



**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA
VICERRECTORADO ACADEMICO
SUBPROGRAMA DE DISEÑO ACADÉMICO
COMPONENTE DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA
AREA ASISTENCIA TÉCNICA**

PLAN DE CURSO

I. Identificación:

Nombre: Formación de Microempresarios

Código: 816

U.C: 03

Carrera: Todas menos las Carreras de Educación Integral

Semestre: Variable

Prelaciones: Ninguna

Requisito: Tener aprobado 40 unidades crédito de la carrera

Autora: Prof. Teresita Pérez de Maza

Diseñador académico: Dra. Eglée Arellano de Rojas

**Nivel Central
Caracas, octubre 2006**

II. FUNDAMENTACIÓN DEL CURSO

El curso denominado *Formación de Microempresarios (816)* tiene como propósito orientar a los estudiantes de las diferentes Carreras que ofrece la Universidad Nacional Abierta, en los principios básicos para la conformación de una microempresa; en el marco del fortalecimiento de su perfil profesional y el desarrollo de capacidades y habilidades emprendedoras.

El curso está dividido en tres unidades:

- Unidad I : *Grupo y Equipo de Trabajo.*
- Unidad II: *Principios Básicos en la Conformación de una Microempresa.*
- Unidad III: *La Venta como Proceso Estratégico en el Desarrollo de una Microempresa.*

En la *primera unidad* se presenta una descripción conceptual de grupo y equipo de trabajo, desde la óptica de varios autores, con la premisa de que una microempresa es un grupo de personas que interaccionan como un equipo de trabajo para, en conjunto, lograr metas tanto personales como colectivas. En la *segunda unidad* se presentan los conceptos y principios básicos asociados con la conformación de una microempresa; los tipos de microempresas y servicios que ofrecen, así como una guía para la presentación de un plan de negocio. *La tercera y última unidad* está orientada a describir el proceso de la venta, con énfasis en las habilidades y el perfil actitudinal de un vendedor-promotor.

Este curso, equivalente a 3 U.C y adscrito al Componente de Extensión Universitaria-Área: Asistencia Técnica, será administrado durante un lapso académico estimando que el estudiante pueda dedicar, como mínimo, 20 horas académicas al estudio independiente y autodirigido para cada una de las unidades que se desarrollan en este manual. Su evaluación y forma de administración estará contemplada en el desarrollo de este Plan de Curso.

La concepción del curso es de carácter teórico-práctico, donde el proceso autogestión del aprendizaje, por parte del estudiante, es fundamental para el logro de los objetivos. Desde esta perspectiva el estudiante deberá realizar las actividades prácticas contenidas en el texto del manual instruccional y generar su

propia auto evaluación y revisión de las mismas, actuando de forma individual o cotejando sus resultados con otros estudiantes. Para ello se han considerado diez objetivos de aprendizaje, re-organizados secuencialmente en el Plan de Curso a efectos de su evaluación, en correspondencia con los contenidos de las tres unidades.

Tomando en consideración que el objetivo general del curso es elaborar un plan de negocio y una presentación de ventas para el servicio ó producto de la microempresa, en el contenido del manual se especifican los aspectos que debe contener un plan, así como los pasos que debe seguir para la presentación de la venta; no obstante el estudiante podrá acceder a otras fuentes de información documental que estime conveniente para el logro de los objetivos, o las señaladas como información complementaria en el plan de curso. Es recomendable que de acuerdo al perfil profesional de cada Carrera, el estudiante pueda orientar la elaboración de estos dos productos de aprendizaje.

Es importante señalar, que además de la bibliografía utilizada para preparar cada una de las unidades del Manual de Formación de Microempresarios, se incluye en el Plan de Curso una bibliografía complementaria, recurriendo a los recursos disponibles en las bibliotecas de los Centros Locales; así como a fuentes disponibles en Internet.

