

Programa de Asignatura

1. Identificación Asignatura

Nombre:	Formación Fundamental IV		Código:	FTF 104-1
Carrera:	Todas	Unidad Académica:	Pregrado	
Ciclo Formativo:	Inicial	Línea formativa:	Transversal	
Semestre	II	Tipo de actividad:	Obligatoria	
N° SCT:	3	Horas Cronológicas Semanales		
		Presenciales:	3 hrs.	Trabajo Autónomo:
Pre-requisitos	Formación Fundamental III			

2. Propósito formativo

Curso instrumental profesional de carácter teórico práctico que fomenta la comprensión de factores y conceptos relacionados a la cultura del emprendimiento. Esta “cultura emprendedora” le permitirá al estudiante desarrollar un proyecto de innovación desde la elección y diagnóstico de un desafío del territorio hasta la determinación de un plan de negocios en el ámbito de las empresas de triple impacto, para que su implementación sea viable, se sustente en el tiempo y sea socialmente responsable.

Este proceso se desarrollará en grupos de trabajo multidisciplinarios, fomentando la colaboración, designación de roles y desarrollo de la co-responsabilidad. El curso se articula con la Fundación Wadhvani con el fin de obtener una certificación en ámbitos de análisis de las creencias que rodean el emprendimiento y explorar las industrias para emprender.

3. Contribución al perfil de egreso

El curso contribuye al perfil de egreso en cuanto permite al estudiante acercarse y comprometerse con la realidad social, cultural y medioambiental de la Región de Aysén, a través de la metodología de la innovación social; promueve la formación ético-profesional a través del desarrollo de capacidades para el trabajo en proyectos multidisciplinarios; y elabora propuestas y proyectos de innovación social creativos e innovadores, en el contexto de los requerimientos del mundo contemporáneo y con foco en la Región de Aysén.

4. Resultados de aprendizaje específicos

Se pretende trabajar el pensamiento sistémico desde la comprensión y generación de una solución concreta a un desafío del territorio, promoviendo la ética del cambio social, teniendo en consideración las consecuencias negativas que pueden provocar en comunidades y ecosistemas, bajo una lógica de trabajo que permita visualizar la línea causal entre el propósito y cuál es el impacto de los recursos que considera el proyecto de innovación social desde la mirada interdisciplinar de los integrantes del curso.



Resultado de Aprendizaje Específico	Criterios de evaluación	Evide
1. Analiza críticamente los diferentes tipos de industrias, para planificar estrategias viables y sustentables en el desarrollo de un proyecto desde la perspectiva de la innovación. Identificando de manera colaborativa el propósito y reconociéndose como un agente de cambio.	1.1. Logra identificar un problema en el territorio que brinde una oportunidad de negocio. 1.2. Aplica herramientas de levantamiento de información para identificar el contexto del territorio en el que desea generar su proyecto de innovación social. 1.3. Analiza de manera colaborativa en torno a sus habilidades y competencias personales, un propósito que haga sentido con el contexto del territorio analizado.	Presentaciones grupales y actividades realizadas en clases
2. Diseña una solución concreta a un desafío del territorio, promoviendo que esta considere el ámbito económico, social y sustentable.	2.1. Analiza de manera colaborativa la segmentación del mercado en relación al desafío escogido y crea un arquetipo de su cliente. 2.2. A partir del problema y la solución, desarrolla una propuesta de valor notable. 2.3. Comunican de manera asertiva el problema y solución seleccionada.	Presentaciones grupales y actividades realizadas en clases
3. Comunica su modelo de negocios a partir de toda la información recopilada anteriormente.	3.1. Implementa un prototipo con el fin de poner a prueba su solución. 3.2. Investiga su potencial competencia y compara sus ventajas competitivas. 3.3. Reconoce elementos esenciales que componen su proyecto en el modelo de negocios.	Presentaciones grupales y actividades realizadas en clases
4. Consolida su proyecto a través de los elementos finales del curso.	4.1. Consolida un plan de ventas y marketing eficiente y adaptable a su proyecto. 4.2. Comprende y aplica los conceptos financieros para evaluar su viabilidad, inversión inicial y sustentabilidad. 4.3. Da a conocer su proyecto mediante un Pitch, donde logra recopilar y resumir toda la información necesaria en un tiempo determinado.	Presentaciones grupales y actividades realizadas en clases

