



CURSO EMPRESARIEDAD E INNOVACIÓN DN-0405- I CICLO, 2014

Misión

Promover la formación humanista y profesional en el área de los negocios, con responsabilidad social, y capacidad de gestión integral, mediante la investigación, la docencia y la acción social, para generar los cambios que demanda el desarrollo del país.

Visión

Ser líderes universitarios en la formación humanista y el desarrollo profesional en la gestión integral de los negocios, para obtener las transformaciones que la sociedad globalizada necesita para el logro del bien común.

Valores

- ✓ Prudencia
- ✓ Tolerancia
- ✓ Solidaridad
- ✓ Integridad
- ✓ Perseverancia
- ✓ Alegría

Información general:

Curso del VII Ciclo del plan de estudios vigentes

Requisitos: DN0304

Correquisito: no tiene

Créditos: 03 Horas por semana: 3

La Cátedra está compuesta por:

Máster. Rafael Herrera González	Grupo:01
Máster. Rafael Herrera González	Grupo:02
Máster Gustavo Bado Zúñiga. (Coordinador)	Grupo:03
Dr. Abel Salas Mora	Grupo:04
Máster Maximiliano Alvarado Ramírez	Grupo:05
Máster Carlos Sandoval Alvarez	Grupo:06
Máster. Maryorie Rojas Vega	Sede del Caribe
Máster. Sebastián Rojas Calvo	Sede Occidente
Master José Luis Tijerino Sancho	Recinto Paraíso
Lic. Luis Alberto Bermúdez Carrillo	Sede Guanacaste
Máster. Karla Miranda Portilla	Sede Pacífico
Máster. Mauricio Mondragón Chacón	
Máster. Yorleny León Marchena	Recinto Guápiles

I. Descripción del curso:

El propósito de este curso es desarrollar un plan de emprendimiento para la creación de una nueva empresa, proyecto innovador o emprendimiento social. Este proyecto se desarrollará de forma cooperativa en equipos de trabajo, bajo la supervisión del profesor del curso y pretende simular la experiencia que deberá enfrentar un emprendedor al formular un plan de empresa.

Para la formulación de proyectos innovadores nos basamos en la definición del Manual de Innovación de Oslo que dice así: "Son aquellos proyectos o productos con características innovadoras que presenten o mejoren un **proceso, producto o servicio** que es apreciado por el **mercado**. Es una idea nueva para iniciar o mejorar un producto, proceso o servicio". La innovación como actitud es una fuente en el desarrollo del espíritu del emprendedor, quién hace de esta su característica esencial. Es decir, actúa con la premisa de que cada producto o servicio contiene en sí mismo una oportunidad de ser mejorado, como soporte de la posibilidad de hacer empresa. Un aspecto fundamental en la evaluación del plan de emprendimiento es que tenga la posibilidad de concretarse en la realidad, para lo cual se considera tanto la calidad del plan escrito como la capacidad del equipo para exponer claramente y de forma convincente su idea en la Feria de negocios Expoinnova.

El curso pretende integrar los conocimientos adquiridos previamente por los estudiantes en el diseño del plan. Además este curso tendrá como apoyo el espacio en mediación virtual donde se colgaran información relevantes a lo que se estudiara.



II. Objetivo general

Analizar los factores y elementos internos y externos que influyen en la iniciación de emprendimientos empresariales sean de carácter comercial o con fines sociales y auto-sostenibles, con el propósito de fomentar la aptitud y actitud de emprendedor e innovador, tanto de las y los estudiantes como de las y los beneficiarios del plan de emprendimiento.

III. Objetivos específicos

- Analizar con los y las estudiantes el perfil y las características del espíritu emprendedor.
- Familiarizar a los estudiantes con los conceptos de innovación, creatividad, competitividad y productividad en el quehacer de los negocios.
- Estimular la identificación de fuentes de oportunidades de innovación para productos, procesos y servicios.
- Aprender a desarrollar un plan de negocios bien escrito, fundamentado, conciso, preciso y efectivo.
- Comprender las habilidades requeridas para iniciar y desarrollar una nueva empresa según las habilidades personales de cada estudiante.
- Conocer diferentes experiencias exitosas en la formación de empresas.
- Ejecutar EXPOINNOVA 2014 para que los estudiantes tengan la experiencia de exponer sus proyectos en un contexto de feria empresarial.
- Asistir al estudiante en la decisión sobre seguir una carrera emprendedora.

