



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

EAN

Escuela de
**Administración de
Negocios**

Programa de Curso

DN 0405 EMPRENDIMIENTO Y CREACIÓN DE EMPRESAS

La Escuela de Administración de Negocios.

Fundada en 1943, es una de las escuelas con mayor trayectoria en Costa Rica y Centroamérica en la formación de profesionales de alto nivel en las carreras de Dirección de Empresas y Contaduría Pública. Cuenta con un equipo de docentes altamente capacitado, así como un currículum actualizado según las necesidades actuales del mercado. A partir de junio 2016, el SINAES otorgó acreditación de ambas carreras a la Sede Rodrigo Facio.

Misión

Promover la formación humanista y profesional en el área de los negocios, con ética y responsabilidad social, excelencia académica y capacidad de gestión global, mediante la docencia, la investigación y la acción social, para generar los líderes y 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 Humanistas

Ética Tolerancia Solidaridad
Perseverancia Alegría

Valores Empresariales

Innovación Liderazgo Excelencia
Trabajo en Equipo Emprendedurismo
Responsabilidad Social

Una larga trayectoria de excelencia...





PROGRAMA DEL CURSO
DN-0405 CÁTEDRA EMPRENDIMIENTO Y CREACIÓN DE EMPRESAS
I CICLO 2024

DATOS DEL CURSO

Carrera: Dirección de Empresas

Curso del V ciclo del Plan de Estudios

Requisitos: DN-0304

Correquisitos: No tiene

Créditos: 3

Horas de teoría: 1 hora **Horas de laboratorio:** 0 **Horas de práctica:** 2 horas

PROFESORES DEL CURSO

GR	Docente	Horario de lecciones ^{1/}	Modalidad ^{1/}	Aula ^{2/}	Horario de Atención de Consultas ^{3/}
SEDE RODRIGO FACIO					
01	Rafael Herrera González	M: 10:00 a 12:50	Presencial	118 CE	M: 13:00 a 14:30
02	Percival Kelso Aguilar Segura (Coordinador)	M: 13:00 a 15:50	Presencial	120 CE	L: 17:00 a 18:30
03	Percival Kelso Aguilar Segura (Coordinador)	M: 16:00 a 18:50	Bimodal	142 CE	L: 18:30 a 20:00
04	Erick Molina Delgado	M: 19:00 a 21:50	Presencial	142 CE	K: 19:00 a 20:30
05	Ricardo Carvajal Alpírez	M: 19:00 a 21:50	Presencial	PD	M: 17:30 a 19:00
SEDES Y RECINTOS REGIONALES					
01	Vivian Murillo Méndez, Sede de Occidente	J: 14:00 a 16:50	Presencial	204	K: 15:30 a 17:00
21	Federico Rivera Romero, Recinto de Paraíso, Sede Atlántico	K: 8:00 a 10:50	Presencial	01	K: 14:00 a 16:00
01	Maryorie Rojas Vega, Sede del Caribe	K: 17:00 a 19:50	Presencial	0018	M: 17:00 a 18:30
01	Fernando Gutiérrez Coto, Sede de Guanacaste	L: 13:00 a 15:50	Presencial	17	L: 16:00 a 17:30
01	Jorge Luis González Villalobos, Sede del Pacífico	K: 17:00 a 19:50	Bimodal	C02	L: 16:30 a 18:00

^{1/} El grado de virtualidad y presencialidad se establece en la Resolución VD-11502-2020: Alto Virtual (75% virtual y 25% presencial), Bajo Virtual (75% presencial y 25% virtual), Bimodal (50% virtual y 50% presencial), Virtual (100% virtual) y Presencial (100% presencial).

^{2/} En algunos casos cuando la modalidad es Virtual o Alto Virtual no hay aulas previamente asignadas. La persona docente comunicará oportunamente el aula de las sesiones presenciales.

^{3/} La atención de las consultas a estudiantes se realizan de forma presencial y/o virtual, de acuerdo con la modalidad del curso, sin embargo a solicitud del estudiante y previo acuerdo con la persona docente, se podrán atender consultas por otro medio y en otro día u hora para cada caso particular, dentro del marco de la normativa de la Universidad de Costa Rica.

¹ Además de las horas lectivas del curso, el profesor(a) estará disponible para atender consultas a los estudiantes en el horario de atención indicado en el apartado IX de este programa.





DESCRIPCIÓN DEL CURSO

El propósito de este curso es dotar a los estudiantes con una educación integral en la formulación y desarrollo de modelos de negocio y planes de emprendimiento. Con un énfasis particular en la innovación y el emprendimiento, se alienta a los estudiantes a trabajar colaborativamente en equipos, navegando por el proceso emprendedor desde la ideación hasta la concreción de un plan de negocio viable.

Abrazamos una definición de innovación en constante evolución, guiada por el Manual de Oslo, que promueve la mejora y la creación de procesos, productos o servicios con valor de mercado. La innovación se presenta como una cualidad intrínseca del espíritu emprendedor, una predisposición a la mejora continua y a la realización empresarial. Este curso evalúa críticamente la viabilidad de los planes de emprendimiento, ponderando tanto su calidad conceptual, cuantificación de oportunidades de negocio como la habilidad expositiva del equipo durante la Feria de emprendimiento e Innovación Expoinnova.

Asimismo, se incita a los estudiantes de Dirección de Empresas a desarrollar una mentalidad emprendedora fortalecida por la ética y la responsabilidad social, resaltando valores como la solidaridad, la tolerancia y la perseverancia, y habilidades como la comunicación asertiva y la dinámica de grupo. El curso busca una aplicación práctica de estos principios, fundamentales para el desarrollo profesional y personal.

En suma, el curso enfatiza la materialización de ideas innovadoras, integrando conocimientos previos en el diseño del plan de negocio y promoviendo una presentación convincente y fundamentada de las propuestas empresariales.

II. OBJETIVO GENERAL

Analizar de manera integral los diversos factores que inciden en la gestación y evolución de iniciativas empresariales con miras comerciales o sociales y auto gestionables. Generando en los estudiantes una cultura empresarial que privilegie la innovación y el emprendimiento, fomentando un espíritu proactivo y creativo que también beneficie a las comunidades involucradas en los proyectos de negocio concebidos.

III. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar con el estudiantado el perfil y las características del espíritu emprendedor.
- Familiarizar a la población estudiantil 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 emprendimiento bien escrito, fundamentado, conciso, preciso, efectivo y práctico.
- Comprender y aplicar las habilidades requeridas para una persona emprendedora.
- Conocer diferentes experiencias exitosas en la formación de empresas.
- Organizar y participar en la actividad Expoinnova, para que el estudiantado exponga sus planes de emprendimiento.





- Fomentar en el estudiantado la cultura del emprendimiento y motivarlos a seguir una carrera emprendedora.
- Integrar la ética y la responsabilidad social en el análisis del contenido programático del curso, y profundizar en el diálogo y la reflexión sobre los valores de solidaridad, tolerancia y perseverancia, así como sobre la importancia de desarrollar y aplicar las competencias de comunicación asertiva, relaciones interpersonales y trabajo en equipo.

