

Universidad Nacional de Asunción

Facultad de Ciencias Económicas

Dirección Académica



Programa de Estudios

Décimo Semestre

Carrera de Administración

San Lorenzo, C.U. – Paraguay

Índice

Legislación Fiscal Paraguaya.....	3
Liderazgo Empresarial y Negociación.....	10
Finanzas Públicas.....	14
Dirección Estratégica y de Ventas.....	23
Creación de Nuevos Negocios.....	29

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Administración

Legislación Fiscal Paraguaya

AREA: Técnico Profesional
SUBAREA: Finanzas
CODIGO: 2.04.46
CREDITOS: 12

HORAS POR SEMANA : 6
SEMANAS POR SEMESTRE : 17
HORAS POR SEMESTRE : 102

I. OBJETIVOS

Al finalizar el desarrollo de este programa el alumno estará capacitado para:

- ◆ El conocimiento adecuado del Sistema Tributario Nacional y Municipal contenido en las diversas disposiciones legales del país.
- ◆ Aplicar las leyes tributarias vigentes en el País.
- ◆ Formación integral del alumno en el área de la Legislación Fiscal

II. CONTENIDO:

UNIDAD I

Impuesto a la Renta

Naturaleza del Impuesto. Hecho Generador. Concepto y alcance. Contribuyentes. El caso de las Empresas Unipersonales. Fuente Paraguaya. Nacimiento de la obligación tributaria. Los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (PCGA) y la Ley N° 125/92.

Balance Comercial y Balance Impositivo: conceptos y diferencias. Renta Bruta, Renta Neta y Renta Neta Imponible. El Mínimo no imponible: concepto y fundamento.

Los gastos deducibles y no deducibles: condiciones para la deducibilidad de gastos. Tratamiento de las Rentas internacionales. Rentas presuntas. Concepto legal de Activo Fijo. Revaluación de bienes. Valuación de Inventarios. Exoneraciones del Impuesto a la Renta. Tratamiento impositivo de las reinversiones, las importaciones y exportaciones. Sucursales y Agencias y las Agroindustrias. Tasas impositivas. Documentación exigida. Los anticipos a cuenta. Liquidación, declaración jurada, pago. Los regímenes especiales. El caso de las permutas.

UNIDAD II

Impuesto a la Renta de las Actividades Agropecuarias

Rentas comprendidas. Concepto de actividad agropecuaria. Contribuyentes alcanzados por la norma. Momento de configuración del Hecho Generador. Renta Bruta. Renta Neta. Utilización del IVA compra. Requisito y límites. El caso de las pérdidas extraordinarias. Exoneraciones. Tasa impositiva. Documentación exigida. Anticipos a cuenta.

UNIDAD III

Tributo Único

Hecho Generador. Contribuyentes. Nacimiento de la obligación tributaria. Base imponible. Tasa impositiva. Liquidación. Tratamiento del IVA crédito. Exoneración. Contribuyentes excluidos. Otras reglas especiales.

UNIDAD IV

Impuesto Inmobiliario

Hecho Imponible. Contribuyentes. Momento de configuración del hecho imponible. Exenciones: totales, parciales o temporales. Base imponible: concepto e importancia del Catastro inmobiliario. Tasa Impositiva. Liquidación y pago. Contralor. Otras disposiciones.

Previsión constitucional sobre competencia tributaria y reparto de la recaudación. Los adicionales al Impuesto Inmobiliario: concepto, tasas impositivas e inmuebles afectados.

UNIDAD V

Impuesto al Valor Agregado

Concepto. Sistemas de imposición de etapa única, múltiple (en cascada o sobre el valor agregado). Similitud y diferencia entre IVA e Impuesto Selectivo al Consumo. Hecho Generador en el IVA. Definiciones. Operaciones asimiladas a la enajenación. Contribuyentes. Nacimiento de la Obligación. Sistema de imposición en origen o en destino: Criterio utilizado por la Ley N° 125/92. Base imponible. Exoneraciones.

Tratamiento de las exportaciones. Documentación exigida. Liquidación del Impuesto. Tope del crédito fiscal. Crédito fiscal del exportador. Importaciones. Los regímenes especiales. La tasa del Impuesto. Documentación y Registro Contable. Responsabilidad solidaria. Transporte de mercaderías. Permuta. Pago provisorio.