IV. CONTENIDO PROGRAMÁTICO

TEMA 1: El emprendedor: innovación y creatividad en los negocios.

- Se explica en detalle el programa del curso y su naturaleza de seminario taller y la importancia de que él o la estudiante investiguen y se integren plenamente a las actividades de su grupo de trabajo.
- Asimismo, se hace énfasis especial en la generación de ideas de negocios y en la elaboración del plan de emprendimiento, los cuestionarios para el estudio de mercado, de la empresa, producto, etc. y la explicación de la metodología de la bitácora.
- Se hace entrega al grupo del modelo de bitácora adjunto al programa respectivo. Se analiza la guía de plan de emprendimiento y de la lectura relacionada con el tema de la innovación y la creatividad. Se da información para la conformación de los grupos de trabajo. Cada facilitador expone en clase el modelo de negocios. Se desarrolla el tema del espíritu del emprendedor e introduce el tema de innovación y creatividad.
- Se conforma la comisión de EXPOINNOVA 2014.

TEMA 2: El plan de emprendimiento.

- Se reflexiona en torno a la importancia de los planes de emprendimiento y se conoce los contenidos del modelo de Plan que utilizamos en el curso.
- Los estudiantes trabajan en el desarrollo de sus proyectos de ideas y desarrollan un modelo preliminar de negocio con el modelo de canvas estratégico preliminar para evaluar la propuesta de valor de sus proyectos.
- Cada grupo presenta ideas de negocio. Se utiliza la plantilla de selección de ideas de negocios.
- La comisión de EXPOINNOVA recoge las ideas de negocios presentadas y las lleva para su análisis al seno del comité de profesores.
- El representante de cada grupo comunica a los y las estudiantes los respectivos dictámenes de los informes.

TEMA 3: Aspectos de Mercadeo, organización, producción y las finanzas.

- Análisis de las variables de mercadeo en los planes de negocio.
- Análisis de las variables de organización, producción y las finanzas en los planes de Emprendimiento.
- Análisis de variables macroeconómicas, proyecciones financieras, estado de ganancias y pérdidas
- Revisión del flujo de efectivo acorde con las características del proyecto
- Análisis de financiamiento.
- Revisión de leyes, normas y reglamentos, que afectan el plan de Emprendimiento.

TEMA 4: Revisión integral del plan de negocios

- Revisión de plan de negocios con el propósito de realizar los ajustes pertinentes siguiendo la guía entregada al inicio del seminario.
- Exposición de los planes de emprendimiento en EXPOINNOVA.



V. SISTEMA DE EVALUACIÓN Y CRONOGRAMA

Concepto	Descripción	Porcentaje	FECHA
Generación, evaluación y selección de idea	Proceso de generación de Idea de producto y su propuesta de Valor	10%	31 de marzo 2014
Participación	Se considera la participación activa de los estudiantes en los sesiones taller todas las semanas.	20%	Todas las clases
Ensayos o exposición	Se les solicitará a los estudiantes la entrega de tres ensayos.	10%	Según solicitud de cada profesor
Plan de Negocios			
Informes Preliminares	Mercado	10%	28 de Abril
	Organización y Operaciones	10%	26 de Mayo
	Financiero y Legal (Análisis de riesgo)	10%	09 de Junio
	Presentación Final de Plan de Negocios	10%	23 Junio
Expoinnova 2014			
	Presentación del stand y producto	20%	04 de Julio de 2014

Generación, evaluación y selección de idea.

Esta etapa es fundamental para el proyecto. El propósito es que los estudiantes identifiquen oportunidades de proyectos o productos o servicios innovadores en el mercado nacional con alto potencial de viabilidad.

Participación

Por las características del curso seminario Taller, donde en clase trabajaremos en el desarrollo de su plan. En todas las clases se evaluará la participación activa de los estudiantes. Si un estudiante no participa en clase y/o falta obtendrá un 0 en la participación de dicha clase. La participación en clases podrá ser voluntaria o a solicitud del profesor, podrá incluir material de lectura o preguntas sobre los proyectos o charlas.

El profesor podrá solicitar a cada alumno una fotografía personal para su registro de notas.

Este curso es de metodología taller donde gran parte del aprendizaje se produce "haciendo" y participando en clases. Es responsabilidad de los estudiantes firmar la hoja de asistencia durante clases.

