

PROGRAMA DE UNIDAD CURRICULAR INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO			
1. IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD CURRICULAR			
<b>Institución:</b> UNIVERSIDAD DE LOS ANDES			
<b>Carrera:</b> ADMINISTRACIÓN			
<b>Departamento:</b> CIENCIAS ADMINISTRATIVAS			
<b>Unidad Curricular:</b> INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO			<b>Código:</b> 2427
<b>Prelación:</b> SIN PRELACIÓN			<b>Condición:</b> OBLIGATORIA
<b>HT:</b> 3	<b>HP:</b> 1	<b>HL:</b>	<b>Créditos Académicos:</b> 3
<b>Ubicación:</b> SEGUNDO SEMESTRE	<b>Componente:</b> FORMACIÓN GENERAL		<b>Fecha de Aprobación:</b> SEMESTRE A-2016

## 2. JUSTIFICACIÓN O PROPÓSITO

La materia Innovación y Emprendimiento tiene por objetivo fomentar el potencial emprendedor que tiene cada estudiante, con la finalidad de estimular la identificación, creación y fortalecimiento de nuevos negocios que generen valor a la economía y al sistema empresarial del país.

Así mismo se pretende estimular la creación de empresas innovadoras, que realmente resuelvan los problemas que existen en el entorno donde funcionará la misma y también a estimular y generar inquietudes en los estudiantes sobre competencias y habilidades de un emprendedor, sobre la importancia de la innovación como agente diferenciador, sobre la aplicación de estrategia creativas para el desarrollo e impulso de empresas sostenibles y sustentables ya existentes o por crearse.

Todo ello, presenta un panorama que permite identificar oportunidades de negocio y/o crecimiento para la organización, las cuales pueden ser aprovechadas mediante el diseño de una propuesta de mercado que busque satisfacer una necesidad identificada, tomando en cuenta los gustos y preferencias del potencial consumidor, así como las capacidades propias de la organización.

Esta unidad curricular está dirigida a los estudiantes del segundo semestre de la carrera de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales; pretende coadyuvar al desarrollo integral del administrador y potencial gerente, con el fin de contribuir en su formación y consolidación de habilidades para analizar y tomar decisiones basados en herramientas de marketing como la investigación de mercados y la segmentación de los mismo.

## 3. COMPETENCIAS DEL PERFIL QUE DESARROLLA

### 3.1. Competencias Genéricas:

- a) **Emprendimiento, innovación y creatividad:** Genera propuestas originales y novedosas para responder a las necesidades del entorno, mediante iniciativas propias y el emprendimiento de nuevos proyectos.
- b) **Comunicación eficaz oral y escrita:** Comunica de manera clara y correcta ideas y opiniones en el idioma castellano, mediante la expresión oral, la escritura y los apoyos gráficos para un adecuado desempeño en entornos sociales y culturales diversos.
- c) **Aprendizaje, desarrollo personal y profesional:** Aprende por iniciativa e interés propio a lo largo de la vida, en función de sus objetivos y sobre la base de la formación adquirida, para adaptarse e impulsar nuevas situaciones y alcanzar la realización personal y profesional.
- d) **Ética, Responsabilidad Profesional y Compromiso Social:** Actúa con conciencia ética y cívica en el contexto local, nacional y global, sustentado en principios de valores y justicia en defensa de los derechos fundamentales del hombre para dar respuesta oportuna a las necesidades que la sociedad le demande, como persona, ciudadano y profesional, estimando el impacto económico y ambiental en las soluciones propuestas.
- a) **Investigación:** Aplica el pensamiento crítico, el conocimiento y los métodos de investigación para comprender la realidad, resolver problemas y generar nuevos conocimientos.
- b) **Liderazgo y Trabajo en Equipo:** Integra equipos de trabajo con adecuado desempeño en las relaciones interpersonales en los que fomenta valores como el respeto, la responsabilidad, la unidad y la cooperación, con el propósito de desarrollar proyectos que motiven y conduzcan hacia metas comunes.
- c) **Gestión Tecnológica:** Utiliza con idoneidad las tecnologías de la información y la comunicación requeridas para desempeñarse en el contexto académico y profesional.
- d) **Resolución de Problemas:** Identifica y plantea problemas para resolverlos con criterio y de forma efectiva utilizando la lógica, los saberes adquiridos y herramientas organizadas adecuadamente.
- e) **Compromiso con la Preservación del Ambiente:** Identifica el uso racional integral y equilibrado del ambiente, y en específico de los ecosistemas de su hábitat para su conservación en el tiempo.