UNIDAD VI

Impuesto Selectivo al Consumo

Hecho Generador. Definiciones. Contribuyentes. Nacimiento de la Obligación Tributaria. Territorialidad. Exportaciones. Base Imponible. Tasas Impositivas. Permuta. Liquidación y pago. Bienes Importados. Las pacotillas. Envases. Otras reglas especiales. Requisitos para el transporte de mercaderías. Sanciones para el transportista.

UNIDAD VII

Otros Impuestos

Impuesto a la Comercialización Interna de Ganado Vacuno: noción y situación actual. Impuesto a los Actos y Documentos: noción y situación actual. Tratamiento del caso de interdependencia de documentos gravados. Exoneraciones.

UNIDAD VIII

La Codificación del Derecho Tributario en el Paraguay

Antecedentes históricos en el Paraguay. El Proyecto de 1973. El Modelo de Código Tributario OEA-BID. El libro V de la Ley N° 125/92. Partes que comprende. Alcance de sus disposiciones. Breve examen de su contenido: Del domicilio. De los modos de extinción de las obligaciones tributarias. De las infracciones y sanciones. De las Responsabilidades para contribuyentes, responsables y terceros. De las Responsabilidades de la Administración. De sus facultades y deberes. De la Determinación Tributaria. De las medidas precautorias. De la Consulta Vinculante y no Vinculante. De la repetición de pago de lo indebido. De la Interpretación de las normas tributarias. Del Procedimiento en sede administrativa. La Ley de Administración Financiera del Estado (Ley N° 1535/99). Código Aduanero Paraguayo: Antecedentes y Legislación Actual. Partes que comprende. De las Faltas e Infracciones y Sanciones respectivas. De las operaciones aduaneras. Del Código Aduanero del MERCOSUR.

UNIDAD IX

Derecho Aduanero

Ley de Tarifa y Arancel de Aduanas. Disposiciones que comprende. Legislación Aduanera y Código Aduanero. Concepto y Diferencia. Trámites y documentos principales para una operación aduanera. Tratado de ALADI: objeto y sujetos. Tratado del MERCOSUR: sujetos y objeto. Tratado de la Unión Europea: sujetos y objeto. Nomenclatura Arancelaria de Bruselas (NAB): noción.

El tratado de GATT: sujetos y objeto. Tratamiento tributario a las Entidades Binacionales.

UNIDAD X

Régimen Legal de los Recursos Varios

Imposición al turismo. Concesión Minera. Régimen para la prospección, exploración y explotación de petróleo e hidrocarburos. Arancel Consular. Tasa Militar. Loterías, Juegos de Azar, Hipódromos, Pronósticos y Apuestas Deportivas.

UNIDAD XI

Régimen Tributario Municipal

Régimen legal para la Municipalidad de la Capital, y para los demás Municipios del País. Concepto y contenido. Los Impuestos, Tasas y Contribuciones en el régimen tributario municipal, concepto y contenido de cada uno de ellos. Situación del Impuesto Inmobiliario y sus adicionales. Las patentes municipales al comercio y la industria: documento requerido para el pago. La base imponible. Disposiciones de la Ley Orgánica Municipal relativas a los recursos tributarios de los Municipios.

UNIDAD XII

Protección Jurídica

Normas que rigen la recaudación y su control, así como las leyes que regulan la defensa de los intereses del Fisco y los contribuyentes y responsables. Ley Orgánica del Presupuesto. La Abogacía del Tesoro. Defensa del Fisco. Recursos Administrativos y Judiciales para la protección de los derechos involucrados.

UNIDAD XIII

Seguridad Social

Los aportes al IPS, BNT, SENEPA, SEP, Cajas de Jubilaciones y Pensiones del Empleados Bancarios.

III. BIBLIOGRAFÍA

- ❖ Prof. Dr. Carlos A. Mersán: Derecho Tributario
- ❖ Dr. Manuel Peña Villamil: Derecho Tributario (última edición)
- ❖ Dino Jarach: Curso superior de Derecho Tributario
- ❖ Gerardo Atalibia: Hipótesis legal de Incidencia Fiscal. Edic. Fundación Cultura Universitaria, Montevideo, Uruguay, 1977