Ensayos o exposición

Los estudiantes deberán escribir ensayos reflexivos de no más de dos páginas sobre temas relacionados al espíritu emprendedor y el desarrollo de empresas. La evaluación de los ensayos se realizará con base en la claridad de las ideas y análisis de los conceptos que se les solicitará escriban. Ensayos superficiales y sin contenido serán calificados como insuficientes.

Los temas sugeridos son:

- Características del perfil emprendedor caso emprendedores Costa Rica.
- Fuentes de Innovación Empresarial.
- Lean Start Up.
- Innovación y experimentación.
- Open Innovation

Informes Preliminares

Cada informe tendrá una guía de elementos a considerar la cual será evaluada por el profesor considerando la adecuada justificación de contenidos y la viabilidad del los supuestos.

Para la evaluación del plan de negocios se considerarán criterios como: ¿El plan es efectivo al mostrar la oportunidad de negocio de manera realista? ¿Es conciso y preciso? ¿Transmite confianza por medio del conocimiento demostrado? ¿Contiene los suficientes elementos para un buen plan de negocios? ¿Se lee de forma fácil y de forma continua?

Presentación final ante el grupo

Todos los equipos deberán asumir el papel de un inversionista ángel. Para ello, durante la sesión de presentaciones de los planes de negocios, los grupos entregarán una hoja resumen en la cual deberán asignar la inversión hipotética de US\$ 50.000, en al menos dos de los negocios presentados por los equipos en el curso. Los grupos deberán invertir en rangos de US \$ 10,000 y no podrán invertir en el negocio propio. Requisito fundamental para este informe es que TODOS los miembros del grupo asistan y participen activamente en las sesiones de presentación. El informe deberá ser firmado por cada miembro del equipo e incidirá en la evaluación de la presentación final.



Expoinnova 2014

El Viernes 04 de julio 2014, se realizará la feria Expoinnova que simulará una feria de negocios, donde los equipos preparan sus stand para presentar sus productos o servicios al público y jurado. El cual deberá contar con un resumen ejecutivo de los planes una semana previa a la feria.

Cronograma de actividades

FECHA	CONTENIDOS
Sesión I 10 de marzo	Tema 1: el emprendedor- Introducción Exposición y revisión del programa Definición de la metodología de trabajo. Se explica en detalle las características del seminario taller, del programa y la importancia de que él o la estudiante investiguen y se integre plenamente a las actividades de su grupo de trabajo y se les recuerda a las y los estudiantes su responsabilidad de estudiar el material asignado para cada clase. Se hace entrega al grupo del modelo de bitácora adjunto al programa respectivo. Se analiza con el facilitador la guía de plan de emprendimiento y el tema de la innovación y la creatividad. Se da información para la conformación de los grupos de trabajo. El profesor inicia el tema del empreseriedad, innovación y creatividad.
Sesión II 17 de marzo	Tema 1: El espíritu emprendedor: innovación y creatividad en los negocios. Características del espíritu emprendedor. La creatividad y la innovación. Técnicas de creatividad.
Sesión III 24 de marzo	Tema 2: Desarrollo de ideas de negocio . Taller de evaluación de ideas de negocios. Los estudiantes analizan las diferentes ideas y definen su propia idea previa consulta a la base de datos de proyectos de EXPOINNOVA. Cada grupo presenta al final de su análisis tres nuevas ideas de negocio. Se utiliza la plantilla de selección de ideas de negocios. De inmediato la o el representante de EXPOINNOVA recoge las ideas de negocios presentadas y las lleva para su análisis al seno de la Comisión.
Sesión IV 31 de marzo	Tema 2: El plan de negocios: Análisis del mercado. Presentación de Modelo de Negocios con base en Canvas. Propuesta de Valor. Y mercado Meta.
Sesión V 07 de Abril	Mentes Emprendedoras: Charla de Cátedra: El Espíritu Emprendedor. Presentación de Emprendedores que nos relatarán sus motivaciones para iniciar sus emprendimientos y del proceso de cómo descubrir las oportunidades de emprendimiento. Auditorio de Derecho.
14 de Abril	Semana Santa
Sesión VI 21 Abril	Taller elaboración de Informe de Mercadeo
28 Abril	Entrega y Presentación de Informe de Mercadeo
Sesión VII 05 de mayo	Tema 2: Informe de Organización y Operaciones. Actividades claves y procesos.
Sesión X 12 mayo	Tema 3: Informe Financiero. Taller de finanzas. Estructura de Costos y Recursos Clave. Se aclaran dudas sobre Informe de Organización y Operaciones
Sesión XI 19 mayo	Tema 3: Las finanzas. Taller: desarrollo de flujos de efectivo en los negocios. Revisión del flujo de efectivo acorde con las características del proyecto
Sesión XII 26 mayo	Entrega y Presentación de Informe de Organización y Operaciones.
Sesión XIII 02 Junio	Tema 3: Las finanzas: Estrategia de Financiamiento Análisis de financiamiento
Sesión XIV 9 junio	Actividad de Cátedra: Emprendedores de Éxito. Esta actividad es en coordinación con la cátedra de Liderazgo Gerencial. Tendremos la oportunidad de escuchar Líderes Emprendedores compartiendo sus experiencias. Entrega de informe financiero. Comisión de EXPOINNOVA repasa detalles finales con cada grupo. Se visitará a cada grupo en su clase. Ajustes finales de la comisión.
Sesión XV 16 junio	Tema 5: Desarrollo integral del plan de Emprendimiento. Taller Revisión Plan de Emprendimiento.. Los profesores revisan las correcciones de los informes preliminares que se deberán incorporar en el plan de negocios definitivo. Equipos revisan los detalles de la Feria "EXPOINNOVA 2014" con los profesores asignados. <i>Reunión del equipo coordinador de EXPOINNOVA 2014</i>
Sesión XVI 23 junio.	Exposición de Equipos en cada grupo. Evaluación de presentación de proyectos.