IV. CONTENIDO PROGRAMÁTICO

TEMA 1: La persona emprendedora y su entorno

- Se explica en detalle el programa del curso y su naturaleza de seminario taller y la importancia de que el estudiantado investigue e integre de forma práctica las actividades de su grupo de trabajo.
- Exploración de qué significa ser emprendedor, a través de conocer a emprendedores, sus historias y casos de éxito. Discusión sobre la motivación, los riesgos asociados y las contribuciones del emprendimiento al desarrollo económico. Se enfatizará la ética y la responsabilidad social como fundamentos del emprendimiento sostenible.
- Este tema se sumerge en el emprendedurismo tecnológico, abordando las tendencias actuales. Se discutirán las ventajas y desafíos específicos de emprender en el sector tecnológico.
- Identificación de oportunidades para emprender que busquen resolver grandes retos Globales.
- Se analiza la guía de plan de emprendimiento y de la lectura relacionada con el tema de la innovación y la creatividad. Se implementan técnicas para la conformación de los equipos de trabajo.

TEMA 2: Desarrollo de ideas a través de la creatividad

- Enfoque en la creatividad como herramienta para generar ideas de negocio, con ejercicios prácticos para la resolución creativa de problemas y el reconocimiento de oportunidades. Se incluirá:
 - Técnicas creatividad para fomentar la generación de ideas.
 - Ejercicios de pensamiento lateral que impulsen la innovación.
 - Herramientas libres de inteligencia artificial generativa, como ChatGPT y Copilot, para expandir el proceso creativo y generar ideas disruptivas.
- Desarrollo de la propuesta de valor, que permita a los estudiantes identificar necesidades, dolores y alegrías relacionados al reto de negocio a desarrollar como idea emprendedora.

TEMA 3: Diseño del plan de negocios

- Transformar una idea en un plan de negocio estructurado. Este proceso comienza con la definición clara de la idea de negocio, seguida de un análisis exhaustivo de su viabilidad y potencial en el mercado.
- Conceptualizar la idea de negocio identificando una necesidad del mercado y formulando una propuesta de valor única. Se guiará a los estudiantes a través de la estructuración de su visión





empresarial, abordando aspectos críticos como el segmento de clientes, las relaciones con los clientes, los canales de distribución, y las estructuras de costos e ingresos.

- Uso del Modelo de Negocio Canvas, una herramienta visual que permite mapear los componentes clave de una empresa, asegurando que los estudiantes comprendan la interconexión entre los nueve bloques que lo conforman: Segmentos de Clientes, Propuestas de Valor, Canales, Relaciones con Clientes, Fuentes de Ingresos, Recursos Clave, Actividades Clave, Asociaciones Clave y Estructura de Costos.
- Diseño de prototipos de baja fidelidad, para la materialización temprana de las ideas, proporcionando una representación concreta que puede ser evaluada y mejorada. Los prototipos de baja fidelidad, como bocetos, maquetas o storyboards, son herramientas claves para visualizar la propuesta de valor y la experiencia del cliente sin invertir demasiados recursos. Al construir y testear prototipos simplificados, los estudiantes aprenden a iterar rápidamente sobre su diseño, identificar errores y refinar su modelo de negocio antes de avanzar hacia desarrollos más costosos y complejos.

TEMA 4: Aspectos de mercadeo, producción, finanzas y legal.

- Análisis de las variables de mercadeo en los planes de emprendimiento.
- Análisis de las variables de producción y las finanzas en los planes de emprendimiento.
- Análisis de variables finanzas en los planes de emprendimiento y proyecciones financieras.
- Revisión del flujo de efectivo acorde con las características del proyecto.
- Análisis de diversas fuentes de financiamiento desde capital, ahorros personales hasta inversores ángeles y capital de riesgo (tradicionales y alternativas).
- Pasos básicos para inicio de la formalización del emprendimiento en Costa Rica.
- Presentación de las iniciativas de negocio, a través de herramientas como “Pitch” para la comunicación.

V. ASPECTOS METODOLÓGICOS

- a. El personal docente y la población estudiantil desarrollarán las clases dentro de un ambiente de tolerancia, respeto y comunicación asertiva. El profesorado promoverá el trabajo en equipo, en un plano de igualdad de oportunidades y sin discriminación de ninguna especie, de forma tal que se garantice un ambiente de diálogo y libre expresión de las ideas y opiniones.
- b. El curso se desarrollará bajo un proceso de enseñanza aprendizaje bajo el enfoque constructivista donde el personal docente actuará como un facilitador del proceso de aprendizaje del estudiantado. Para ello, se fomenta la metodología de APRENDER HACIENDO, por lo que el curso se imparte bajo la modalidad de TALLER, en que el estudiantado es una persona PROACTIVA que tendrá bajo su responsabilidad la definición de un MODELO DE NEGOCIO y la elaboración de un PLAN DE EMPRENDIMIENTO. El papel del personal docente será actuar como facilitador, deberá orientar y acompañar al estudiantado respecto al proceso de generación de la idea para su emprendimiento y





respecto a la metodología para elaborar dicho plan. El rol de la persona docente es funcionar como *coach* y *mentor* (orientación y tutoría).

- c. Este curso se impartirá de manera presencial. Se utilizará la plataforma de mediación virtual para poner a disposición del estudiantado los materiales del curso, realizar evaluaciones y actividades como foros, así como también recibir tareas, trabajos y realizar los comunicados formales del curso. Además, de manera complementaria puede utilizarse otra(s) plataforma(s) para facilitar la interacción del profesorado y estudiantado durante el horario de lecciones y de atención de consultas.
- d. Por medio de charlas (bajo la modalidad presencial, virtual y/o híbrida) conocidas como “¡Atrévete a Emprender!”, se invita a personas emprendedoras, expertas en el tema (nacionales e internacionales) y miembros del Sistema Nacional de Emprendimiento. El objetivo de esta actividad es que el estudiantado conozca herramientas, buenas prácticas y experiencias exitosas de negocios, y obtenga información sobre las posibilidades que ofrece en el país para emprender. La participación es obligatoria y el estudiantado debe presentar al profesorado un reporte de no más de tres páginas sobre los temas tratados (letra Arial 11, interlineado 1.15).
- e. Al final del ciclo lectivo el estudiantado presenta sus ideas de negocio y planes de emprendimiento en la competencia de ideas de negocios denominada Expoinnova, la cual es una actividad que forma parte del Proyecto Emprender e Innovar EAN-UCR², de la Escuela de Administración de Negocios. La organización de la actividad estará a cargo de la coordinación del proyecto y de un comité conformado por estudiantes de la Cátedra. Los lineamientos para la participación en esta actividad se formalizarán en el “Reglamento de Participación en Expoinnova 2024”.
- f. Como parte de las lecturas de apoyo a los temas que se desarrollan en cada clase se utilizarán al menos dos lecturas en idioma inglés, con el objetivo de fortalecer la comprensión de lectura en este idioma. Debido a que en los grupos hay estudiantes con diferente nivel lingüístico, la discusión de los temas, reportes o presentaciones acerca del material leído se realizará en idioma español.