- ❖ Amilcar de Araujo: El hecho generador de la Obligación Tributaria. Edic. Depalma, Bs. As., Argentina, 1964.
- ❖ Héctor Villegas: Curso de Finanzas, Derecho Financiero y Tributario. Edic. Depalma, Bs. As., Argentina
- ❖ José María Martín: Derecho Tributario General y Procesal. Edic. Depalma, Bs. As., Argentina.
- ❖ Horacio D. Diaz Sieiro: Procedimiento Tributario. Edic. Macchi, 1994, Bs. As., Argentina
- ❖ Giuliani Fonrouge: Procedimiento Tributario. Edic. Depalma, 1994
- ❖ Juan Vicente Talavera: Garantías Constitucionales de los contribuyentes. Edic. El constitucionalista, 1994, Asunción, Paraguay
- ❖ Fritz Neumar: Principios de la Imposición. Instituto de Estudios Fiscales, Madrid, España, 1994

LEGISLACIÓN

- ❖ Código Aduanero
- ❖ Código Aduanero del MERCOSUR
- ❖ Ley 125/92
- ❖ Ley 1294/87, Orgánica Municipal
- ❖ Ley de Tarifa y Arancel de Aduanas
- ❖ Tratado de MERCOSUR
- ❖ Leyes N° 881/81; 620/76 y 135/92 de Tributos Municipales
- ❖ Constitución Nacional
- ❖ Disposiciones reglamentarias de la Ley 125/92
- ❖ Código Aduanero comentado por Expedido Rojas Benítez, Editorial El Foro.

IV. SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

- ✧ Conferencias didácticas
- ✧ Lectura Comentada
- ✧ Trabajo de Investigación por parte de los alumnos
- ✧ Apoyo audiovisuales
- ✧ Dinámica de Grupo

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Administración

Liderazgo Empresarial y Negociación

AREA: Técnico Profesional
SUBAREA: Recursos Humanos
CODIGO: 2.06.49
CREDITOS: 8

HORAS POR SEMANA : 4
SEMANAS POR SEMESTRE : 17
HORAS POR SEMESTRE : 68

I. OBJETIVOS GENERALES

Introducir al estudiante de Administración en el arte y los conceptos, principios y metodologías del liderazgo empresarial y la negociación de conflictos. Los tiempos actuales son de profundo y turbulentos cambios, con énfasis los cambios en los ámbitos del conocimiento y la información.

Consecuentemente, el liderazgo empresarial y el arte de la negociación son clave para direccionar los esfuerzos y recursos de la organización hacia las metas fundamentales.

- ◆ Conceptualizar los principios y metodologías del liderazgo
- ◆ Interrelacionar los distintos aspectos del liderazgo de manera teórica y dinámica
- ◆ Comprender los principios del arte de la negociación de conflictos
- ◆ Introducir los principios de la creatividad para las negociaciones difíciles

II. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ◆ Establecer los conceptos fundamentales del arte del liderazgo empresarial
- ◆ Describir los fundamentos del liderazgo situacional
- ◆ Aplicar las etapas del liderazgo situacional en contextos concretos
- ◆ Conceptualizar los alcances y usos del liderazgo estratégico

- ◆ Incorporar las técnicas y herramientas del liderazgo estratégico
- ◆ Comprender el liderazgo efectivo en los procesos de cambios
- ◆ Comprender los principios de la negociación estratégica
- ◆ Aplicar los principios en el mundo real
- ◆ Comprender los fundamentos del pensamiento lateral en las negociaciones

III. CONTENIDO

UNIDAD I

Introducción al Arte del Liderazgo

Liderazgo: conceptos. Las organizaciones y su gente. La dinámica de las relaciones interpersonales y de grupos. Las organizaciones como ámbitos e instrumentos políticos. Poder, conflicto y coaliciones. La cultura Organizacional Los símbolos. Enfoques de las actitudes. Rasgos negativos del liderazgo. El entorno motivador

UNIDAD II

El Liderazgo Situacional

Enfoques situacionales. Eficacia del liderazgo. El diagnóstico del ambiente. El concepto básico del liderazgo situacional. Aplicación del liderazgo situacional. El ciclo de desarrollo. La disciplina constructiva. Establecimiento de relaciones personales eficaces

UNIDAD III

El Liderazgo Estratégico

Estrategia: conceptos. El pensamiento estratégico. El entorno estratégico. Objetivos específicos. La organización estratégica. La cultura estratégica. La comunicación Organizacional. La toma de decisiones eficaces. Planeación e implantación del cambio estratégico. Ciclos de cambio. El proceso de cambio.

UNIDAD IV

El Liderazgo Transformacional

Características de la transformación Organizacional. Construcción de visiones sistémicas. Entender las resistencias a la transformación. Preparación de la empresa para la transformación. Acciones del liderazgo transformacional. El modelo de liderazgo para la transformación. Bases de poder para el liderazgo transformaciones. La comunicación eficaz. Administración de conflictos durante las fases críticas de la transformación .