Sesión XVII 04 julio.	Expoinnova 2014
Sesión XVIII 7 julio	El equipo coordinador de la Feria EXPOINNOVA tiene la responsabilidad de entregar por escrito el informe de la liquidación contable y los resultados de la feria con sus respectivos respaldos y recomendaciones a más tardar 8 días después de ejecutada la Feria. Entrega de notas. Las notas finales de las y los estudiantes que integran la comisión no será entregada hasta tanto el Coordinador y la Dirección de la Escuela la aprueben.

VI. METODOLOGÍA

El curso se imparte bajo la modalidad de seminario taller, en que el o la estudiante es **PROACTIVO**. Tendrá la responsabilidad de la organización de las actividades relevantes del mismo, tanto del PLAN DE DE EMPRENDIMIENTO como de EXPOINNOVA 2014, con sentido emprendedor y empresarial contando con el apoyo de los facilitadores del seminario taller. Las clases serán ampliamente participativas, creativas e innovadoras. Se fomenta la metodología de APRENDER HACIENDO.

Formación de equipos de trabajo

En la primera clase se conformarán los equipos de trabajo, entregando una lista al facilitador con los nombres y apellidos, teléfonos y correos electrónicos de los integrantes de cada equipo, identificando al coordinador(a) de cada uno. Cada equipo deberá definir, a más tardar la tercera clase, su proyecto para desarrollar los planes de negocio y llevar al día la respectiva bitácora.

EQUIPO CENTRAL: FERIA DE NEGOCIOS EXPOINNOVA 2014

A más tardar en la segunda semana de clases uno o dos estudiantes de cada grupo son seleccionados por los grupos de cada facilitador para que forme parte del equipo coordinador que tendrán la gran responsabilidad de desarrollar como plan de negocios la **Feria de negocios, "EXPOINNOVA 2014"**, el objetivo final es llevar a cabo la feria el día **Viernes 04 de Julio**. Este proyecto es avalado y fortalecido por el director de la Escuela, como profesor invitado para este proyecto concreto.

Las funciones y responsabilidades del equipo coordinador de la Feria están contenidas en las normas establecidas para tal efecto y serán entregadas al equipo en la primera reunión. Este equipo, al igual que los otros equipos, deberá ejecutar su propio plan de negocios y llevar su propia bitácora la cual será revisada en las mismas fechas señaladas en el programa. En su calendario se debe contemplar reuniones con los responsables de las sedes regionales o recintos de la Universidad. Cada profesor revisará los planes de emprendimiento previa ejecución de esta actividad.

FORMULACIÓN DE PLAN DE EMPRENDIMIENTO

Cada grupo desarrolla su propio plan de emprendimiento el cual será expuesto en Expoinnova 2014. Los estudiantes asumen la responsabilidad de formular la bitácora de trabajo para cada equipo.

Se sugiere a los equipos consideren la participación inter y multidisciplinaria de estudiantes de otras carreras para que fortalezcan el área técnica de desarrollo de producto. En este sentido tendremos el respaldo de la Red UCR Emprende y de Proinnova.

