

ANEXO

1. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

Nombre de la asignatura: Desarrollo Emprendedor

Carácter de la asignatura: Obligatoria

Área: Secretaría de Desarrollo y Relaciones Institucionales. Dirección de Vinculación y Graduados. Departamento de Transferencia, Propiedad Intelectual y Desarrollo Emprendedor

Carrera: Licenciatura en Biotecnología

Año lectivo: Desde 2026

2. CARACTERÍSTICAS DE LA ASIGNATURA

Ubicación de la materia en el plan de estudio: 4º año

Duración: Cuatrimestral

Profesor responsable de la asignatura: Esp. Silvina Mabel Dal Pont

Equipo docente: Esp. Silvina M. Dal Pont (Cátedra de Economía General), Mg. Mónica Francés (Cátedra de Turismo Rural), Lic. Mariano Villani (Cátedra de Agronegocios), Roger Andia (Cátedra de Economía Agraria) y Santiago Paez (Cátedra de Sistemas Agroalimentarios).

Docente invitado: Lic. Rubén César (UNGS).

Carga horaria para el estudiante: Cuarenta y dos (42) horas

Correlativas requeridas:

Aprobada: Biotecnología

Modalidad de enseñanza: Curso teórico-práctico.

3. FUNDAMENTACIÓN

La asignatura está destinada a desarrollar un conjunto de competencias emprendedoras útiles para la formación profesional en sentido amplio. Contempla la utilización de estrategias pedagógicas con especial énfasis en el aprender a aprender, el uso de recursos didácticos diversificados, tales como el “aprender haciendo” y el “aprender en el medio social”, y una fuerte y estrecha vinculación con el medio y con el ámbito de trabajo de profesionales de las diferentes carreras dictadas en la FAUBA.

Los contenidos se encuentran estructurados en torno al abordaje de una metodología para la definición de un modelo de negocios (CANVAS), lo cual puede definirse como la forma en la cual un emprendimiento lograr crear, capturar y distribuir valor socialmente útil. En este sentido, la asignatura brinda herramientas para que los estudiantes puedan contribuir en el análisis de la factibilidad económica, así como también social y ambiental; de nuevas ideas emprendedoras o emprendimientos en marcha, que tengan origen en el desarrollo de su experiencia personal y/o profesional.

Los modelos de negocio son considerados espacios abiertos de interacción con la sociedad, que se encuentran en constante proceso de cambios en relación con las demandas del entorno económico, productivo y social. Esto conlleva el fortalecimiento de competencias de cada uno de los perfiles profesionales de la FAUBA, no sólo para la formulación y/o diseño de nuevos proyectos o

emprendimientos, sino también en la evaluación crítica de los emprendimientos en marcha.

La dinámica de abordaje de la asignatura permite consolidar la noción de trabajo en equipo, donde la acción colaborativa se convierte en uno de los ejes centrales del aprendizaje. Los estudiantes encuentran un espacio para identificar distintas visiones, comportamientos sociales y formas de resolver situaciones problemáticas, ampliando de esta manera su propio perfil con alternativas diversas y nuevos enfoques.

4. OBJETIVOS

5. CONTENIDOS

5.1. Contenidos mínimos: RESCS-2025-1467-E-UBA-REC

Aprendizaje en contextos organizacionales. Competencias requeridas por el mercado laboral. Búsqueda y detección de oportunidades. La proactividad como factor necesario en el aprovechamiento de oportunidades. Trabajo en equipo y grupo. Factores que lo afectan. Resolución de problemas. Búsqueda de información y factores que la afectan. Planificación operativa y estratégica. Elementos de eficiencia y de calidad. La innovación como promotor del crecimiento. Las redes de apoyo para la generación y consolidación de emprendimientos. El diseño de estrategias para el mejoramiento y la ampliación de las redes de apoyo. La modelización de negocios. Emprendimientos para la solución de problemas sociales.

5.2. Contenidos desarrollados

Bloque I. Desarrollo de Competencias Emprendedoras a nivel Personal

Perfil emprendedor

Aprendizaje. Competencias requeridas por el mercado laboral. Características emprendedoras personales.