UNIDAD V

Introducción a los Principios y el Arte de Negociar

Negociar. Conceptos básicos. La negociación tradicional. La negociación efectiva. El principio de la mejor alternativa a un acuerdo negociado. El principio del dialogo. El principio Socrático. La importancia de la ética en las negociaciones. El entendimiento de los intereses. La objetividad de los criterios en la negociación. El empleo de la simplicidad en los procesos de negociación.

UNIDAD VI

La Creatividad Efectiva en la Negociación

La creatividad: principios. El funcionamiento de la mente. El proceso perceptivo. El proceso del pensamiento . El pensamiento lógico. El pensamiento lateral. Las herramientas del pensamiento lateral en las negociaciones. Diseñar proyectos para conflictos difíciles. El negociador creativo

IV. METODOLOGÍA

Altamente participativo-reflexivo. Se enfatizaran la lectura critica anticipada y las simulaciones de casos, tipo de la Universidad de Harvard, con datos reales y protagonistas ficticios.

V. BIBLIOGRAFÍA

- ✧ Paul Hersey, Kenneth H. Blanchard, Dewey E. Johnson (1998), “Administración del Comportamiento Organizacional”. Edit. pHH Prentice Hall
- ✧ Roger Fisher y William Ury (1985), “Como Negociar sin Ceder”. Edit. Norma
- ✧ Lee Q. Bolman, Terrence E. Deal (1991), “Organización y Liderazgo. El Arte de la Decisión”. Edit. Addison Wesley

VI. SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

- ✧ Conferencias didácticas
- ✧ Lectura Comentada
- ✧ Trabajo de investigación por parte de los alumnos
- ✧ Apoyo audiovisuales
- ✧ Dinámica de Grupo

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Administración

Finanzas Públicas

AREA: Técnico Profesional
SUBAREA: Finanzas
CODIGO: 2.04.47
CREDITOS: 10

HORAS POR SEMANA : 5
SEMANAS POR SEMESTRE : 17
HORAS POR SEMESTRE : 85

I. OBJETIVOS:

Se pretende que el término del estudio de esta asignatura, el alumno esté capacitado intelectualmente para aplicar en la realidad práctica de la estructura económico financiera nacional, los elementos que componen la instrumentación técnica de la “Hacienda Pública”.

Para el efecto deberá:

- ◆ Identificar la naturaleza y las características de las magnitudes macro y micro económicas vinculadas con la actividad financiera del Estado.
- ◆ Distinguir el grado de incidencia de los instrumentos de la “Hacienda Pública” ingreso público, gasto público y deuda pública en la economía global.
- ◆ Describir un sistema fiscal orientado a fomentar y facilitar una distribución óptima de la renta y una adecuada cobertura social.
- ◆ Emitir opiniones y elaborar conclusiones sobre temas hacendísticos.
- ◆ Demostrar actitud positiva para la aplicación de los nuevos conocimientos en la realidad económica – financiera nacional.

II. CONTENIDO:

UNIDAD I

Ciencias de las finanzas

Actividad financiera. Concepto naturaleza. Caracteres de la actividad financiera. Necesidades públicas. Servicios públicos generales y especiales. Momentos constitutivos de la actividad financiera. Relaciones de las finanzas públicas.

UNIDAD II

Gastos públicos

Conceptos. Relaciones. Naturaleza del gasto público: el gasto público y la economía de mercado. Teoría de la reproductividad del gasto público. Efectos del gasto público. Efecto multiplicador. Principio de aceleración. Límite del gasto público. Fines del gasto público. Clasificación del gasto público. Teoría de Hug Dalton sobre el gasto. El aumento progresivo del gasto público y su productividad. El gasto público y la inflación monetaria. Financiación y consecuencias del gasto público. Fuentes tradicionales de financiación del gasto público. Previsiones constitucionales y legislativas para evitar gastos indebidos. Gobierno de facto y los gastos públicos. Concepto y previsión constitucional. Limitación del gasto público: cabe fijarla en proporciones numéricas o en relación a la renta nacional y la presión tributaria.

UNIDAD III

Recursos e Ingresos Públicos

Concepto de recursos. Recursos originarios y patrimoniales. Empresas del estado que generan recursos y satisfacen servicios y bienes en el país. Pro y contra de la privatización de las empresas públicas. Pro y contra de la nacionalización de las empresas privadas. Los bienes del dominio privado y público del estado según el código civil. Recursos derivados: Los tributos. Conceptos de tributo. Clases de tributos: impuestos, tasas, contribuciones de mejoras y seguridad social. Recursos parafiscales.