Se seguirá la guía del plan de emprendimiento acorde con las indicaciones de cada profesor. Se pondrá especial énfasis a la asistencia de cada estudiante a las sesiones de trabajo de su propio grupo. Por ello, las firmas en la bitácora son de suma importancia a la hora de la revisión de su participación.

Conferencias de Apoyo

Este año se tendrá el siguiente calendario de conferencias y los temas respectivos para apoyar el desarrollo de los contenidos de la cátedra:

Cuadro de conferencias 2014

CONFERENCIAS	Fechas	Organiza grupo
Espíritu Emprendedor	09 de Abril	Prof: Rafael Herrera /Carlos Sandoval
Líderes Emprendedores	11 de Junio	Prof: Abel Salas /Carlos Sandoval



EXPOINNOVA 2014.	04 de Julio	Coordina comisión de profesores junto comisión de estudiantes.
------------------	-------------	---

VII. BIBLIOGRAFIA

Bibliografía de consulta:

Alcaraz, Rafael. El emprendedor de éxito. Mc Graw Hill. México 2011.

Guía elaborada por los profesores de la Cátedra.

Balanko-Dickson Greg. (2008) Cómo preparar un plan de negocios exitoso. Editorial Mc Graw Hill.

Osterwalder Alexander, Yves Pigneur . Business Model Generation. 2012

Ries Eric. The Lean Start Up. Crown Publishing.. 2011

Vainrub, Roberto. (2009) Una guía para emprendedores. Convertir sueños en realidad. Quinta edición. Editorial Pearson.



Bitácora de Equipo

Equipo # _____

Reunión # _____

Fecha: _____

Horario: de: __:__ a: __:__

Contenido de la reunión:

Tema:	Conclusión o acuerdo:	Responsable(s) asignado(s):	Fecha de entrega:	Horas dedicadas:

Asistentes:

Nombre	Firma



Instrucciones:

1. Este formato funciona como agenda y minuta. Al inicio de cada reunión se deberá rellenar los campos de: reunión #, fecha, hora de inicio, asistentes y temas a tratar.
2. Con el desarrollo de la reunión se deberá asignar responsables para los temas que queden pendientes de investigación o trabajo junto con la fecha en que esa investigación o trabajo deberá estar lista para efectos del grupo o siguiente reunión.
3. A partir de la segunda reunión, el primer tema deberá ser siempre la revisión de la bitácora de la reunión anterior para indicar en ésta el cumplimiento de los temas asignados y las horas dedicadas para tal efecto.
4. En el momento indicado en el programa del seminario taller los grupos deberán de presentar sus bitácoras de reunión al facilitador para revisión.
5. El coordinador(a) de cada grupo será responsable de la custodia de la bitácora.
6. El coordinador debe velar por la correcta anotación de los informes y que al final de la reunión se obtenga las firmas de los y las que han participado de la sesión de trabajo.

**UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
SEDE DE OCCIDENTE
CURSO: EMPRESARIEDAD E INNOVACION
Ciclo I 2013
Creado por Máster Jeannette Morales Zumbado**

GUÍA PARA EL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

La investigación consiste en la elaboración de un plan de negocios para llevar a cabo un producto o servicio innovador. Tiene como objetivo contribuir con el proceso de enseñanza “aprender haciendo”, de manera que se fomente en el estudiante el espíritu emprendedor, innovador e interactúe con el entorno real.

Metodología:

- ✓ Conformación de equipos de trabajo (máximo 5 estudiantes)
- ✓ Los equipos de trabajo hacen una exposición de tres ideas innovadoras y eligen una para su desarrollo.
- ✓ Los equipos de trabajo preparan un plan de negocios, de acuerdo a los lineamientos que se enumeran en el siguiente apartado.
- ✓ El profesor revisa los avances del proyecto, según calendario para la retroalimentación del proceso.



Evaluación:

1. Presentación del plan de negocios escrito (50%), se califica por avance
2. Presentación oral (25%) (Exposición en clase y Feria).