Objetivos de los aspectos metodológicos:

- a. Fomentar el aprendizaje colaborativo.
- b. Fortalecer el trabajo en equipo.
- c. Fomentar la cultura emprendedora.
- d. Promover el aprender haciendo.
- e. Promover el uso de instrumentos de investigación.
- f. Promover la lectura y comprensión de material didáctico de interés del curso, en idioma inglés.

Objetivos de las competencias éticas:

- a. Fomentar el respeto entre los compañeros, en la relación profesor-estudiante y demás miembros de la comunidad universitaria.
- b. Fortalecer la responsabilidad en el cumplimiento de tareas y compromisos.
- c. Promover sostenibilidad ambiental y la responsabilidad social.

² El Proyecto Emprender e Innovar EAN-UCR es un proyecto registrado ante la Vicerrectoría de Acción Social, entre sus actividades principales se encuentran las competencias de ideas de negocios denominadas Expoinnova y Generación E, en la que participan los estudiantes de la cátedra DN-0405 y DN-0101, respectivamente.





A través de los siguientes componentes de la evaluación, en lo que resulte pertinente en cada uno de los temas, se integrarán aspectos sobre ética, responsabilidad social y emprendimiento. También se tomará en consideración la aplicación de los valores y competencias referidos en la descripción del curso.

VI. SISTEMA DE EVALUACIÓN

El siguiente sistema de evaluación aplica para todos los estudiantes, **excepto los que son seleccionados para conformar el Comité del Proyecto Emprender e Innovar EAN-UCR:**

Rubro	Contenido	Porcentaje
1. Participación en actividades	Participación y reporte 1° Charla ¡Atrévete a Emprender!	5%
	Participación y reporte 2° Charla ¡Atrévete a Emprender!	5%
	Presentación tendencias tecnológicas exponenciales	2,5%
	Contrato de equipos	2,5%
2. Actividades de estudio	Desarrollo de las actividades de estudio a resolver (7,5% cada actividad, 1 individual y 1 en grupo).	15%
3. Plan de emprendimiento		
3a. Informes Preliminares	Sección I - Informe Naturaleza de la Idea de Negocio y su Modelo de Negocio	10%
	Sección II – Informe de Mercadeo y prototipo	10%
	Sección III – Informe de Operaciones	10%
	Sección IV – Informe de Finanzas	10%
3b. Informe Final	Modelo de Negocio y Plan de Emprendimiento	10%
3c. Presentaciones en Clase	Defensa Modelo de Negocio y Plan de Emprendimiento	10%
4. Actividad Expoinnova		
	Presentación de la idea de negocio y plan de emprendimiento	10%
NOTA FINAL		100%

Notas aclaratorias de la evaluación:

No se repetirán evaluaciones, a excepción de los casos justificados conforme lo establecido por la normativa universitaria según el Art. 24 del Reglamento de Régimen Académico Estudiantil.

La persona estudiante que obtenga una nota final del curso igual o superior a 6.0 pero inferior a 7.0, tiene derecho a efectuar un examen de ampliación en la fecha establecida en el cronograma, en el cual se evaluará todo el contenido visto en el curso.





1. Participación (15%)

1.a. Formación de equipos de trabajo:

En la primera clase se conformarán los equipos de trabajo para el desarrollo de una idea de negocio y la formulación de los planes de emprendimiento. Los equipos de trabajo tendrán como máximo 5 (cinco) estudiantes. A partir de la conformación de los grupos se espera promover el surgimiento de liderazgos, por ello **cada grupo una vez conformado debe nombrar un líder de grupo** (el cual será la persona enlace entre el equipo y el Comité del Proyecto Empezar e Innovar EAN-UCR), **un verificador y un integrador**.

El líder de grupo se encarga de distribuir las tareas, dar seguimiento a los aportes del grupo, definir fechas de entrega, dirimir conflictos y/o comunicarlos al docente en caso de requerirse, además. En el caso del verificador, será la persona encargada de constatar que los aportes entregados por los participantes cumplan con lo requerido por el líder, con las instrucciones de la asignación, con el formato APA, con la profundidad y calidad requerida por el docente y las fuentes bibliográficas mínimas requeridas.

El integrador, debe una vez revisado por el verificador unir todo el trabajo homologando el formato y asegurándose que la información, así como sus soportes estén disponibles para todos los miembros del grupo.

Cada grupo de trabajo se encuentra habilitado para despedir a cualquiera de sus miembros en estricto apego a la objetividad, para dicho despido, sin importar el rol que el miembro del equipo tenga, se requiere la mayoría simple del grupo restante, mediando una evaluación anticipada donde consten los motivos fundamentados de su despido. Los miembros que sean despedidos del grupo, podrán unirse a otros grupos de trabajo para lo cual deberán negociar por su cuenta la aceptación del nuevo grupo, durante el período que no cuente con grupo, no se repondrá, ni se les asignará por parte del docente un caso, tarea u trabajo adicional para reponer la puntuación.

Asimismo, los miembros de los grupos individualmente podrán renunciar a los equipos, emitiendo una evaluación anticipada con los motivos fundamentados de su renuncia, podrán unirse a otros grupos de trabajo para lo cual deberá negociar por su cuenta la aceptación del nuevo grupo elegido, la renuncia estará sujeta a la aprobación del docente.

La Universidad de Costa Rica promueve la inclusión, partiendo de esta premisa, es importante que como estudiantes aprovechen los trabajos grupales para aprender a partir de sus diferencias individuales y fortalecer los entregables a partir de la heterogeneidad, propugnando a partir de dichas diferencias un mejor rendimiento, satisfacción y progreso, en razón de ello cada grupo de trabajo queda habilitado para promulgar sus propias reglas de trabajo y reglamento interno al momento de su conformación, dichos lineamientos deben constar y ser publicados en la herramienta de trabajo colaborativo en Mediación virtual y ser concordantes con lo requerido por el programa y las rúbricas de evaluación.

La persona líder de cada equipo debe informar a la Coordinación del Proyecto Empezar e Innovar EAN-UCR, la siguiente información de los integrantes del equipo: nombre completo y apellidos, carné, correo electrónico y teléfono. Esta información se recibirá únicamente por medio de un formulario, cuyo enlace se les facilitará el primer día de clases por parte de la persona docente del curso.





Las primeras actividades a desarrollar por los equipos de trabajo serán con el objetivo de generar, evaluar y seleccionar la idea de negocio para desarrollar su plan de emprendimiento. Esta etapa es fundamental para el proyecto. El propósito es que el estudiantado conozca algunas tendencias en el entorno e identifique oportunidades de proyectos o productos o servicios innovadores en el mercado nacional.