III. PLAN DE EVALUACION

ASIGNATURA: FORMACIÓN DE MICROEMPRESARIOS COD: CRÉDITOS: 03 - LAPSO: 2007-1 CARRERA: Todas las Carreras			MODALIDAD	OBJETIVO	CONTENIDO
			PRIMERA INTEGRAL (Prueba Objetiva)	1 al 10	MÓDULO UNICO
			SEGUNDA INTEGRAL (Prueba Objetiva)	1 al 10	MÓDULO UNICO
M	U	O	OBJETIVOS		
I	I	1	Unidad I:		
I		2	1. Comparar los diferentes conceptos de grupo y equipo de trabajo.		
I		3	2. Identificar los diferentes tipos de grupo y equipos de trabajo.		
I		4	3. Vincular el concepto de grupo y equipo de trabajo con el de microempresas.		
I	II	5	4. Caracterizar el proceso y tareas de grupo		
		6	Unidad II:		
I		7	5. Caracterizar los principales componentes de una microempresa - planificación, finanzas, producción y mercadeo -, su utilidad y aplicación en la gestión diaria del negocio.		
I		8	6. Caracterizar los diferentes tipos de microempresa, servicios y actores de la oferta y demanda.		
I		9	7. Preparar un boceto de Plan de Negocio.		
	III	10	Unidad III:		
			8. Caracterizar conceptos de mercadotecnia para el desarrollo del proceso de ventas.		
			9. Describir las fases del ciclo de ventas, el perfil actitudinal de los vendedores y las categorías para el logro de la excelencia de los vendedores exitosos.		
			10. Diseñar una presentación de ventas.		

Criterio de dominio académico: 60 % de aprobación (Art. 15 del Reglamento de Evaluación del Rendimiento Estudiantil.)

IV. DISEÑO DE LA INSTRUCCIÓN DEL CURSO

Objetivo General del Curso:

Elaborar un plan de negocio y una presentación de ventas para una microempresa, según el perfil profesional del estudiante.

Objetivo	Contenido
1. Comparar los diferentes conceptos de grupo y equipo de trabajo.	Conceptos de Grupo.
2. Identificar los diferentes tipos de grupo y equipos de trabajo.	Clasificación y Tipos de Grupo; Grupo Primario, Grupo Secundario, Grupo Funcional, Grupo Formal, Grupo Informal, Grupo de Mando, Grupo de Interés, Grupo de Amistad, Grupo social, Grupo de Desempeño.
3. Vincular el concepto de grupo y equipo de trabajo con el de microempresas.	Propósitos en la Formación de Grupo : seguridad, estatus, autoestima, afiliación, poder, logro de metas; Estructura de Grupo; papeles o roles, Normas, Conformidad, Estatus, Tamaño, Composición, Cohesión.
4. Caracterizar el proceso y tareas de grupo	Procesos de Grupo; Tareas de Grupo; Grupo y Equipo de Trabajo: Grupo de Trabajo, Equipos de Trabajo; Tipos de Equipos de Trabajo: Equipos Supervisados, Equipos Autodirigidos, Equipos Interfuncionales; Conformación de Equipos de Trabajo: Condiciones relativas a la organización y al desempeño; Liderazgo en un Equipo de Trabajo, Decisiones en Equipo.
5. Caracterizar los diferentes tipos de microempresa, servicios y actores de la oferta y demanda.	Servicios Potenciales que puede ofrecer una microempresa: de acuerdo a la condición técnica de los servicios, y a las cargas de trabajo y la periodicidad; Producción de Bienes.
6. Caracterizar los principales componentes de una microempresa - planificación, finanzas, producción y mercadeo -, su utilidad y aplicación en la gestión diaria del negocio.	Nociones Conceptuales Básicas: ¿ Qué es una microempresa?, ¿ Qué es un microempresario?; Tipos de Microempresas: Microempresas Asociativas, Microempresas de Servicios Públicos, Microempresa de Mantenimiento de Infraestructura Pública; Componentes de una