1. PRESENTACION PLAN DE NEGOCIOS

1.1 INFORME No 1 (10%)

NATURALEZA DEL PROYECTO

- Exposición de tres ideas innovadoras utilizando el modelo de negocios canvas (5%), cada equipo tiene un tiempo de 15 minutos. La metodología es un taller por lo que todos los estudiantes deben participar brindando sus opiniones.
- Presentación por escrito de la idea a desarrollar (5%): justificación, propuesta de valor. Nombre de la empresa, misión, visión, objetivos

1.2 INFORME No 2 (10%)

ANALISIS DEL MERCADO

El análisis del mercado debe contener información y datos de los siguientes temas principales:

- Objetivos de corto, mediano y largo plazo
- Análisis del entorno, la industria y la competencia
- Estudio del mercado (objetivos, investigación de mercados)
- Tamaño del mercado, consumo aparente, demanda potencial)
- Plan de marketing. (Definición de las 4P)

Análisis del entorno, la industria y la competencia

Análisis del entorno (se analiza los que se relacionen más con su propuesta de valor)

- Económico (inflación, tipo de cambio, política fiscal)
- Socio cultural (cambios en la sociedad: cambios de valores, gustos y preferencias, hábitos de consumo, la forma de vida, etc)
- Tecnológico
- Tendencias demográficas
- El impacto de los tratados de libre comercio, los competidores internacionales que ingresan al mercado local y las importaciones y exportaciones.

Análisis de la industria

Tendencias de la industria (emergente, madura, en decadencia)

¿Cómo satisface la industria las necesidades del cliente?



¿Qué dicen los expertos de la industria en los últimos cinco años. Qué se anticipa para los siguientes 5 años?.

¿Quiénes son los principales proveedores, distribuidores y jugadores clave en la industria?

¿Cómo afecta la tecnología el crecimiento de la industria? (si la afecta o no?)

Análisis de la competencia

- Identifique los principales competidores, tanto directos como indirectos.
 - Análisis de la competencia: fortalezas (cuál es su principal ventaja competitiva) debilidades, Cómo compiten. Haga un cuadro resumen.

Tamaño del mercado y demanda

¿Cuál es el tamaño total de su mercado? (número consumidores)

- ¿Qué porcentaje del mercado espera usted capturar?
- ¿Cómo piensa mantener su participación en el mercado o incrementarla?
- ¿Cuál es el potencial de crecimiento de su mercado?
- ¿Que factores podrían influir en el crecimiento o reducción del tamaño del mercado (incluyendo tendencias nacionales, estatales o internacionales)?
- ¿Qué impacto tendrá esto en su participación o en el volumen?

Cuantificar el segmento en cuanto a:

- i. Número de consumidores
- ii. Frecuencia de uso o consumo del producto
- iii. Consumo aparente en unidades por mes, año, etc.
- iv. Características del segmento del mercado: perfil del consumidor : describa sus características tales como: edad, sexo, profesión, ingreso, lugar geográfico, estilo de vida, creencias y actitudes. Definir los segmentos del mercado: por nivel socioeconómico, geográfico, demográfico, psicográfica, hábitos del cliente.
- v. Demanda potencial

Estudio de mercado

Esta sección de su plan debe demostrar que usted tiene conocimientos claros y entiende como se desarrolla el mercado en el cual pretende comercializar su producto o servicio. Deberá contener:

- Objetivo del estudio del mercado.
- Diseño de la investigación, elección del método, selección del proceso de muestreo, recopilación de datos, análisis de los datos, informe).

Plan de marketing

Es la instrumentación de la estrategia. Solo tiene sentido si previamente se ha definido el posicionamiento y segmento al que apunta. El plan debe dar respuesta a las siguientes variables:

Mezcla de marketing de acuerdo al ciclo de vida del producto (introductoria, crecimiento, declive).



Producto: Descripción del bien o servicio, características tangibles e intangibles, beneficios para el consumidor, especificaciones técnicas del prototipo, diseño de logo, etiqueta, empaque, slogan, marca).

• **Precio**

¿A qué precio se va a ofrecer el producto/servicio y cuánto influye el precio en la decisión de compra de los potenciales clientes? Elasticidad de la demanda.

¿Cuál será su política de precios para obtener una ganancia justa pero al mismo tiempo mantenerse competitivo?

• **Distribución**

Ubicación

Canales de distribución

¿Cómo y en qué lugar se va a vender el producto/servicio? (se describe las condiciones)

¿Cómo puede usted expandir su mercado?

Estructura organizativa proyectada de acuerdo al ciclo de vida del producto (personal, vehículos y demás equipo necesario).

Comunicación o Promoción

¿De qué manera se va a comunicar el producto/servicio de modo tal que los clientes potenciales se enteren de su existencia y deseen comprarlo?

¿Cómo piensa atraer y mantener a sus clientes?