Conceptos y diferencias entre cada uno de ellos. Empréstitos y bonos. Conceptos. Emisión monetaria. Precio y tributo. Conceptos y diferencias. Tasa y precio público. Concepto y diferencias. Clasificación de los recursos del estado.

UNIDAD IV

Instrumentos del análisis positivo de la Hacienda Pública

El papel de la teoría. Métodos del análisis empírico. Entrevistas. Experimentos. Estudios econométricos. Comentarios finales.

UNIDAD V

Instrumentos del análisis normativo

Resultados básicos de la economía del bienestar. Economía de intercambio puro. Una economía con producción. El teorema fundamental de la economía del bienestar. La elección ente puntos eficientes en el sentido de Pareto: la función de bienes sociales. Tipos de fallos de mercado. Monopolio. Bienes públicos. Los efectos externos. Información costosa. Inexistencia de mercados. Valoración.

UNIDAD VI

Análisis del Gasto Público

Distribución de la renta. La distribución “óptima” de la renta. El criterio maximin. Redistribuciones de renta Pareto eficientes. Concepciones no individualistas. Movilidad social. Incidencia del gasto: problemas conceptuales. Problemas de medición de la renta. Unidad de observación. Estimación de los efectos en los precios relativos. Bienes públicos. Valoración de transferencias en especie. Programas para los pobres. Gasto federal para personas con renta baja. Valoración del “Presupuesto contra la pobreza”: las transferencias en especie otra vez. Consecuencia final: la distribución de la renta. Comentarios finales.

UNIDAD VII

Bienes Públicos

Definición de bienes públicos. Provisión eficiente de bienes públicos. Reinterpretación del caso de los bienes privados. El caso de los bienes públicos. ¿Es el problema del viajero sin billete realmente un problema?. Sustitutos privados de los bienes públicos. Elección social. Regla de unanimidad y el procedimiento de Lindahl. Reglas de voto mayoritario. Concesiones mutuas. Teorema de imposibilidad de Arrow.

UNIDAD VIII

Efectos Externos

La naturaleza de los efectos externos. Análisis gráficos. Remedios posibles: ¿Cómo llegamos allí desde aquí?. Impuestos. Subvenciones. Subasta de permisos de contaminación. Delimitar los derechos de propiedad. Reglamentación. Valoración. Implicaciones sobre la distribución de renta. Una nota de aviso sobre los efectos externos positivos. Implicaciones. Economistas y efectos externos.

UNIDAD IX

Cobertura Social

¿Por qué tener una cobertura social?. Selección adversa. Otras justificaciones. La estructura del sistema de Seguridad Social. Componentes básicos. Aspectos distributivos. ¿Está la Seguridad Social en la bancarrota? Los efectos de la Seguridad Social en el comportamiento económico.

Comportamiento ahorrador. Comportamiento de la oferta de trabajo. Seguridad social y comportamiento: implicaciones. Reforma de la Seguridad Social. Cobertura de desempleo. Conclusiones.

UNIDAD X

Análisis Coste - Beneficio

Digresión: el valor presente. Inflación. Criterios para la toma de decisiones: el sector privado. Tasa de rendimiento interno. Cociente beneficio – coste. La tasa de descuento del sector público. Tasa de rendimiento antes de impuestos en el sector privado. Suma ponderada de las tasas de rendimiento antes y después de impuestos. Tasa social de descuento. Valoración de beneficios y costes. Precios de mercado. Precios de mercado ajustados. Algunas trampas en el análisis coste – beneficio. El juego de la reacción en cadena. El juego del trabajo. El juego de contar dos veces. Consideraciones distributivas. Incertidumbre. Una aplicación del análisis coste – beneficio: uso para fines recreativos de: Los Picos de Nubes Blancas. Tasa de descuento. Costes. Beneficios. Comentarios. Comentarios finales.

UNIDAD XI

Funcionamiento del Sector Público

El reparto de actores. Representantes. Políticos electos. Funcionarios. Intereses particulares. Otros actores. ¿Por qué ha crecido tanto el Sector Público? Poniendo al Sector Público “bajo control”. Conclusiones.