Cada profesor(a) evalúa la viabilidad de las ideas de negocios propuestas por sus grupos de acuerdo a: grado de innovación, viabilidad técnica, financiera y ambiental. Además, aplica el primer filtro de revisión para que las ideas de sus grupos no sean iguales (ideas entre las cuales no haya un valor agregado diferenciador) o iguales a ideas presentadas en años anteriores.

Una vez que se cuente con la aprobación del profesor(a), la persona coordinadora de cada equipo de trabajo debe enviar la información de la idea de negocio principal y dos ideas adicionales, en el plazo establecido en el cronograma y por el medio que le indicará oportunamente el Comité del Proyecto Emprender e Innovar EAN-UCR (en adelante “el Comité”).

El Comité preparará una base de datos de las ideas de negocios en la cual registrará además de la información del proyecto, la fecha y hora de envío de la información al Comité.

En caso de ideas iguales se aplicará la regla “primero en tiempo, primero en derecho”, en el entendido de que se aprobará la idea que fue enviada primero al correo del Comité y se solicitará al o a los otros grupos, cambiar la idea o bien modificarla hasta que un equipo de profesores de la cátedra, verifique que se logre diferenciar sustancialmente la propuesta de valor respecto a las otras ideas.

1.b. Participación en las sesiones de clases: Por las características del curso seminario-taller, donde en clase se trabajará en el desarrollo de la idea de negocio y elaboración del plan de emprendimiento, en todas las clases se evaluará la participación activa (cuestiona y aporta ideas) de las y los estudiantes. El profesorado realizará un control sobre la participación en cada una de las sesiones.

1.c. Participación en las charlas: “¡Atrévete a Emprender!”. El objetivo de esta charla es que el estudiantado conozca herramientas, buenas prácticas y experiencias exitosas de empresas y algunas técnicas prácticas, y obtengan información sobre las posibilidades que se ofrecen en el país para emprender. La participación en las charlas es obligatoria (bajo modalidad presencial / virtual) y el estudiantado debe presentar a la persona docente un reporte de no más de tres páginas (letra Arial 11, interlineado 1.15) sobre los temas tratados.

Cuadro de charlas “¡Atrévete a Emprender!”

Conferencias Virtuales/Presenciales	Fechas	Organiza grupo
1 Charla ¡Atrévete a Emprender	20 al 26 Mayo	Cátedra DN-0405
Charla inaugural sobre experiencias empresariales	01 al 07 de Julio	Comité Proyecto Emprender e Innovar EAN-UCR y Cátedra DN-0405





2. Actividades de estudio (15%)

Con el objetivo de aproximar al estudiantado a la realidad del emprendimiento, se pretende generar experiencias prácticas, dando oportunidad de acercarse a emprendedores reales y solucionando casos de estudio.

Durante el curso se desarrollaran 2 actividades de estudio para el aprendizaje individual y grupal, asociados a los temas del curso que le permitirán la aplicación práctica de los conocimientos.

Las actividades de estudio serán evaluados con la siguiente rúbrica.

Rúbrica para la evaluación de los casos				
Criterio / Puntaje	Excelente 100%	Bueno 75%	Regular 50%	Deficiente 25%
Análisis 30 pts	Cumple con lo requerido por las indicaciones y demuestra una comprensión compleja de la situación y sus componentes. Presenta un análisis perspicaz y completo de los elementos involucrados en la situación que estudia, e incluye todos los aspectos que respaldan las afirmaciones y conclusiones. La interpretación de los datos es razonable, objetiva y demuestra que investigó más allá del material asignado.	Cumple con lo requerido por las indicaciones y demuestra el logro de la comprensión de la situación y sus componentes. Presenta un análisis completo de la mayoría de elementos involucrados en la situación que estudia, e incluye la mayoría de los aspectos que respaldan las afirmaciones y conclusiones. La interpretación de los datos es razonable, objetiva.	Cumple con la mayoría de las indicaciones y demuestra una comprensión aceptable de la situación y sus componentes Presenta un análisis superficial de algunos de los elementos involucrados en la situación que estudia. Omite respaldos para sus afirmaciones y conclusiones. La interpretación de los datos presenta debilidades.	Cumple algunos aspectos requerido por las indicaciones, demuestra una inadecuada comprensión de la situación y sus componentes. Presenta un análisis incompleto de los elementos involucrados en la situación que analiza. La interpretación de los datos es inadecuada y no logra una explicación clara.
Argumentación 20 pts	Apoya su tesis de defensa a la actividad en un diagnóstico y opiniones con base en argumentos sólidos y evidentes con un lenguaje técnico apropiado. Presenta un punto de vista crítico y balanceado.	Apoya el diagnóstico y opiniones con base en razones y evidencias. Presenta un punto de vista crítico y con buen balance. La interpretación de los datos es razonable y objetiva.	Apoya el diagnóstico y opiniones con base en razones y evidencia limitadas. Presenta sus razones desde una sola perspectiva.	Apoya el diagnóstico y opiniones con pocas razones y escasa evidencia. Presenta sus razones desde una sola perspectiva.
Redacción y estilo 15pts	La redacción de la actividad de estudio es clara, concisa y correcta. Incluye detalles y datos relevantes de información, con una organización excelente.	La redacción del estudio de casos es completa en términos de claridad y concisión y contiene pocos errores. Incluye suficientes detalles y datos relevantes de información bien organizados.	La redacción es confusa, poco concisa o contiene numerosos errores. Contiene insuficientes detalles y datos de información. Carece de organización.	La redacción no tiene enfoque, divaga entre un tema y otro y contiene errores múltiples. No ofrece detalles ni información relevante. Pobremente organizada.





APA 15 pts	Utiliza el estilo editorial de la APA de forma precisa y consiste.	Utiliza el estilo editorial de la APA con fallas menores.	No aplica	No utiliza el estilo editorial de la APA.
Discriminación de la información 20 pts	Se evidencia una gran capacidad para extraer la información relevante con el fin de aplicarla en la resolución de problemas, así como para desechar datos irrelevantes. Se realizan procesos de investigación robustos utilizando al menos 3 fuentes bibliográficas adicionales a las entregadas por el docente.	Se evidencia una capacidad adecuada para extraer la información relevante con el fin de aplicarla en la resolución de problemas, así como para desechar datos irrelevantes. Sin embargo, hay ciertos aspectos de mejora en esta área. Utiliza al menos 2 fuentes bibliográficas adicionales a las entregadas por el docente.	Se evidencian algunos problemas para extraer la información relevante con el fin de aplicarla en la resolución de problemas, así como para desechar datos irrelevantes. Se dejan por fuera ciertos aspectos clave para resolver el caso de forma adecuada.	Se evidencian muchos problemas para extraer la mayoría de la información relevante para resolver el caso. Por el contrario se utiliza información que aporta poca utilidad para la resolución del problema
El puntaje se calcula con base a 100 puntos.				