<p>7. Preparar un boceto de Plan de Negocio.</p> <p>8. Caracterizar conceptos de mercadotecnia para el desarrollo del proceso de ventas.</p> <p>9. Describir las fases del ciclo de ventas, el perfil actitudinal de los vendedores y las categorías para el logro de la excelencia de los vendedores exitosos.</p> <p>10. Diseñar una presentación de ventas.</p>	<p>Microempresa: Planificación, Recursos/Producción, Mercadeo, Finanzas/Contabilidad.</p> <p>Plan de Negocio: Descripción del negocio, El Plan de Mercadeo, El Plan de Administración Financiera, El Plan Administrativo Gerencial, Datos Financieros; Actores de la Oferta y Demanda: Entidades Públicas, Entidades Privadas, Comunidades Organizadas, Organizaciones No Gubernamentales; Suscripción de un Contrato de Servicio.</p> <p>Aspectos Fundamentales de la Mercadotecnia.</p> <p>Ciclo del Proceso de Venta: Preventa, Presentación de ventas, Cierre de Ventas;</p> <p>Perfil Actitudinal de los Vendedores-Promotores: Persistencia, Ego Sano, Escuchar activamente, Sentido del humor y entusiasmo; Categorías para el Éxito en las Ventas: Motivación, Necesidades, Líneas de resistencia, autoimagen positiva.</p>
--	---

ORIENTACIONES GENERALES

- ✓ Leer comprensivamente el contenido de cada unidad y preparar el plan de estudio independiente.
- ✓ Subrayar o extraer los conceptos básicos del manual instruccional.
- ✓ Realizar las actividades que se proponen en las unidades y/o las que fije el asesor.
- ✓ Registrar las actividades en un cuaderno o block de notas.
- ✓ Integrar los contenidos de las unidades.
- ✓ Complementar la información que se ofrece en el manual, si fuese necesario, con la bibliografía que se ofrece al final de cada unidad o cualquier otra que esté disponible en tu entorno de estudio.
- ✓ Establecer grupos de estudio para el intercambio y clarificación de los contenidos de cada unidad.
- ✓ Elaborar un resumen acerca de la temática tratada en la unidad I: Grupo y Equipo de Trabajo.
- ✓ Siguiendo los pasos que se describen en la Unidad II acerca de un Plan de Negocio, así como el modelo que se anexa, prepara un boceto de Plan de Negocio. Tomando en consideración las fases del proceso de ventas, incluidas en la Unidad III, diseña una presentación de ventas del negocio propuesto en el plan anterior.

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS INSTRUCCIONALES	ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN
<p>Objetivo N° 1</p> <p>Objetivo N° 2</p> <p>Objetivo N° 3</p> <p>Objetivos N°s 3 y 4</p>	<p>Material Instruccional: Texto UNA: Pérez de Maza; T.(Compiladora); García, J., González, I.; Díaz, C. (2006). <i>Formación de Microempresarios</i>. 110 p.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Realizar una lectura comprensiva de la Unidad I (<i>Grupo y Equipo de Trabajo: páginas 8-40</i>) del texto UNA, para ello se sugiere: extraer conceptos básicos, resaltar las ideas principales. En esta unidad se presentan diferentes conceptos de grupo, su clasificación, tipos de grupo y equipos de trabajo, así como los procesos relativos a la estructura de un grupo y la conformación de un equipo de trabajo. ❖ Realizar las cinco actividades que están inmersas en el contenido de la unidad I, desplegado desde la página 9 hasta la 39, inclusive. Al respecto, estas actividades se pueden desarrollar en un cuaderno o block de notas. A continuación se presentan estas actividades en correspondencia con los objetivos : <ol style="list-style-type: none"> 1. Hacer un análisis de los diez conceptos básicos expuestos en las páginas 9-15, para establecer semejanzas o diferencias. 2. Hacer un análisis de la clasificación y tipos de grupo expuestos en las páginas 16-18 y establecer semejanzas y diferencias entre ellos. 3. Revisar el concepto de microempresa insertado en la página 25 y relacionarlo con los contenidos expuestos en las páginas 26-36, a efectos de elaborar cinco características de las microempresas como equipo de trabajo. 4. Tomando como referencia la actividad anterior, es decir la N ° 4, establecer: a) cuatro características que tipifiquen 	<p>El estudiante debe hacer uso de estrategias tanto de auto evaluación, es decir la revisión y chequeo de las actividades y logro de los objetivos por si mismo, como de coevaluación donde pueda compartir con otros estudiantes el desarrollo de las actividades y los avances en la asimilación del contenido. Es por ello que la conformación de círculos de estudio representa igualmente estrategia preparatoria para la evaluación formativa y sumativa.</p> <p>Formativa: Realizar las actividades que están inmersas en el contenido de la Unidad I. Compartir y comparar los resultados de las actividades con otros estudiantes que estén cursando el curso de Formación de Microempresario(816)</p> <p>Sumativa: Para la evaluación del curso se tienen previstas dos (02) pruebas integrales, las cuales serán de tipo objetiva y estarán organizadas con preguntas combinadas de selección.</p>