UNIDAD XII

Un Marco para el Análisis Impositivo

Imposición y distribución de la renta. Observaciones generales sobre el análisis de la incidencia impositiva. Deberían considerarse tanto las fuentes como los usos de la renta. La incidencia depende de cómo se determinen los precios. La incidencia depende del destino de la recaudación impositiva. La progresividad de los impuestos puede medirse de distintas maneras: modelos de incidencia impositiva, modelos de equilibrio parcial, modelos de equilibrio general.

La incidencia impositiva y la capitalización. La incidencia en un concepto intergeneracional: la carga de la deuda. Conclusiones.

UNIDAD XIII

Imposición y Eficiencia

El exceso de gravamen en un modelo sencillo. Análisis del exceso de gravamen mediante curvas de demanda. La imposición diferenciada de los factores. ¿Tiene importancias la imposición eficiente?

UNIDAD XIV

Imposición Eficiente y Equitativa

Imposición óptima sobre las mercancías. La regla de Ramsey. Consideraciones de equidad. Una aplicación de la imposición óptima sobre las mercancías: la imposición de la unidad familiar. Tarifación óptima. Imposición óptima sobre la renta. El modelo de Edgeworth. Estudios modernos. La política y la imposición óptima. Otros criterios para valorar sistemas impositivos. La equidad horizontal. Los costes de administración del sistema impositivo. El fraude fiscal.

UNIDAD XV

El Impuesto sobre la Renta Personal

Estructura básica. La definición de la renta: cuestiones conceptuales. Formas excluibles de renta monetaria. Intereses de la deuda de las administraciones territoriales. Ganancias de capital. Contribuciones empresariales a los planes de pensiones y de seguros de enfermedad. Donaciones y herencias. Exenciones y deducciones. Exenciones. Deducciones de la base. Gastos fiscales. Estructura de los tipos. Descripciones básicas. Tendencias temporales de los tipos impositivos. Tipos impositivos para individuos de renta baja. Tipos impositivos para individuos de renta alta.

Tipos impositivos efectivos y la teoría de la imposición: un recordatorio. Elección de unidad. Antecedentes. Análisis del impuesto matrimonial. Impuestos e inflación. ¿Cómo afecta la inflación a los impuestos?. El tratamiento del problema de los impuestos y la inflación. Los impuestos sobre la renta establecidos por los Estados.

UNIDAD XVI

La Imposición sobre la Renta Personal y el Comportamiento

La oferta de trabajo. Consideraciones teóricas. Hallazgos empíricos. El ahorro. Estudios econométricos del ahorro. Los impuestos y la “escasez de capital”. Composición de la cartera. Decisiones de vivienda. Conclusiones: una nota sobre la política y las elasticidades.

UNIDAD XVII

El Impuesto de Sociedades

¿Por qué gravar a las sociedades?. Estructura. Exclusión de los gastos, salarios. Exclusión de los pagos por intereses. Exclusión de la amortización. El crédito fiscal por inversión. La imposición de los “beneficios inflacionarios”. Tratamiento diferente de los dividendos y de los beneficios retenidos. Resumen: tipo impositivo efectivo sobre el capital societario. La incidencia y el exceso de gravamen del impuesto de sociedades. Efectos sobre el comportamiento. Inversión física. Tipos de activos: finanzas societarias. Los impuestos estatales de sociedades. La reforma del impuesto de sociedades: ¿integración con el impuesto personal?. El impuesto sobre la renta en el Paraguay. Estructura del impuesto de sociedades. Tarifa del impuesto. La inflación y la contabilización de las existencias. Tratamiento de los beneficios distribuidos y retenidos. Tasa de imposición efectiva sobre el capital societario.

UNIDAD XVIII

Impuesto sobre el Consumo

Impuestos sobre las ventas. Antecedentes. Justificaciones. Implicaciones para la eficiencia y la distribución. El impuesto sobre el Valor Añadido. Problemas de implantación. El IVA en el Paraguay. El impuesto sobre el consumo personal. Cuestiones de eficiencia. Cuestiones de equidad. Ventajas e inconvenientes administrativos.

UNIDAD XIX

El Impuesto sobre la Propiedad

Impuesto sobre el Patrimonio ¿Por qué gravar la riqueza?. Antecedentes. Efectos de incidencia y eficiencia. ¿Por qué odia tanto la gente el impuesto sobre la propiedad? Impuestos sobre sucesiones y donaciones. Justificaciones. Cláusulas. El impuesto sobre el patrimonio. Las contribuciones territoriales. Impuesto sobre adquisiciones mortis causa.