3. Plan de emprendimiento

Durante 15 semanas, los estudiantes tendrán la oportunidad —en congruencia con las habilidades y conocimientos del curso— de desarrollar una idea de negocio a través de un plan de emprendimiento, desarrollado en grupos. Estos competirán por la mejor idea de negocio en una feria de emprendimientos abierta al público y con posibilidad de exponer sus proyectos; estos proyectos deben promover la innovación y pensamiento creativo a través de la propuesta de un plan de negocios.

La propuesta del plan de negocio debe estar enfocada en alguna de la siguientes categorías:

a. Tecnologías emergentes

Categoría centrada en proyectos que aplican tecnologías avanzadas para resolver problemas sociales, mejorar la calidad de vida, y facilitar una interacción más eficiente y significativa dentro de la sociedad. Los emprendimientos aquí buscan innovar e interactuar con el mundo digital y físico, incorporando desarrollos en inteligencia artificial, internet de las cosas (IoT), software y aplicaciones móviles, entre otros, para hacer frente a desafíos sociales actuales. Ideal para estudiantes interesados en cómo la tecnología puede ser utilizada para un impacto social positivo, esta categoría invita a proyectos que buscan cerrar brechas digitales, mejorar el acceso a la educación, la salud, y más, mediante soluciones tecnológicas.

b. Salud, Bienestar y Ambiente

Categoría enfocada en emprendimientos que promueven un estilo de vida saludable, el bienestar y medio ambiente, a través de prácticas sostenibles y el uso responsable de recursos. Aquí, el interés se centra en productos y servicios que no solo benefician la salud física y mental de los individuos, sino que también aseguran el cuidado del planeta. Esto incluye innovaciones en productos de cuidado personal, alimentos y bebidas saludables, plataformas de bienestar, y tecnologías para el bienestar ambiental, todos diseñados con un enfoque en la sostenibilidad, ingredientes naturales, y la promoción de un ciclo de vida del producto eco-amigable. Es ideal para soluciones que buscan combinar pasiones





por la salud, el bienestar y el medio ambiente en negocios que contribuyan a una sociedad más sana y un planeta más sostenible.

c. Innovación Social

Categoría diseñada para inspirar proyectos que se centren en el impacto social y comunitario, promoviendo modelos de negocio que se alineen con los principios de equidad, inclusión y beneficio mutuo. Se busca el desarrollo de iniciativas que no solo busquen la viabilidad económica, sino que también aborden problemas sociales mediante la creación de valor compartido. Desde empresas que ofrecen soluciones de empleo para grupos marginados hasta plataformas que facilitan el acceso a servicios básicos para comunidades desatendidas, esta categoría pone de relieve el potencial del emprendimiento para fomentar una economía más justa y solidaria.

El estudiantado utilizará para elaborar el plan de emprendimiento, apoyo en los temas de mercadeo, diseño, aplicación de estrategias metodológicas y de instrumentos de investigación. Por ejemplo: guías de observación, encuestas, entrevistas y/o grupos focales, entre otros.

Cada grupo desarrolla su propio plan de emprendimiento el cual será expuesto al final del curso y competirán por la mejor idea de negocio en la feria de emprendimientos Expolnova abierta al público y con posibilidad de exponer sus proyectos en los medios.

Se pondrá especial énfasis a la asistencia de cada estudiante a las sesiones de trabajo de su propio grupo. Cada profesor(a) revisará los planes de emprendimiento de sus respectivos grupos.

Se sugiere a los equipos considerar la participación inter y multidisciplinaria de estudiantes y docentes de otras carreras para que fortalezcan el área técnica de desarrollo de producto. Se buscará el apoyo de otras Escuelas o Unidades de la Universidad, tales como, la Escuela de Tecnología de Alimentos (ETA), Escuela de Nutrición (ENu), Escuela de Agronomía, Ciencias de la Computación e Informática (ECCI), la Agencia Universitaria para la Gestión del Emprendimiento (AUGE), dependiendo de las necesidades de cada idea de emprendimiento.

Cada grupo (previamente asignado por el profesor) debe presentar una iniciativa de emprendimiento que cuente con las siguientes características:

- **Ser creativa e innovadora:** La creatividad es el proceso por medio del cual las ideas de negocio son generadas, desarrolladas y transformadas en valor agregado. No es necesario inventar lo que ya está inventado, pero sí identificar nuevas posibilidades de hacer las cosas y garantizar diferenciación. Lo que buscamos es que tu propuesta sea diferenciada e innovadora.
- **Satisfacer necesidades reales:** Pensando como emprendedor, identificando necesidades, problemas y tendencias de las personas, alternativas de satisfacción o solución para otros.
- Permitir **ser rentable:** En el proyecto deben reflejar los estudios de factibilidad de la propuesta, a fin de que sea atractiva para los inversionistas.
- **Reflejar responsabilidad:** Debe evidenciar un sentido de responsabilidad social individual, empresarial o gubernamental. Desde la idea de negocio debe pensar en impactar, en identificar claramente el beneficio social de la idea.
- **Utilizar tecnología:** Es ineludible pensar en un emprendimiento que no eche mano de la tecnología; un emprendimiento tecnológico facilita la prosperidad de los individuos, las empresas, las regiones y las naciones. Las iniciativas de emprendimiento que se presenten deben estar





basadas en tecnología, y los productos o servicios se deben orientar a mejorar o transformar el producto o servicio que reciben sus clientes.

3a. Informes Preliminares e Informe final escrito (60%)

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

El documento formal de máximo 25 páginas, que puede extenderse hasta 35 con Anexos.

El documento debe incluir las siguientes partes:

1. Portada
2. Índice
3. Resumen ejecutivo (1-2 páginas)
4. Sección 1. Idea, propuesta de valor y modelo de negocio.
5. Sección 2. Mercadeo y prototipo
6. Sección 3. Operación
7. Sección 4. Estudio de Factibilidad Financiera
8. Conclusiones
9. Anexos

Para la evaluación del plan de emprendimiento final, este será calificado de acuerdo a la siguiente rúbrica.

Informe final escrito (15%)

Criterio/ puntaje.	Cumple o excede lo requerido (10)	Cumple lo requerido con fallas menores (8.5)	Cumple la mayoría de lo requerido (6)	Cumple con deficiencias (4)	No cumple (0)
Su presentación es fácil de leer, presenta suficiente información sobre los datos de la empresa y sus características, existiendo una descripción clara de la idea siendo original o innovadora,					
Presenta un estudio de mercado donde abarca el futuro de la empresa justificando las decisiones y conclusiones. Hace una descripción técnica del producto. Define su mercado describiendo claramente el comportamiento del bien o servicio identificando claramente su competencia (empresas) y obstáculos en su desarrollo. Argumenta el uso de las 4P.					
Explica y grafica los costos fijos y variables, define su precio de venta, elabora proyecciones de venta haciendo uso del punto de equilibrio, elabora la lista de sus posibles proveedores, presenta un diagrama					





de flujo para la explicación de los procesos en la elaboración del producto o del servicio.					
El plan de negocios estima las ventas, los costos, las estrategias de financiamiento, el flujo de efectivo, el balance general, las razones financieras, las fuentes de financiamiento, los puntos de equilibrio, los registros contables que debe mantener y el tipo de sistema contable que pretende utilizar.					
El plan de negocios determina si existirán derechos de propiedad intelectual, los contratos que requerirá, los impuestos que deberá pagar y las regulaciones gubernamentales que la afectarán.					
El plan de negocios define como pretende el negocio crecer, los retos que deberá enfrentar, las posibilidades de franquiciar el negocio y las condiciones bajo las cuales dejaría el negocio.					
El puntaje se calcula con base a 60 puntos.					