5. Unidades de Aprendizaje

Unidad 1: Descubrimiento			
Temática	Clases	Fecha	Docente
Presentación e introducción del curso.	1	5 de agosto	Anita Jaña Kharim Oñate
	2	5 de agosto	Anita Jaña Kharim Oñate
Presentación Fundación Wadhvani. Conformación de equipos y definición de problema.	3	12 agosto	Anita Jaña Kharim Oñate

	4	12 agosto	Anita Jaña Kharim Oñate
Herramientas de validación del problema.	5	19 agosto	Anita Jaña Kharim Oñate
	6	19 agosto	Anita Jaña Kharim Oñate
Segmentación de mercado (TAM, SAM y SOM) y Lienzo de propuesta de valor: <ul style="list-style-type: none"> ● Círculo de propuesta de valor ● Cuadrado de propuesta de valor 	7	26 agosto	Anita Jaña Kharim Oñate
	8	26 agosto	Anita Jaña Kharim Oñate
Presentación I: <ul style="list-style-type: none"> ● Presentación del problema ● Contexto ● Segmentación de mercado ● Propuesta de valor 	9	2 agosto	Anita Jaña Kharim Oñate
	10	2 agosto	Anita Jaña Kharim Oñate
Unidad 2: Ideación y Modelo de Negocio			
Prototipo Modelo de negocio Lean Business Canvas	11	09 septiembre	Anita Jaña Kharim Oñate
	12	09 septiembre	Anita Jaña Kharim Oñate
Semana de receso	13	16 septiembre	Anita Jaña Kharim Oñate
	14	16 septiembre	Anita Jaña Kharim Oñate
Competencias Herramientas de validación de prototipo, competencias y modelo de negocio.	15	23 septiembre	Anita Jaña Kharim Oñate
	16	23 septiembre	Anita Jaña Kharim Oñate
Ventas y Marketing	17	30 septiembre	Anita Jaña Kharim Oñate
	18	30 septiembre	Anita Jaña Kharim Oñate
Presentación II: <ul style="list-style-type: none"> ● Prototipo ● Competencia ● Modelo de negocio ● Validación 	19	7 octubre	Anita Jaña Kharim Oñate
	20	7 octubre	Anita Jaña Kharim Oñate
Unidad 3: Marketing y Finanzas			

Finanzas	21	14 octubre	Anita Jaña Kharim Oñate
	22	14 octubre	Anita Jaña Kharim Oñate
Plan financiero	23	21 octubre	Anita Jaña Kharim Oñate
	24	21 octubre	Anita Jaña Kharim Oñate
Financiamiento	25	28 octubre	Anita Jaña Kharim Oñate
	26	28 octubre	Anita Jaña Kharim Oñate
Pitching	27	4 noviembre	Anita Jaña Kharim Oñate
	28	4 noviembre	Anita Jaña Kharim Oñate
Simulador de Pitch	29	11 noviembre	Anita Jaña Kharim Oñate
	30	11 noviembre	Anita Jaña Kharim Oñate
Presentación III (parte 1) Pitch	31	18 noviembre	Anita Jaña Kharim Oñate
	32	18 noviembre	Anita Jaña Kharim Oñate
Presentación III (parte 2): <ul style="list-style-type: none"> ● Ventas ● Marketing ● Plan financiero 	33	25 noviembre	Anita Jaña Kharim Oñate
	34	25 noviembre	Anita Jaña Kharim Oñate

6. Recursos de Aprendizaje

Bibliografía

Carrasco, G. et al (2017): Hazte cargo, guía para emprendedores sociales. ([Descarga](#))

Elizalde, A. et al (2006): Una revisión crítica del debate sobre las necesidades humanas desde el enfoque centrado en la persona.

Hazelkorn Ellen (2009) Community Engagement as Social Innovation. Technological University Dublin ([Descarga](#))*

IDEO (n.d): Diseño centrado en las personas, kit de herramientas.