Impuesto sobre donaciones inter vivos y mortis causa. Gravamen complementario. Impuesto sobre los bienes de las personas jurídicas. Problemas relativos al ámbito del impuesto y la estimación del patrimonio. El impuesto sobre transmisiones patrimoniales.

UNIDAD XX

El Crédito y la Deuda Pública

El endeudamiento del sector público y de los avales del tesoro. Deuda del estado y deuda del tesoro. Deuda perpetua y deuda amortizable. Deuda interior y deuda exterior. Deuda nominativa y deuda al portador. Deuda general y deuda especial.

UNIDAD XXI

El Presupuesto

Diversas teorías. El Presupuesto general de Gastos de la Nación. Ley N° 1.535/99 de administración financiera del estado y sus reglamentaciones. Principios presupuestarios. El principio económico y su incidencia en la economía.

UNIDAD XXII

Normas Constitucionales y de Derecho Financiero

Constitución Nacional. Ley orgánica del Ministerio de Hacienda. Ley de organización administrativa. Ley de organización financiera. Ley de organización y administración del tesoro público. Ley de contabilidad y control. Ley de la Contraloría General de la República.

III. BIBLIOGRAFÍA

a) Texto Básico

- ❖ Rosen, Harvey S., Manual de Hacienda Pública. Edición española a cargo de Ignacio Zubiri y Antonio de Lecca. Ariel Economía. Editorial Ariel S.A. Barcelona, Año 1990.

b) Textos Alternativos

- ❖ Musgrave, Richard., A. Hacienda Pública. Teoría y Aplicada. R. A. Musgrave y Peggy B. Musgrave. 5ta. Edición Mc. Graw Hill. Año 1991.
- ❖ Emilio Albi, Carlos Contreras, José M. González – Paramo, Ignacio Zubini, Teoría de la Hacienda Pública, 2º Edición modificada y ampliada. Editorial Ariel Economía, Año 1994.

c) Textos Complementarios

- ❖ Shoup, Carl S., Hacienda Pública, Instituto de Estudios Fiscales, Madrid 1980.
- ❖ Cosciani, Césare, Ciencia de la Hacienda, Editorial de Derecho Financiero, Editorial de Derecho Reunidas, Madrid, 1980.
- ❖ Pigon, Artur Cecil, Hacienda Pública, 2º Edición, Instituto de Estudios Fiscales, Ministerio de Hacienda, Madrid, España. Traducción de la 3ra. Edición revisada, Año 1962

IV. SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

- ❖ Conferencias didácticas
- ❖ Lectura Comentada
- ❖ Trabajo de investigación por parte de los alumnos
- ❖ Apoyo audiovisuales
- ❖ Dinámica de Grupo

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Administración

Dirección Estratégica y de Ventas

AREA: Técnico Profesional
SUBAREA: Mercadotecnia
CODIGO: 2.05.48
CREDITOS: 8

HORAS POR SEMANA : 4
SEMANAS POR SEMESTRE : 17
HORAS POR SEMESTRE : 68

I. OBJETIVOS:

Al finalizar el desarrollo de este programa el alumno estará capacitado para:

- ◆ Describir el proceso de la administración.
- ◆ Identificar distintos tipos de estrategias aplicadas a las organizaciones.
- ◆ Describir los elementos componentes de la misión del negocio.
- ◆ Identificar los elementos y los instrumentos para la evaluación externa del negocio.
- ◆ Describir los conceptos e instrumentos de la evaluación interna del negocio.
- ◆ Describir los parámetros a considerar para la elección de las estrategias.
- ◆ Explicar los aspectos a ser analizados para la implementación de las estrategias.
- ◆ Describir los parámetros para evaluar las estrategias.
- ◆ Explicar los aspectos a considerar para la administración estratégica global.
- ◆ Identificar los aspectos más relevantes relacionados con la planificación, organización, control y evaluación de las ventas.
- ◆ Utilizar criterios, técnicas y herramientas relacionadas con la gestión de la fuerza de ventas.
- ◆ Desarrollar un plan de ventas en función de una estrategia de comercialización dada.

II. CONTENIDO

UNIDAD I

Naturaleza de la Administración Estratégica

El concepto de estrategia; Los términos claves de la administración estratégica; El Modelo de la administración estratégica; Los beneficios de la administración estratégica; Las consideraciones éticas para la administración estratégica. Los tipos de estrategias: las estrategias de investigación; las estrategias intensivas; las estrategias de diversificación; las estrategias defensivas.