3c. Presentación final: Defensa Oral: (10%)

La exhibición del producto o servicio se realiza en el contexto de una exhibición de innovación empresarial, en la cual el estudiante debe defender su idea de negocio y presentar su prototipo, evidenciando su habilidad para persuadir y atraer inversionistas. Todos los equipos deberán asumir el papel de una persona inversionista ángel. Para ello, durante la sesión de presentaciones de los planes de emprendimiento se utilizará un formulario de inversión en el cual cada equipo deberá asignar la inversión hipotética de US\$ 50.000, en al menos dos de los negocios presentados por los equipos en el curso (excepto en su propia idea de negocio). Los grupos deberán invertir en múltiplos de US\$ 10.000. Es requisito para este plan de emprendimiento que todos los miembros del grupo asistan y participen activamente en las sesiones de presentación. El documento deberá ser firmado por cada miembro del equipo e incidirá en la evaluación de la presentación final. El tiempo para la defensa oral de cada proyecto es de 12 minutos.

Se evalúa de acuerdo con la siguiente rúbrica:

Criterios	1	2	3	4
1. Exhibición del producto o servicio	La forma de organizar los elementos y recursos de la exhibición no permiten identificar cuál es el producto	La forma de organizar los elementos y recursos de la exhibición no permiten una identificación inequívoca del	La forma de organizar los elementos y recursos de la exhibición permiten identificar cuál es el producto (bien o servicio).	La forma de organizar los elementos y recursos de la exhibición permiten una identificación inequívoca del





	(bien o servicio) que se pretende vender	producto (bien o servicio).		producto (bien o servicio).
2. Mercado meta	El diseño y organización de elementos visuales y demostrativos del producto es pobre y no evidencia su dirección al mercado meta.	El diseño y organización de elementos visuales y demostrativos del producto no evidencia claramente dirección hacia el mercado meta propuesto en el plan de negocio y plan de mercadeo.	El diseño y organización de los elementos visuales y demostrativos del producto están orientados al mercado meta.	El diseño y organización de los elementos visuales y demostrativos del producto están orientados al mercado meta del mismo, de conformidad con lo propuesto en el plan de negocio y en el plan de mercadeo.
3. Material complementario	El material impreso o digital insuficiente para promover el producto es pobre e insuficiente. No guarda relación con los planteamientos del plan de mercadeo y financiero.	Existe material impreso o digital insuficiente para promover el producto en el mercado. El material en diseño y cantidad no está acorde con el plan de mercadeo y financiero.	Existe material impreso o digital para promover el producto en el mercado, acorde al plan de mercadeo y financiero.	Existe material impreso o digital, atractivo y completo para promover el producto en el mercado, acorde al plan de mercadeo y financiero.
4. Diferenciación	En la exhibición del producto no hay elemento para apoyar la diferenciación del producto con respecto a otros existentes en el mercado.	En la exhibición del producto no son totalmente claras y ni suficientes los apoyos que respaldan la diferenciación del producto con respecto de otros existentes en el mercadeo.	En la exhibición del producto quedan claros los elementos que diferencian al producto con respecto de otros existentes en el mercado.	En la exhibición del producto quedan claros y son suficientes los elementos que apoyan, la diferencia del producto con respecto a otros existentes en el mercadeo.
5. Prototipo	El prototipo del producto, si existe, refleja pocas características de lo que es en su naturaleza, tipo y mercado.	El prototipo del producto refleja varias características de lo que es en su naturaleza, tipo y mercado.	El prototipo del producto refleja lo que es en su naturaleza, tipo y mercado.	El prototipo del producto refleja claramente y de manera atractiva lo que es en su naturaleza, tipo y mercado.
6. Discurso de ventas	El discurso de ventas no logra tomar la atención de los miembros del jurado	El discurso de ventas capta la atención del tribunal evaluador e invita a preguntar	El discurso de ventas es de alto impacto, capta la atención del tribunal evaluador e invita a preguntar	El discurso de ventas es de alto impacto, capta la atención de los evaluadores e invita a preguntar





	evaluador, es y monótono y poco interesante.	detalles sobre la propuesta,	detalles sobre la propuesta,	detalles sobre la propuesta, Al menos uno de los miembros de los inversionistas manifestó su deseo de invertir en el negocio.
7. Monto de inversión de los inversionistas	\$0 a \$10.000	\$11.000 a \$30.000	\$31.000 a \$70.000	Más de \$71.000
El puntaje se calcula con base a 28 puntos				

4. Competencia de Ideas de Negocios Expoinnova

Una vez finalizadas las presentaciones del informe final del curso se llevará a cabo la Semana del Emprendimiento y la Innovación en la cual se realizarán charlas, actividades recreativas y la competencia de ideas de negocios Expoinnova. En dicha competencia los equipos de estudiantes presentarán su idea de negocios y serán evaluados por un equipo de jurados, según los lineamientos establecidos en el reglamento que se comunicará oportunamente por parte del Comité del Proyecto Empezar e Innovar EAN-UCR.

Toda la información y orientación requerida para la participación en Expoinnova se canalizará oportunamente durante el ciclo lectivo, por medio del correo oficial del Comité ucexpoinnova.ean@gmail.com. Además, el Comité realizará visitas a las aulas (presenciales o virtuales según corresponda) y se realizará comunicados por las redes sociales de Expoinnova UCR.

Sistema de Evaluación para los estudiantes que conforman el Comité del Proyecto Empezar e Innovar EAN-UCR

Rubro	Descripción	Porcentaje
1. Participación en las reuniones y actividades del Comité	Participa activamente (se involucra, opina y aporta ideas) en las reuniones, tanto las reuniones generales del Comité como las específicas de los equipos que se conforman en el seno del comité.	20%
2. Trabajo en equipo	Apoya en las actividades cuando se le solicita y también voluntariamente, se comunica de manera asertiva con sus compañeros	20%
3. Cumplimiento de las responsabilidades	Cumple con las tareas a su cargo en tiempo y calidad, muestra creatividad, proactividad y responsabilidad.	20%
4. Informe final	Elabora y presenta el informe final sobre el proceso de organización de la competencia de las ideas de negocios, de acuerdo con el contenido, forma y en el plazo solicitado por la coordinación del Comité.	20%
5. Participación en clases	Participación de forma activa en las 2 actividades de participación "¡Atrévete a Empezar!" y presentación de tendencias tecnológicas exponenciales	12,5%
6. Actividades de estudio	Desarrollo de la actividad de estudio individual	7,5%





NOTA FINAL		100%
------------	--	------

La coordinación del proyecto Emprender e Innovar EAN-UCR comunicará al profesorado respectivo la nota asignada a los rubros de la evaluación del 1 al 4. El 30% restante de la nota será evaluado por parte del docente, quién es la persona responsable además de incluir en el acta de notas el promedio final de cada estudiante.