Oportunidades de negocios

La búsqueda de oportunidades. Creatividad, condiciones básicas para su desarrollo. Detección de oportunidades. La proactividad como factor necesario en el aprovechamiento de oportunidades.

Resolución creativa de problemas

Resolución de problemas. Redefinición de problemas. Causas y efectos. Pasos para la resolución de problemas. Aplicación práctica.

Trabajo en Equipo

Trabajo en equipo y grupo. Diferencias y características. Factores que lo afectan. Test de Belbin para la identificación de roles en el equipo de trabajo.

Negociación

¿Somos buenos negociando? El win-win de la negociación. Ejercicios prácticos de negociación.

La comunicación del emprendimiento

La comunicación como herramienta clave del emprendimiento. ¿Cómo comunicar nuestra idea?

Bloque II. Herramientas para la creación y desarrollo de emprendimientos

Modelo de negocios

La modelización de negocios. Herramientas para elaborar el modelo de negocios. Canvas y Lean Canvas.

Definición de clientes

Entendiendo ¿Quién es mi cliente? Conceptos básicos de marketing (4p + bases de segmentación). Estrategias básicas para componer las propuestas de valor.

Financiamiento

Necesidad de financiamiento, socios o inversores. Concepto de riesgo. Distintas herramientas de financiamiento en el mercado de capitales formal e informal. Redacción de aplicaciones a créditos, capital semilla, subsidios.

Redes de apoyo

Las redes de apoyo como activo estratégico para la generación y consolidación de emprendimientos. El diseño de estrategias para el mejoramiento y la ampliación de las redes de apoyo. El capital social. Mapeo de las redes de apoyo. Papel de las Redes Sociales.

Emprendimientos sociales

La generación de emprendimientos para la solución de problemas sociales. La gestión de la innovación dentro de las entidades sociales.

Costos e ingresos del emprendimiento

Análisis económico de la empresa. Concepto del costo de oportunidad. Identificación de los costos fijos y costos variables. Costos directos y costos indirectos. Precios y punto de equilibrio.

6. METODOLOGÍA DIDÁCTICA y FORMAS DE INTEGRACIÓN DE LA PRÁCTICA

Las clases se dictarán bajo la siguiente modalidad: 80% de las clases serán virtuales y el 20% restante serán presenciales. Las clases virtuales se desarrollarán en un 70% bajo la modalidad sincrónica y un 30% restante asincrónica. En las clases presenciales se desarrollarán las instancias de evaluación.

La metodología utilizada para la definición del modelo de negocios es CANVAS, desarrollada por Osterwalder y Pigneur (2011). Siguiendo la propuesta de los autores, los contenidos se organizan en torno a cubrir los 9 dimensiones o pasos. Las clases tienen prevista la participación de docentes y emprendedores invitados. Asimismo, los estudiantes se organizan en grupos y trabajan en la definición de un modelo de negocios.

Las estrategias de enseñanza incluyen i) aprendizaje colaborativo centrado en la acción; ii) análisis de casos de estudio contextualizados; iii) proyección de videos, iv) simulación de las etapas centrales del proceso emprendedor a partir de situaciones incidentales, v) desarrollo de un emprendimiento en el contexto real. Este tipo de estrategias se utilizan para las actividades prácticas durante la clase, abocadas a la definición de un modelo de negocios, así como también para las propuestas de trabajo asincrónicas.

Las técnicas y métodos de enseñanza incluyen: 1) Elementos de práctica reflexiva, mediante cuestionarios y problemas que se deberán resolver; 2) Retroalimentación permanente: las clases son teórico-prácticas, lo que supone que el alumno podrá interactuar con el docente y otros alumnos logrando a través de la clase un conocimiento compartido y una negociación de significados; 3) Uso de disparadores cognitivo para nuevos contenidos: se invita a la participación para la resolución creativa de una demanda o problema real, del ámbito económico, producto y/o ambiental.