¿Cómo anunciará o publicitará el negocio? (No olvide la publicidad y las relaciones públicas de bajo costo o incluso las que no tienen costo alguno)

Descripción y diseño de cada una de las propuestas publicitarias (banner, afiches, internet, etc)

Presupuesto para la publicidad (se detallan los medios y los costos aproximados)

Presupuesto del plan de mercadeo (se debe definir la estrategia en términos de costos)

Otras

Internet: puede encontrar desde datos estadísticos hasta investigaciones de mercado completas las cuales están disponibles de forma gratuita.

Libros, publicaciones y revistas del sector o la industria, manejan información actualizada e estadísticas de los sectores e industria

1.3 INFORME No 3. PRODUCCIÓN, ORGANIZACIÓN Y LEGAL (10%)

PRODUCCIÓN (5%)

- Programa de producción de acuerdo al estudio de mercado y ciclo de vida del producto
- Descripción del proceso productivo (donde se consideren las variables eficiencia, eficacia, confiabilidad, economía y mejora continua)
- Diagrama básico del flujo del proceso
- Especificaciones de la maquinaria y equipos (proveedor, tecnología, mantenimiento, capacidad de los equipos. Hacer un cuadro resumen que tenga: Tipo de equipo, cantidad precio, características, vida útil y proveedor.



- Requerimientos de materiales directos (se debe realizar un cuadro que contenga el tipo de material, cantidad por unidad y total, unidad de medida, proveedor).
- Requerimientos de mano de obra directa relacionada directamente con el proceso productivo (operarios, supervisores). Detalle de cargos y número de empleados.
- Requerimientos de costos indirectos de fabricación (materiales indirectos, mano de obra indirecta, servicios públicos, alquiler, depreciación de la planta y equipo, seguros, entre otros).
- Ubicación de la planta (factores típicos que condicionan, niveles de ubicación (macrolocalización, microlocalización)
- Características de la planta (hacer un croquis)
- Capacidad máxima de producción, así como el porcentaje de uso en los distintos años de análisis.

Nota: Se debe anexar las fuentes que se utilizaron para obtener la información de precios

ORGANIZACIONAL, LEGAL, AMBIENTAL (5%)

Organizacional

Diseño o su estructura organizativa incluye por cada puesto: su naturaleza y contenido.

Organigrama

Estimación del costo en salario administrativo, se deben incluir las cargas sociales y demás obligaciones (aguinaldo, vacaciones, cesantía, póliza de trabajo).

Recursos humanos: Se debe hacer una pequeña propuesta para el proceso de reclutamiento, selección, inducción, capacitación, desarrollo del personal, evaluación del desempeño y relaciones de trabajo.

Presupuesto de equipos y suministros a utilizar en la parte administrativa.

Legal

Constitución legal (persona física o jurídica, socios)

Obligaciones tributarias (cuáles y sus montos) en que incurrirá el proyecto.

Patentes para funcionamiento

Permiso Ministerio de Salud

Registros y protección de patentes, diseños industriales, marcas, nombres comerciales

Detalle los costos legales para iniciar el proyecto

Ambiental

Identificación y evaluación de impactos ambientales que resulten del proyecto. Se determinaron las características del impacto y sus medidas de mitigación, insumos requeridos y costos implícitos.

Los costos de mitigación se incorporan en la estructura del proyecto.

Plan de mitigación ambiental y Sostenibilidad.

Bibliografía a consultar. Libro Formulación y Evaluación de proyectos. Pág. 181-209, 259-267, 274-286.

1.4 INFORME No 4 VIABILIDAD FINANCIERA (10%)



Estudio Económico

Inversión Inicial

Determinación de la depreciación

Financiamiento (evaluación de préstamos, tabla de amortización)

Presupuesto de ventas en unidades y colones

Presupuesto de producción

Presupuesto de materiales directos

Presupuesto de mano de obra directa

Presupuesto de costos indirectos de fabricación

Presupuesto de gastos de venta

Presupuesto de gastos de administración

Estado de resultados presupuestado

Balance General proyectado

Evaluación económica

- Valor presente neto
- Tasa interna de rendimiento
- Punto de equilibrio
- Razones financieras

Bibliografía a consultar: Libro Formulación y evaluación de proyectos. Pág 297-328, 337-401, 417-451.

NOTA ACLARATORIA: Cada informe deberá contener: portada, tabla de contenido, bibliografía consultada de acuerdo a las normas APA, anexos. Se presentara en la fecha indicada en forma digital (cada grupo designa un coordinador que será el encargado de enviar el trabajo a la profesora al correo jean.morazu@gmail.com, la cual confirmará su recibido).