Students 4 Change (2019): Innovación y emprendimiento social, situación actual. páginas 12 a 47.

[\(Descarga\)*](#)

Vicente, S. A. (2017). Empresas B: un vehículo de emprendimiento e innovación compatible y aplicable a las compañías familiares que persiguen un triple impacto.

Osterwalder, Alexander (2011) Generación de modelos de negocio: un manual para visionarios, revolucionarios y retadores.

Barcelona: Deusto Eduardo Águila y Marcelino Garay, Liderazgo Creativo (completo) - Audiolibro.

Contenido virtual Wadhvani: <https://web.nen.wfglobal.org/es/courses/66a93e005f8f96e197534aeb>

7. Comportamiento y ética académica:

Se espera que los estudiantes actúen en sus diversas actividades académicas y estudiantiles en concordancia con los principios de comportamiento ético y honestidad académica propios de todo espacio universitario y que están estipulados en el *Reglamento de Estudiantes de la Universidad de Aysén*, especialmente aquéllos dispuestos en los artículos 23°, 24° y 26°.

Todo acto contrario a la honestidad académica realizado durante el desarrollo, presentación o entrega de una actividad académica del curso sujeta a evaluación, será sancionado con la suspensión inmediata de la actividad y con la aplicación de la nota mínima (1.0).

Planificación del curso

1. Responsables

Académico (s) Responsable (s) y equipo docente	Anita Jaña Carrasco Kharim Oñate Fuentealba		
Contacto	anita.jana@uaysen.cl ; kharim.onate@uaysen.cl		
Año	2024	Periodo Académico	II
Horario clases	Lunes: 16:15 - 19:30	Horario de atención estudiantes	Viernes 15:00
Sala / Campus	Campus Lillo – Sala B4		

2. Metodología de Trabajo:

La asignatura contiene:			
Actividades de vinculación con el medio		Actividades relacionadas con proyectos de investigación	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Clases Expositivas 2. Storytelling 3. Estudio de Casos 4. Design Thinking 			

3. Evaluaciones:

EVALUACIONES	FECHAS	PONDERACIÓN
Presentación I	2 de septiembre	25%
Presentación II	7 de octubre	25%
Presentación III	18 y 25 de noviembre	35%
Trabajo en clases	-	15%

4. Otros aspectos asociados al funcionamiento del curso:

Condiciones de aprobación de asignatura, asistencia y eximición para examen: Asistencia

1. La asistencia mínima exigida para toda actividad curricular será del 65%
2. La asistencia a actividades evaluadas es del 100%
3. Solo se repetirá una actividad evaluada debidamente justificada por los criterios y causales oficiales.
4. Quienes se ausenten a una evaluación sin la debida justificación obtendrán la nota mínima 1,0

Los estudiantes que no cumplan con las exigencias obligatorias de asistencia a actividades curriculares de las asignaturas establecidas en los programas serán considerados reprobados con nota final 1.0.

Disposiciones reglamentarias de calificaciones y aprobación

- Todas las calificaciones, incluidos los promedios ponderados, se expresarán en cifras con un decimal. La centésima igual o mayor a cinco se aproximará a la décima superior y la menor a cinco se desestimará.
- Todos los estudiantes de la Universidad de Aysén serán calificados en sus actividades curriculares en la escala de notas que va desde 1,0 al 7,0, siendo la nota mínima de aprobación 4,0.
- Independientemente de la nota final obtenida, el trabajo final (examen) se considera reprobatorio, lo que significa que el alumno debe obtener una nota mayor a 4.0 en el examen para considerar la asignatura como aprobada. En el caso de obtener una nota final igual o mayor a 4.0, pero haber obtenido una nota inferior a 4.0 en el examen, la asignatura se considerará reprobada.
- Por su naturaleza, **esta asignatura no se considera eximición.**
- En casos debidamente justificados ante la Secretaría Académica, el estudiante que no haya asistido a una evaluación tendrá derecho a rendir una evaluación recuperativa al final del semestre, en fecha establecida por el docente. Dicha evaluación tendrá una ponderación equivalente a aquella no rendida y deberá cubrir los mismos objetivos de evaluación.