Selección del Comité del Proyecto Emprender e Innovar EAN-UCR:

El Comité del Proyecto Emprender e Innovar EAN-UCR estará compuesto por un máximo de 10 estudiantes, seleccionados entre los estudiantes matriculados en la cátedra. Los interesados deben indicarlo al correo ucexpoinnova.ean@gmail.com a más tardar el 18 de marzo. El Comité contará con el acompañamiento de la Coordinación del Proyecto. Se realizarán entrevistas de forma virtual o presencial a las personas candidatas para seleccionar los miembros del Comité a más tardar el 25 de marzo. Por tanto, las personas candidatas para el comité deberán integrarse el primer día a los equipos de trabajo, para que en caso de que no sean seleccionadas puedan continuar con el proyecto del emprendimiento sin inconveniente alguno.

En vista de las responsabilidades y dinámica de trabajo del Comité del Proyecto, las personas candidatas deben cumplir con los siguientes requisitos:

- Tener disponibilidad y flexibilidad de tiempo suficiente para atender las reuniones (principalmente virtuales) y demás actividades de organización de la competencia de ideas de negocios. Lo anterior implica no estar supeditado a un horario laboral (aplica para horarios de TCU).
- Ser responsable, proactivo, organizado, creativo y con habilidades de comunicación, de trabajo en equipo y negociación.

VII. CRONOGRAMA

SEMANA	FECHA	TEMA
I	11 al 17 Marzo	Tema 1: La persona emprendedora y su entorno - Introducción - Exposición y revisión del programa del curso - Definición de la metodología de trabajo - Formación de grupos de trabajo Se explica en detalle las características del seminario taller, el programa y la importancia de que el estudiantado investigue y se integre plenamente a las actividades de su grupo de trabajo y se les recuerda su responsabilidad de estudiar el material asignado para cada clase. Se brinda información para la conformación de los grupos de trabajo y el contrato de equipos de trabajo. Taller de identificación de ideas de negocio de manera personal. El docente asigna a cada grupo una tecnología exponencial para exponer en la II semana durante la sesión.





		Se asigna la actividad de estudio “En busca de la felicidad”, que se deberá resolver de forma individual y entregar en la III semana. Se hace entrega de la plantilla del contrato de equipos de trabajo a los estudiantes, para presentar en semana 3. Las personas estudiantes interesadas en proponerse como candidatos para formar parte del Comité del Proyecto Emprender e Innovar EAN-UCR, lo comunican al correo ucexpoinnova.ean@gmail.com.
II	18 al 24 Marzo	Tema 1: La persona emprendedora y su entorno - Presentación del entorno exponencial de los negocios - Mapa de empatía para explorar necesidades Cada grupo expone la tecnología exponencial asignada, para inspirar con casos reales como los nuevos emprendimientos las están integrando en sus modelos de negocios. Durante la sesión se explica las herramienta del Design Thinking para generar empatía con los potenciales clientes. La o el coordinador de cada equipo debe enviar al Comité del Proyecto Emprender e Innovar EAN-UCR, la información de los integrantes del equipo: nombre completo y apellidos, carné, correo electrónico y teléfono, por el medio que le comunicará oportunamente el Comité.
25 al 31 marzo		SEMANA SANTA (FERIADO)
III	1 al 17 Abril	Tema 2: Desarrollo de ideas a través de la creatividad - Taller para la creación de la Propuesta de valor (Segmento) Durante la sesión se definirá un reto de negocio y se identificará el segmento de este reto, para determinar cuáles son las tareas por hacer, los dolores y sus alegrías. Entrega de la primera actividad de estudio: “En busca de la felicidad”. Entrega del Contrato de equipos.
IV	8 al 14 Abril	Tema 2: Desarrollo de ideas y del modelo de emprendimiento Taller para el desarrollo de ideas de negocio. - Emprendimiento, Innovación y creatividad en los negocios. - Técnicas de creatividad. Asignación de actividad de estudio “Caso Clocky” para entrega en V semana.





V	15 al 21 Abril	Tema 2: Desarrollo de ideas y del modelo de emprendimiento - Taller para la creación de la Propuesta de valor (Mapa de Valor) Durante el taller se definirá cuáles son los productos y servicios innovadores que crean alegrías para potenciales clientes y disminuyen dolores a sus necesidades. Los estudiantes deberán utilizar la herramienta de los 8 factores para evaluar y seleccionar las mejores soluciones de sus propuestas. Revisión de ideas de negocio. Los estudiantes analizan las diferentes ideas y definen su propia idea de negocio. Para evitar que haya ideas iguales a años anteriores, los estudiantes deben consultar la base de datos de proyectos de Expoinnova que cada profesor(a) le facilitará. Cada grupo presenta al final de su análisis tres nuevas ideas de negocio (una principal y dos adicionales), justificando con al menos tres razones su importancia o necesidad en el mercado. Una vez que se cuente con la aprobación del profesor(a), la persona coordinadora de cada equipo de trabajo debe enviar la información de la idea de negocio principal y dos ideas adicionales por el medio y formato comunicado oportunamente por el Comité. Esto no deberá de sobrepasar la VI semana. Entrega de la actividad de estudio: “Caso Clocky”.
VI	22 al 28 Abril Semana Universi- taria	Tema 3: Diseño del plan de emprendimiento - Taller de Modelo de Negocio Canvas
VII	29 de Abril al 05 Mayo	Tema 3: Diseño del plan de emprendimiento - Taller de prototipado en servicios y productos Taller para aprender diferentes técnicas de prototipado en baja fidelidad. Uso de la Inteligencia artificial como herramienta para diseñar prototipos. Coaching del docente para la retroalimentación de los prototipos de negocios diseñados durante el taller. Entrega del Informe Naturaleza de la Idea de Negocio y su Modelo de Negocio (Canvas) – SECCIÓN I.
VIII	06 al 12 Mayo	Tema 4: Aspectos de mercadeo, producción, finanzas y legal - Taller para elaboración de Informe de Mercadeo (análisis del mercado). Aprendizaje y diseño de estrategias y tácticas de mercado
IX	13 al 19 Mayo	Tema 4: Aspectos de mercadeo, producción, finanzas y legal