### 3.2. Competencias Específicas:

- a) Se desempeña en las organizaciones para garantizar un adecuado funcionamiento y operatividad de las mismas con visión prospectiva a través de las condiciones de eficiencia y eficacia organizacional.
- b) Emprende proyectos de carácter administrativo para ser más competitivos a través de innovaciones que generen condiciones de mayor rentabilidad y bienestar social.
- c) Detecta y desarrolla oportunidades de negocio para crear empresas con responsabilidad social y contribuir al desarrollo económico.
- d) Toma decisiones para solucionar problemas organizacionales mediante metodologías cuantitativas, cualitativas y heurísticas.
- e) Detecta oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos.
- f) Aplica técnicas y métodos de desarrollo del propio potencial emprendedor.



- g) Maneja herramientas que estimulen la creatividad y la generación de iniciativas de negocio.
- h) Detecta oportunidades de negocio en el mercado.
- i) Interpreta las variables del entorno e identifica el impacto que tienen sobre los resultados del negocio.
- j) Diseña un plan de negocios.
- k) Diferencia los tipos de empresas que pueden constituirse.
- l) Conoce lo que es una empresa familiar y el por qué de su importancia.
- m) Conoce el ecosistema emprendedor local, regional y nacional que permiten al emprendedor tejer su red social conforme al tipo de negocio.

#### 4. PROBLEMA(S) DEL CONTEXTO:

- ¿Cómo crear y desarrollar emprendimientos sostenibles con enfoques creativos e innovadores?

#### 5. CRITERIOS DE DESEMPEÑO

##### 5.1. Criterios de las Competencias Genéricas:

- a) Genera propuestas innovadoras para responder a las necesidades del entorno, agregando valor mediante la diferenciación.
- b) Expresa adecuadamente sus propuestas innovadoras, utilizando medios orales y escritos acordes con el contexto en el que se desempeñe.
- c) Presenta una actitud proactiva en su proceso de aprendizaje, en correspondencia a sus objetivos personales y profesionales.
- d) Propone soluciones a las necesidades que la sociedad demanda tomando en cuenta su impacto en el entorno, sustentados en valores y principios éticos.
- e) Interactúa en su equipo de trabajo, cooperando de manera respetuosa y responsable para el logro de las metas comunes.
- f) Genera conocimientos aplicando métodos de investigación pertinentes a las situaciones que pretende resolver.
- g) Selecciona la herramienta tecnológica apropiada a los objetivos de innovación y emprendimiento que aspire alcanzar.
- h) Conoce la importancia de emprender nuevos negocios y la importancia de aplicar la innovación y la creatividad para desarrollar su idea de negocio o impulsar la empresa ya constituida.
- i) Es capaz de identificar sus habilidades o cualidades emprendedoras
- j) Construye conceptos y desarrolla aprendizajes significativos y cambios de actitudes que lo lleven a emprender en forma exitosa y creativa.
- k) Formula y desarrolla un proceso básico de creación y desarrollo de su idea innovadora y creativa partiendo de una situación concreta, caso, experiencia o aprendizaje.

##### 5.2. Criterios de las Competencias específicas:

- a) Demuestra claridad y oportunidad en las propuestas de negocio formuladas, considerando los cambios en el entorno y su impacto en el proceso gerencial asociado con el marketing.
- b) Aplica los elementos estratégicos de innovación y emprendimiento en las ideas de negocio presentadas.
- c) Investiga e integra información de mercado que apoya la factibilidad de las propuestas de negocio formuladas, considerando tendencias y potencialidades de los factores de cambio.



- d) Incorpora elementos de Responsabilidad Social en sus propuestas de negocio, en correspondencia con los principios éticos.
- e) Genera propuestas de negocio orientadas al mercado, considerando las necesidades de los diferentes actores sociales.
- f) Proyecta su sentido de conciencia ciudadana en las diversas intervenciones y productos académicos generados, considerando el impacto de sus decisiones en el entorno.