1.5 INFORME FINAL (10%)

El informe final se entrega en forma digital en un disco y contiene todos los avances debidamente corregidos de acuerdo a lo indicado por la profesora.

Un plan de negocios deberá contener como mínimo las siguientes secciones:

I. Portada

II. Tabla de contenido

III. Resumen ejecutivo

IV. Descripción de la empresa

V. Viabilidad en el mercado

VI. Análisis producción

VII. Análisis organizacional, legal y ambiental

VIII Análisis financiero y de evaluación económica.

IX Bibliografía de acuerdo a las normas APA

X. Anexos

PORTADA Y TABLA DE CONTENIDOS.



La portada deberá ser titulada “Plan de Negocios”.

Todo plan de negocios deberá llevar una tabla de contenido, donde se indiquen los temas. No olvide numerar todas las páginas e incluir los números de página en el índice para permitir que el lector regrese fácilmente a las partes de su interés.

3 RESUMEN EJECUTIVO

Es un breve análisis de los aspectos más importantes de un proyecto, que se ubica delante de la presentación. No más de 500 palabras, concreto y preciso, incluye:

- Describir en pocas palabras el producto o servicio, el mercado, la empresa.
- Objetivos
- Descripción de los elementos de éxito
- Resumen de los procesos del plan de negocios.
- Inversión Inicial y fuentes de financiamiento
- Evaluación económica
- Principales conclusiones y recomendaciones

El objetivo del resumen ejecutivo es captar la atención del lector y facilitar la comprensión de la información que el plan contiene, por lo que se debe prestar especial atención a su redacción y presentación.

PRESENTACION PLAN DE NEGOCIOS

2.1 Evaluación en la Feria: Tres jueces, totalmente independientes, valorarán todos los proyectos. (15%). Se realizará utilizando los mismos parámetros a evaluar en la Sede Central.

2.2 Presentación y Defensa del plan de negocios (10%)

La presentación verbal es muy importante, por lo que debe considerar algunos aspectos básicos:

1. El tiempo máximo es de 15 minutos por grupo y todos deben participar.
2. Utilice el tiempo de manera adecuada, planee su exposición y practíquela, concentre su atención en elementos claves.
3. Cuide su imagen
4. Utilice palabras claves que reflejen en forma clara, lógica y contundente, el éxito del negocio; se trata de vender el proyecto, pero no debe ser tan obvio. Se trata de vender una oportunidad de negocios.
5. Apoye su presentación con material (resumen del proyecto (3 pag), la presentación (10 filminas) con espacio para que los inversores hagan anotaciones preguntas o comentarios).



6. Procure tener una buena dicción, articule bien las palabras y maneje el volumen de su voz adecuadamente en el lugar de la exposición.
7. Evite cualquier muestra de nerviosismo que denote una falta de seguridad en la información que se presenta.
8. Ordene la información de forma lógica y secuencial
9. Hable en términos claros y comunes, fáciles de entender, evite palabras rebuscadas o terminología muy técnica.
10. Indique las fuentes de información consultadas para respaldar los datos del plan.
11. Utilice datos concretos y reales; nunca se apoye en información que pueda sobrestimar el éxito del proyecto o lo haga sonar poco factible en la realidad.
12. Revise la veracidad y consistencia de la información proporcionada a lo largo de toda la presentación.

2.2.1 Presentación filminas

1. La presentación debe ser interesante lo más gráfica posible. Todas las filminas pueden llevar el logo y colores de la empresa.
2. El nombre de la empresa, descripción del producto porqué es innovador (propuesta de valor)
3. Estudio de mercado: Un gráfico que respalde el estudio de mercado. Situación del entorno que favorece el producto. Cliente y tamaño del mercado. Demanda potencial un cuadro dónde indiquen como la obtuvieron y la proyección de ventas crecimiento, etc . Canales de distribución
4. Estudio Producción: El diagrama del proceso y si hay un equipo especial indicarlo.
5. Plan organizacional: Puede ser el organigrama
6. Plan ambiental y legal: una filmina con las estrategias
7. Plan Financiero: Detalle del precio unitario (un cuadrado dónde se indique costo unitario, margen utilidad, precio al minorista, precio al consumidor final). Punto de equilibrio, Detalle del capital que se necesita: % socios % Financiamiento (condiciones)
8. Flujo de caja y el VAN Y TIR.
9. Conclusiones (aquí lo que deben es reafirmar la viabilidad del proyecto y los elementos).