		- Taller para elaboración de Informe de operaciones. Entrega y presentación del Informe de Mercadeo – SECCIÓN II.
X	20 al 26 Mayo	Charla ¡Atrévete a Emprender!
XI	27 Mayo al 02 Junio	Tema 4: Aspectos de mercadeo, producción, finanzas y legal - Taller “Vendiendo la idea”: Elevator Pitch & Presentaciones de Alto Impacto. Guía para crear videos para la idea de negocio. Entrega del reporte Charla 1 ¡Atrévete a Emprender! Entrega y presentación del Informe de Operaciones – SECCIÓN III.
XII	03 al 09 Junio	Tema 4: Aspectos de mercadeo, producción, finanzas y legal - Taller para elaboración de Informe financiero: Estructura de Costos, Recursos Clave, Flujos de Efectivo, Estrategia de Financiamiento.
XIII	10 al 16 Junio	Tema 4: Aspectos de mercadeo, producción, finanzas y legal Coaching del docente para la retroalimentación de una segunda etapa de validación del prototipo de servicio o producto. Equipos revisan los detalles de la actividad Expoinnova con los profesores asignados. <i>Reunión del equipo coordinador de Expoinnova.</i> Entrega y presentación del Informe de Finanzas – SECCIÓN IV.
XIV	17 al 23 Junio	Exposición de equipos en cada grupo. Evaluación de presentación de proyectos. Entrega del Plan de Emprendimiento (completo).
XV	24 al 30 Junio	Exposición de equipos en cada grupo. Evaluación de presentación de proyectos. Preparaciones finales para la competencia de ideas de negocios Expoinnova.
XVI	01 al 07 Julio	Semana del Emprendimiento y la Innovación/ Competencia de Ideas de Negocios Expoinnova. Entrega del reporte Charla 2 ¡Atrévete a Emprender!
XVII	08 al 14 Julio	Entrega de notas finales. Entrega del Informe Final del Comité del Proyecto Emprender e Innovar EAN-UCR, solicitado por la Coordinadora del Proyecto. La nota final de las y los





		estudiantes que integran el Comité será entregada una vez que la Coordinación del Proyecto Emprender haya remitido la nota correspondiente al 80% de su participación en el Comité al respectivo profesorado.
--	--	---

VIII. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía principal:

Alcaraz, Rafael (2020). El emprendedor de éxito. Sexta Edición. Mc Graw Hill. México. ISBN 978-607-15-1278-9

Osterwalder Alexander, Yves Pigneur (2012). Generación de modelos de negocio. DEUSTO S.A. EDICIONES.

Osterwalder, Alexander (2015). Diseñando la propuesta de valor: como crear los productos y servicios que tus clientes están esperando. DEUSTO S.A. Ediciones. ISBN 9788423419517.

Bibliografía complementaria:

- Balanko-Dickson Greg (2008). Cómo preparar un plan de negocios exitoso. Editorial McGraw-Hill.
- Brown, Tim (2008). Design Thinking. Harvard Business Review, America Latina.
- CEM, (2012). Diagnóstico emprendedor empresario. Edición Diciembre 2012, Málaga.
- Chesbrough, Henry (2010). Business Model Innovation: Opportunities and Barriers. Long Range Planning 43.
- Institute of Design Stanford. Mini guía: una introducción al Design Thinking. Traducido al español por: Felipe González.
- Johnson, Mark W., Christensen, Clayton M., Kagermann, Henning (2008). Cómo reinventar su modelo de negocios. Harvard Business Review, ISSN 0717-9952, Vol. 86, N°. 12, 2008, págs. 53-63.
- Ries Eric (2011). The Lean Start Up. Crown Publishing. ISBN 978-84234-0949-5
- Steinbeck, Reinhold (2011). El «design thinking» como estrategia de creatividad en la distancia. Comunicar, nº 37, v. XIX, 2011, Revista Científica de Educomunicación; ISSN: 1134-3478; páginas 27-35.
- Trías de Bes, Fernando (2015). El libro negro del emprendedor. Empresa Activa, 6ª edición.
- Vainrub, Roberto (2009). Una guía para emprendedores, Convertir sueños en realidad. Quinta edición. Editorial Pearson.

Material de apoyo en inglés:

Para las actividades de estudio, el estudiantado debe utilizar al menos una lectura o material audio-visual en inglés, la que debe estar citada y referenciada correctamente en el documento elaborado.





IX. INFORMACIÓN DE CONTACTO DEL PROFESOR Y HORARIO DE ATENCIÓN DE CONSULTAS

GR	Docente	Correo
SEDE RODRIGO FACIO		
01	Rafael Herrera González	rafael.herrera@ucr.ac.cr
02	Percival Kelso Aguiar Segura (Coordinador)	percival.aguiar@ucr.ac.cr
03	Percival Kelso Aguiar Segura (Coordinador)	percival.aguiar@ucr.ac.cr
04	Erick Molina Delgado	erick.molinadelgado@ucr.ac.cr
05	Ricardo Carvajal Alpírez	ricardo.carvajal@ucr.ac.cr
SEDES Y RECINTOS REGIONALES		
01	Vivian Murillo Méndez, Sede de Occidente	vivian.murillomendez@ucr.ac.cr
21	Federico Rivera Romero, Recinto de Paraíso, Sede Atlántico	federico.rivera@ucr.ac.cr
01	Maryorie Rojas Vega, Sede del Caribe	maryorie.rojas@ucr.ac.cr
01	Fernando Gutiérrez Coto, Sede de Guanacaste	fernando.gutierrez@ucr.ac.cr
01	Jorge Luis González Villalobos, Sede del Pacífico	jorgeluis.gonzalez@ucr.ac.cr

Anexo 1 Tipo de Modalidad por Clase³ Bimodal

Semana	Fecha	Sede Rodrigo Facio Grupo 03 Percival Kelso Aguiar	Sede del Pacífico Grupo 02 Jorge Luis González Villalobos
1	11 al 17 Marzo	Presencial 03	Presencial 02
2	18 al 24 Marzo	Presencial 03	Presencial 02
Semana Santa			
3	1 al 17 Abril	Presencial 03	Virtual 02
4	8 al 14 Abril	Virtual 03	Presencial 02
5	15 al 21 Abril	Presencial 03	Presencial 02

³ El porcentaje de virtualidad y presencialidad según la modalidad se establece en la Resolución VD-11502-2020: Alto Virtual 75% (virtual y 25% presencial), Bajo Virtual (75% presencial y 25% virtual), Bimodal (50% virtual y 50% presencial), Virtual (100% virtual) y Presencial (100% presencial).





6	22 al 28 Abril	Presencial 03	Presencial 02
7	29 de Abril al 05 Mayo	Presencial 03	Presencial 02
8	06 al 12 Mayo	Virtual 03	Presencial 02
9	13 al 19 Mayo	Presencial 03	Presencial 02
10	20 al 26 Mayo	Virtual 03	Virtual 02
11	27 Mayo al 02 Junio	Presencial 03	Presencial 02
12	03 al 09 Junio	Virtual 03	Virtual 02
13	10 al 16 Junio	Presencial 03	Presencial 02
14	17 al 23 Junio	Presencial 03	Presencial 02
15	24 al 30 Junio	Presencial 03	Virtual 02
16	01 al 07 Julio	Presencial 03	Presencial 02
17	08 al 14 Julio	Virtual 03	Presencial 02