**6. CONTENIDOS (conceptuales, procedimentales y actitudinales):**

**UNIDAD 1. LA ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN**

**TEMA 1: LA INNOVACIÓN COMO FUENTE DE CRECIMIENTO ECONÓMICO**

- Concepto de innovación.
- El poder estratégico de la innovación.
- Diferencias entre innovación e invención.
- Tipos de innovación.
- El ciclo de la innovación.

**TEMA 2: LA INNOVACIÓN EN EL SECTOR INDUSTRIAL Y EN EL SECTOR SERVICIOS**

- Diferencias.
- El papel del capital humano en el proceso de innovación.
- Indicadores de innovación.

**UNIDAD 2. EL EMPRENDEDOR Y EL EMPRESARIO**

**TEMA 3: EL EMPRENDEDOR Y EL EMPRESARIO**

- Definición.
- Características.
- Rutas para llegar a estos roles.

**UNIDAD 3. PROCESO Y PROBLEMAS EN LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA**

**TEMA 4. LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA.**

- Factores condicionantes para la creación de una empresa.
- Identificación y evaluación de una oportunidad empresarial.
- Criterios para evaluar la oportunidad.

**TEMA 5. EL PLAN**

- El plan para una empresa.
- Problemas que afronta una nueva empresa.
- Factores de éxito o fracaso.

**UNIDAD 4. COMPRA DE EMPRESAS**

**TEMA 6. COMPRA DE EMPRESAS**

- La compra de una empresa existente.
- Tipos de compra.
- Etapas de un management buy-out.
- Evaluación de la empresa en venta.

**UNIDAD 5. ASPECTOS LEGALES Y OTRAS CONSIDERACIONES AL CREAR UNA EMPRESA.**

**TEMA 7. CONSIDERACIONES PARA CREAR UNA EMPRESA**

- Formas Jurídicas.
- Fases y requisitos para la puesta en marcha.
- Protección legal.

**TEMA 8. EMPRESAS EN INTERNET**

- Consideraciones para crear una empresa en Internet.
- Reserva de dominio.
- Proveedores de servicios en red.
- Ranking de empresas virtuales.

## UNIDAD 6. MEDIDAS DE FOMENTO EN EL MARCO INSTITUCIONAL VENEZOLANO PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS.

### TEMA 9. MEDIDAS DE FOMENTO PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS

- Parques científicos tecnológicos.
- Incubadoras de empresas.
- Cooperativas.
- Medidas de fomento.
- Instituciones gubernamentales y no gubernamentales que brindan apoyo. Asociaciones y Cámaras Empresariales.

#### 7. REQUERIMIENTOS

La unidad curricular Innovación y Emprendimiento no tiene prelación, sin embargo, se requiere que:

- El estudiante debe poseer conocimientos básicos de innovación y emprendimiento, creatividad y plan de negocio.
- El estudiante debe ser capaz de trabajar en equipo.
- El estudiante debe ser capaz de desarrollar ideas de negocio.
- El estudiante debe ser participativo, reflexivo, proactivo, colaborador, respetuoso de las opiniones de los demás, dispuesto a equivocarse y rectificar.

#### 8. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS (Actividades)

Se utilizará a la empresa generadora de bienes y servicios como objeto fundamental de análisis para desarrollar el curso académico. La enseñanza de esta unidad curricular debe seguir los enfoques del Aprendizaje Basado en Problemas (ABP) y Aprender Haciendo (AH). A su vez la experiencia de aprendizaje se afianzará en el uso de las TIC y en la cooperación para alcanzar en el estudiante las competencias definidas previamente. Por otro lado, el proceso de aprendizaje incluirá:

- Lecturas específicas de temas que incluyen reflexiones, explicaciones y ejemplos para ser discutidas en clase, así como debates.
- Método de aprendizaje cooperativo que implica el compromiso de los estudiantes a trabajar en colaboración para alcanzar los objetivos comunes, unido a la exposición de todos los participantes.
- Exposiciones magistrales de los contenidos conceptuales por parte de los grupos de estudiantes.
- Los estudiantes conformarán equipos de trabajo para desarrollar las actividades durante la clase y las que se hagan de campo.
- Aplicación de técnicas de investigación de mercado explicadas en clase, haciendo entrega de un proyecto innovador.
- Casos prácticos de análisis individuales y en equipo.