<p>Objetivo N ° 6</p> <p>Objetivo N ° 5</p>	<p>el rol del microempresario como líder del negocio b) Elaborar un resumen máximo de dos hojas acerca de la temática tratada en toda la unidad I: Grupo y equipo de trabajo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Complementar el contenido de la unidad con la bibliografía que se incorpora al final de la misma o con cualquier otra fuente documental referida a la temática, al respecto se recomienda acceder a las fuentes documentales y que ofrece el servicio bibliotecario de la UNA: http://biblio.una.edu.ve. <p>Material Instruccional: Texto UNA: Pérez de Maza; T.(Compiladora); García, J., González, I.; Díaz, C. (2006). <i>Formación de Microempresarios</i>. 110 p.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Realizar una lectura comprensiva de la Unidad II (<i>Principios Básicos en la Conformación de una Microempresa. páginas 42-71</i>) del texto UNA, para ello se sugiere: extraer conceptos básicos, resaltar las ideas principales, preparar un resumen de la Unidad. En esta unidad se presentan conceptos básicos asociados a la conformación de una microempresa, los tipos de microempresas y servicios que ofrecen, así como una guía para la presentación del Plan de Negocio, entre otros aspectos. ❖ Realizar las cinco actividades que están inmersas en el contenido de la unidad II, desplegado desde la página 45 hasta la 69, inclusive. Al respecto, estas actividades se pueden desarrollar en un cuaderno o block de notas. A continuación se presentan estas actividades: <ol style="list-style-type: none"> 1. Establecer diferencias entre los tres tipos de microempresas que se exponen la página 47, es decir las microempresas asociativas, de servicio público y las de mantenimiento de infraestructura pública. 2. Hacer un resumen de los cuatro componentes (Planificación, Finanzas, Recursos, Mercadeo) que integran una microempresa. Ver páginas 50 a 55 del 	<p>Formativa: Realizar las actividades que están inmersas en el contenido de la Unidad II. Compartir y comparar los resultados de las actividades con otros estudiantes que estén cursando el curso de Formación de Microempresario(816).</p> <p>Sumativa: Para la evaluación del curso se tienen previstas dos (02) pruebas integrales, las cuales serán de tipo objetiva y estarán organizadas con preguntas combinadas de selección.</p>
---	---	--

Objetivo N ° 6	<p>manual instruccional.</p> <p>3. Proponer tres servicios que pueda prestar una microempresa que no estén incluidos en los servicios desagregados en la Tabla N ° 1 de la página, desplegada en las páginas 56 a la 58.</p>	
Objetivo N ° 6	<p>4. Además de los ejemplos referidos en el aparte 5 de la página 62, citar dos ejemplos más de microempresa productoras de servicio en el país.</p>	
Objetivo N ° 7	<p>5. Como cierre de la unidad II del curso de formación de microempresarios, elaborar <i>un boceto de un plan de negocios</i>. Para ello en las 62 a la 65, inclusive se presentan cinco aspectos básicos a considerar en la estructura de un plan de negocio, así mismo se incorpora como anexo al final de esta unidad, páginas 72 -77, un modelo de plan de negocio, referido a un Taller de Corte y Costura BON BINI. Para elaborar el plan de negocios se pueden considerar las siguientes iniciativas empresariales, asociadas a las carreras que ofrece la Universidad Nacional Abierta:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Reparación de Equipos de Computación (Ingeniería de Sistemas). ✓ Asistencia Técnica en Líneas de Producción (Ingeniería Industrial). ✓ Cuidados de niños en edad maternal y preescolar (Educación). ✓ Desarrollo de Sistemas Contables (Administración). <p>❖ Complementar el contenido de la unidad II con la bibliografía que se incorpora al final de la misma, o con cualquier otra fuente documental referida a la temática. En este sentido se sugiere consultar el Manual de <i>Microempresas Asociativas de Servicios</i>(2003), de la Oficina Internacional del Trabajo(OIT), disponible en: www.oit.org.pe o la bibliografía que se señala en</p>	