7. FORMAS DE EVALUACIÓN

La evaluación se realizará en dos tramos de presentación de un proyecto de emprendimiento para el cual deberá presentar en la primera evaluación las cinco primeras dimensiones del modelo de negocios en base a CANVAS. La segunda evaluación parcial se realizará sobre las dimensiones restantes del mismo modelo CANVAS, para el emprendimiento seleccionado por el estudiante.

Asimismo, se realizará una evaluación conceptual considerando la participación en clase y el desempeño en la presentación oral del modelo de negocios (completo, en todas sus dimensiones). Se evaluará la capacidad de relación, reflexión y argumentación para disensos o consensos, respecto de los temas planteado en el curso.

Los estudiantes contarán con una instancia de recuperatorio para la presentación del modelo de negocios (completo, en todas sus dimensiones).

CONDICIÓN DEL ESTUDIANTE AL FINALIZAR EL CURSO

● PROMOCIÓN SIN EXAMEN FINAL:

1. Cumplir con el 80 % de la asistencia a las clases.
2. Alcanzar una nota igual o superior a 7 ($X \geq 7$) puntos en cada una de las evaluaciones parciales y en la evaluación conceptual.

● REGULAR:

- Cumplir con el 80 % de la asistencia a las clases.
- Alcanzar una nota entre 4 y 6 puntos en alguna de las evaluaciones parciales o en la evaluación conceptual.

- **LIBRE:**

- No cumple con el 80 % de la asistencia a las clases.
- Obtiene una nota igual o menor a 4 puntos en alguna de las evaluaciones parciales y en la evaluación conceptual.

Dadas las características del curso no se considerará la opción de evaluación de la asignatura en carácter libre.

8. BIBLIOGRAFÍA

8.1. Bibliografía obligatoria

- Blank, S., & Dorf, B. (2012). The Startup Owner's Manual: La guía paso a paso para construir una gran empresa. USA: DIATEINO. (Capítulo 3).
- Osterwalder, A., & Pigneur, A. (2011). Business Model Generation. Barcelona. España: Centro Libros PAPF.
- RED EMPRENDIA. (2012). Red emprendía: 100 buenas prácticas emprendedoras. Madrid. España: Netbiblo. (Capítulos 25-27).

8.2. Bibliografía complementaria

- Blank, S. (Mayo 2013). Por qué Lean Start-Up lo cambia todo. Harvard Bussines, 30- 37.
- Catmull, E. (2018). Creatividad, S.A.: Como llevar la inspiracion hasta el infinito y mas alla / Creativity, Inc. Madris. España: Penguin Random House Grupo Editorial.
- Gasca Rubio & Zaragoza Álvaro, (2014) Designpedia: 80 Herramientas Para Constr Tus Ideas. LEO.
- Kim, C., & Mauborgne, R. (2017). La Estrategia Del Océano Azul. Buenos Aires: Prof.
- Maurya, A. (2024) Running Lean. Cómo iterar de un plan A a un plan que funciona Universidad Internacional de La Rioja, S. A. (UNIR)
- Piscioni Perry, D. (2015). Secretos de Silicon Valley: Lo que hay para aprender de la capital mundial de la innovación. Washington: SV Links.
- Sábato, J. (2011). "El pensamiento latinoamericano en la problemática ciencia tecnología- desarrollo-dependencia". Ed. Biblioteca Nacional.
- De Pablo I., Alfaro F, Rodríguez M., Valdés E. (2012) Fomento de la figura d emprendedor social: La escuela de emprendedores sociales. Cap 26. En 100 buen prácticas en emprendimiento universitario. González SC, Asón Toca J.M. y Santamar Renedo A. Eds.p:140-144.
- Etzkowitz, H. (2002). "The Second Academic Revolution. MIT and the Rise Entrepreneurial Science. Routledge Press.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. En C. Ke Sexton, D., Vesper, K. (Ed.), Encyclopedia of Entrepreneurship: 72-90. Englewo Cliffs, New Jersey: Prentice-Hal.



1821 Universidad de Buenos Aires

Anexo Resolución Consejo Directivo

Hoja Adicional de Firmas

Número:

Referencia: ANEXO - EX-2025-04412410 - Asignatura obligatoria Desarrollo
Emprendedor - Licenciatura en Biotecnología

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 5 pagina/s.