#### 9. EVALUACIÓN (Evidencias)

Pruebas escritas dentro del aula de clase	X
Pruebas escritas fuera del aula de clase	X
Pruebas orales	X

Presentación y defensa de problemas y casos de estudio	X
Ensayos	X
Audios y videos	X
Testimonios	X
Registro de observaciones	X
Registro de actitudes	X
Pruebas de actitudes	X
Autovaloración	X
Sociodramas	X
Mapa conceptual	X
Mapa Mental	
Proyectos	X
Modelo	
Prototipos	X
Informes finales	X
Servicios prestados	X

## 10. RECURSOS

1. Aboites, A., Jaime y Soria M., Innovación, Propiedad Intelectual y Estrategias Tecnológicas. No de catálogo 011705-01, 2002.
2. Antonelli (1999) The Microdynamic of Technological Change. Routledge, Londres y Nueva York.
3. Ashoka Emprendedores Sociales y Mckinsey & Compañía, INC., (2001)
4. Bateson, G. (1991). Pasos hacia una ecología de la mente. Buenos Aires: Planeta.
5. Birley, S. (1985), The role of Networks in the Entrepreneurial Process, Journal of Business Venturin, Vol. 1.
6. Borello, A., (2000), El Plan de Negocios, McGraw Hill, Interamericana Madrid.
7. Castillo, A. (1999). El estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. Chile: Intec-Chile.
8. Chiavenato, I. (2004). Comportamiento organizacional. México: Thomson Learning, Inc.
9. De Geus, A. (1998). La empresa viviente. Hábitos para sobrevivir en un ambiente de negocios turbulento. Buenos Aires: Granica.
10. Druker, Peter (1997), La Innovación y el Empresario Innovador. La práctica y los Principios. Editorial Apóstrofe. España.

11. Emprendimientos Sociales Sostenibles. Cómo elaborar planes de negocio para organizaciones sociales. Brasil: Editorial Fundación Peiròpolis.
12. Freeman, Christopher (1993), El Reto de la Innovación. La Experiencia de Japón, Editorial Galac, Caracas.
13. Fundación Ideas, (2006) Manual de Preparación de un Plan de Negocio, Ideas 2006, disponible en [www.ideas.com.ve](http://www.ideas.com.ve)
14. Geber M., (1997), El mito del Emprendedor. Paidós Iberica, Barcelona. España.
15. Gutiérrez, J.J. (1993), Modelo Inncrea: Ciclo Vivencial de Aprendizaje Creativo. Documento Interno no Publicado. Temuco: Innovación & Creatividad Consultores
16. Hendriks, G., Ludeman K., (1999), La Nueva Mística Empresarial. Urano, Barcelona. España.
17. Infoem, (S/A). El Servicio de atención emprendedor. Modelo para la pre incubación de empresas en Universidades. Caracas: Corporación Andina de Fomento (CAF).
18. Jacob Marta, Tintoré Joaquin y Torres Xavier (2001), La Innovación en los Servicios, Madrid.
19. Ludevid, M., y Ollé M., (1998), Cómo Crear su Propia Empresa. Factores Clave de Gestión.
20. Maslow, A.)1987). La Personalidad Creadora. Barcelona: Kairos
21. Meredith G., Nelson R., Neck, P., (1995) Lo que Todo Pequeño Empresario Debe Saber. Alfaomega, Mexico.
22. Rubio E., Cordón, E., Agote, L., (1999), Actitudes Hacia la Creación de Empresas: Un Modelo Explicativo. Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa. Vol. 8, No 3.
23. Tersura D., Olson P., (1993), Entrepreneurial Start-up Growth, A Classification of Problems, Entrepreneurship Theory and Practice, Spring.
24. Vainrub R., (1996) Nacimiento de una Empresa, Publicaciones UCAB., Caracas, Venezuela.
25. Documentos de la Corporación Parque Tecnológico.
26. Documentos de la Corporación del FOMDES.

Revista Debates, IESA.