Administración de operaciones internas Acciones que promueven la buena ejecución de las estrategias Capitulo #12 Cultura corporativa y liderazgo, Claves de una buena ejecución de estrategias

14 de Octubre	<b>Eje temático #3:</b> La gerencia financiera y su papel en la estrategia empresarial
21 de Octubre	<b>Eje temático #3:</b> La gerencia financiera y su papel en la estrategia empresarial
28 de Octubre	<b>Eje temático #4:</b> • <b>Equipo #5</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• E-Comerse</li> <li>• Neuromarketing y Merchandaising</li> <li>• Branding</li> </ul>
11 de Noviembre	<b>Eje temático #4:</b> El Marketing estratégico, Proyecto plan de mercadeo
18 de Noviembre	<b>Eje temático #4:</b> El Marketing estratégico, Proyecto plan de mercadeo
25 de Noviembre	<b>Eje temático #5:</b> Desarrollo Humano profesional <ul style="list-style-type: none"> <li>• Libro padre rico padre pobre</li> <li>• Libro Mentor 101 John_C_Maxwell</li> </ul>
02 de Diciembre	<b>Eje temático #5:</b> Desarrollo Humano profesional <ul style="list-style-type: none"> <li>• Libro Liderazgo La PARADOJA</li> <li>• Libro Seis Sombreros para pensar (Lectura)</li> </ul> <b>Presentación y Entrega del proyecto de plan de mercadeo</b>
09 de Diciembre	Entrega de exámenes y Notas

## 7. Bibliografía

1. Ferrell, O. C. y Michael D. Hartline. ***Estrategia de marketing***, 5<sup>ta</sup> Ed, Editorial Cengage Learning Editores, S.A. México, 2012.
2. Arthur A. Thompson, Margaret A. Peteraf, John E. Gamble and A. J. Strickland III. ***Administración Estratégica***. 18<sup>oct</sup> Ed, Editorial McGRAW-HILL S.A, Mexico, 2012.
3. Nassim N. ***Cisne Negro; El impacto de lo Altamente Improbable***, 3<sup>era</sup> Ed, Editorial Paidós Ibérica S.A, Barcelona, 2008.
4. James C. ***La paradoja; un relato sobre la verdadera esencia del liderazgo***, 4<sup>ta</sup> Ed, Editorial Urano, 1999
5. Edward D. ***Seis sombreros para pensar***. 1<sup>era</sup> Ed. Editorial ediciones Juan Granica S.A, Buenos Aires, Argentina. 1988.
6. JOHN C. ***Mentor 101***. 1<sup>era</sup> Ed. Editorial Thomas Nelson, Inc, Tennessee, Estados Unidos de América, 2008
7. Robert T. Sharon L. ***Padre Rico Padre Pobre***. 1<sup>era</sup> Ed. Editorial Santillana Ediciones Generales S.A. México, 2004