<p>Objetivos N s° 8 y 9</p> <p>Objetivos N s° 8 y 9</p> <p>Objetivos N s° 8 y 9</p> <p>Objetivos N s° 8 y 9</p>	<p>este plan de curso.</p> <p>Material Instruccional: Texto UNA: Pérez de Maza; T.(Compiladora); García, J., González, I.; Díaz, C. (2006). <i>Formación de Microempresarios</i>. 110 p. Realizar una lectura comprensiva de la Unidad III (<i>La Venta como proceso estratégico en el desarrollo de una Microempresa. páginas 78-110</i>) del texto UNA, para ello se sugiere: extraer conceptos básicos, resaltar las ideas principales, preparar un resumen de la Unidad. El contenido de esta unidad está orientado a describir el proceso de la venta, con énfasis en las habilidades y el perfil actitudinal de un vendedor-promotor, considerando que un microempresario debe incorporar en su perfil el rol de vendedor .</p> <p>❖ Realizar las cinco actividades que están inmersas en el contenido de la unidad III, desplegado desde la página 78 hasta la 110, inclusive. Al respecto, estas actividades se pueden desarrollar en un cuaderno o block de notas. A continuación se presentan estas actividades:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Preparar un esquema de los aspectos a considerar en la primera fase del proceso de ventas: La Preventa, de acuerdo a lo expuesto en las páginas 89 a la 95. 2. Preparar un esquema de los aspectos a considerar en la Presentación de las Ventas, tomar en consideración la información contenida en el gráfico N ° 3 de la página 91. 3. Establecer ventajas y desventajas de las seis ayudas para la presentación de ventas, expuestas en la página 95 del manual, tomando en consideración criterios tales como el tiempo, costos, dominio, entre otros. 4. Con base al punto referido al manejo de objeciones desarrollado en las páginas 95-99, inclusive responder a la siguiente interrogante: ¿ Porqué es importante el manejo de objeciones en un proceso de ventas?. 	<p>Formativa: Realizar las actividades que están inmersas en el contenido de la Unidad III. Compartir y comparar los resultados de las actividades con otros estudiantes que estén cursando el curso de Formación de Microempresario(816).</p> <p>Sumativa: Para la evaluación del curso se tienen previstas dos (02) pruebas integrales, las cuales serán de tipo objetiva y estarán organizadas con preguntas combinadas de selección.</p>
---	---	--

<p>Objetivo N ° 10</p>	<p>5. De acuerdo al contenido de la página 99, referido a la última fase del proceso de ventas, es decir el cierre de venta, a) preparar un esquema de los aspectos más importantes de esta fase y b) integrar los esquemas de las actividades N° s 1 y 2 con este último esquema, de forma tal de lograr tener en un solo esquema los aspectos más relevantes del proceso de ventas.</p> <p>Con base al esquema integrado de la actividad anterior, elaborar una presentación de ventas o promoción de un servicio, tomando como referencia el negocio propuesto en la actividad N° 5 de la Unidad II. Para tal fin se pueden considerar las siguientes orientaciones:</p> <p>Inicio: Para el inicio de la presentación de la venta, se puede aperturar con un slogan, una frase motivante, o la denominación del producto. Asimismo, puede hacer una breve descripción del producto o servicio.</p> <p>Haga una pausa y entregue material promocional (trípticos o volantes)</p> <p>Desarrollo: En este momento se despliega la información del producto o servicio, con algún tipo de apoyo. Si se entregó material promocional, se debe promover la revisión indicando alguno de los aspectos que allí se señalen. Evite leer.</p> <p>Preparar láminas referidas al producto o servicio.</p> <p>Hacer una demostración del producto o servicio indicando sus cualidades o atributos.</p> <p>Cierre: Hablar o referirse al precio sin titubeos. Presentar una oferta. Llegar a un acuerdo.</p> <p>Consignar al cliente los datos del microempresario</p> <p>Para la Presentación de la Venta se puede considerar el formato incorporado como anexo al final de la unidad III, página 110.</p> <p>❖ Complementar el contenido de la unidad III con la bibliografía que se incorpora en la página 108 del manual, o la señalada en el aparte V de este plan de Curso.</p>	
------------------------	--	--

V. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Tomando en consideración el proceso de autoaprendizaje y autogestión que debe desarrollar el estudiante de la Universidad Nacional Abierta, a continuación se ofrece una bibliografía complementaria, cuyo propósito es la ampliación de los contenidos que se ofrecen en el manual instruccional, así como satisfacer otros requerimientos de información de los estudiantes en cuanto al Curso 816. A sus efectos, se han considerado dos criterios de acceso a la posible consulta de la bibliografía: 1.-disponibilidad en los Centros Locales, 2.- acceso a la fuente documental de la WEB.

A)Materiales disponibles en la UNA

Dyer, G. William, Moreno Gilda y Lopera Jaime (1981). **Formación de Equipos**. Fondo Educativo Interamericano: Bogotá.

Disponible en: BC, Bolívar, Carabobo, Falcón, Metropolitano, Portuguesa y Zulia.

Gispert, Carlos(2002). **Enciclopedia práctica de la pequeña y mediana empresa**. Océano/Centrum: España.

Disponible en: BC, Anzoátegui, Aragua, Bolívar, Carabobo, Cojedes, Falcón, Lara, Mérida, Monagas, Sucre, Táchira, Trujillo, Metropolitano, Zulia.

Hiebing, Ramón y Cooper Scott(1992). **Cómo Preparar el exitoso Plan de Mercadotecnia**. Mc-Graw Hill: México.

Disponible en: BC, Aragua, Carabobo, Lara, Metropolitano, Sucre y Táchira.

Rapp Stan y Collins Thomas(1989). **Maximarketing: el nuevo rumbo de las estrategias de publicidad, promoción y mercadotecnia**. Mc-Graw-Hill: México.

Disponible en: BC, Anzoátegui, Apure, Aragua, Barinas, Bolívar, Carabobo, Cojedes, Falcón, Delta Amacuro, Guárico, Lara, Mérida, Metropolitano, Nueva Esparta, Portuguesa, Sucre, Táchira, Trujillo, Yaracuy, Zulia.

B.-Sitios y Materiales WEB

- 1.-La Web del microempresario: info@micro-empresario.com
- 2.-www.geocites.com/contragobernanza/microemprendimiento.htm
- 3.-Buscar Ministerio para la Economía Popular en:
<http://www.gobiernoenlinea.gob.ve>
www.minep.gov.ve
- 4.-Buscar el Fondo Nacional de Garantías Recíprocas en: www.fonpyme.gov.ve
- 5.-Buscar Banco de Desarrollo Económico y Social en: www.bandes.gov.ve

Artículos:

Pensar la Economía Popular en Venezuela. Cinco miradas innovadoras. César Barrantos.

Disponible en:

<http://www.urbared.ungs.edu.ar/download/documentos/EP.cinco%20miradas.CBarrantes.doc>

Venezuela: Desarrollo Endógeno y Transición al Socialismo/ Guillermo Navarro.
Disponible en: www.altercom.org.

Descentralización y políticas de apoyo a las microempresas en Venezuela/Carlos Eduardo López Carrasco. V Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y la Administración Pública, Santo Domingo. Republica Dominicana. 24-27 de Octubre, 2000.

Disponible en:

<http://unpan/.un.org/intradoc/groups/public/documents/clad/clad0038530.pdf>

Revistas:

Revista Venezolana de Gerencia de la Universidad del Zulia
www.Serbi.Luz.edu.ve

Descriptores para realizar búsquedas libres:

Economía Informal, Economía Asociativa, Economía Solidaria, Economía Popular, Economía Social, Emprendedores.