Consideraciones para seguir diversas estrategias. Compras, fusiones y adquisiciones de empresas como estrategias corporativas; las estrategias genéricas del Michael Porter; las estrategias en las organizaciones no lucrativas, gubernamentales y en las pequeñas empresas.

UNIDAD II

La Importancia de la Declaración de la Misión del Negocio

La misión y la misión del negocio; la naturaleza de la misión de una empresa; elementos de la declaración de la misión. La naturaleza de la evaluación externa del negocio; las fuerzas del entorno del negocio; las fuerzas competitivas del negocio; las fuentes externas de información; instrumentos y técnicas para realizar pronósticos; análisis de la competencia; el modelo de las cinco fuerzas de Porter; la matriz del perfil competitivo.

La naturaleza de la evaluación interna del negocio; relaciones entre las áreas funcionales del negocio; las funciones de las distintas áreas del negocio; delineamientos para la evaluación interna; la matriz de evaluación de los factores internos.

UNIDAD III

La Naturaleza del Análisis y la Elección de Estrategias

Los objetivos a largo plazo; Marco general para formular estrategias; La etapa de los insumos; La etapa de la educación; La etapa de la decisión;

Aspectos culturales en la elección de estrategias; Las políticas para elegir estrategias; El papel de la alta dirección en la elección de estrategias.

UNIDAD IV

Naturaleza de la Implementación de Estrategias

Los objetivos anuales; Las políticas de apoyo; La asignación de recursos; Adecuación de la estructura a la estrategia; El desempeño y la remuneración en la implementación de estrategias; El manejo de la resistencia al cambio; El manejo del ambiente natural; La creación de una cultura estratégica; La dirección de operaciones y la implementación de estrategias; Los recursos humanos en la implementación de estrategias.

UNIDAD V

Las Áreas de la Empresa y la Implementación de las Estrategias

Los aspectos de Marketing; Aspectos financieros y contables; Aspectos de investigación y desarrollo; Aspectos de sistemas de información; La naturaleza de la evaluación de las estrategias; Parámetros para evaluar estrategias; Características de un sistema de evaluación efectivo; Auditoria de las estrategias; La tecnología en la evaluación de estrategias; Directrices para una administración efectiva.

UNIDAD VI

La Naturaleza de la Competencia Global

Las distintas culturas del mundo; El reto de la globalización; Los cambios en distintos países y la influencia en la administración estratégica.

Introducción a la dirección de ventas; Dirección de Ventas. La dirección de ventas y el plan de comercialización. El proceso de comunicación y las ventas. Funciones del Administrador de Ventas.

UNIDAD VII

Planificación de las Ventas

Proyección de las demandas de mercado: Métodos de pronóstico de ventas. Formulación de las cuotas de ventas. Plan de ventas. Estudio de casos; Estructura de la organización de ventas; Principios de una organización de ventas efectiva. Funciones de una organización de ventas. Estructuras de una organización de las ventas. Asignación de territorios de ventas. Diseño de una organización de ventas. Estudio de casos.

UNIDAD VIII

Gestión de la Fuerza de Ventas

Planificación Estratégica de la Fuerza de Ventas. Selección y capacitación de la fuerza de ventas. Remuneración y motivación de la fuerza de ventas. Supervisión de la fuerza de ventas. Determinación del perfil del vendedor. Sistemas de reclutamiento de vendedores. Proceso de selección de vendedores: Técnicas de selección de vendedores. Entrevistas. Tests psicológicos. Otras Técnicas. Estudio de casos. Plan de Capacitación: Objetivos. Programa de capacitación. Elaboración de un programa de capacitación de vendedores. Evaluación y control de un programa de capacitación de vendedores.

Estudio de casos. Sistema de Remuneración de vendedores. Factores que determinan la elección de un sistema de remuneración. Remuneraciones y motivación. Incentivos no materiales. Supervisión de vendedores. Objetivos. Funciones. Métodos. Estudios de casos.

UNIDAD IX

Evaluación y Control de las Ventas

Control administrativo de las ventas: Procedimientos. Supervisión. Presupuestos. Estudio de casos. Análisis de las ventas resultantes. Detección y corrección de las desviaciones. Evaluación de Vendedores: Criterios. Evaluación del desempeño individual.

III. BIBLIOGRAFIA

Textos

❖ Fred R. David. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana S.A., Quinta Edición, 1997: Administración Estratégica

Textos de Apoyo

❖ Mintzberg Henry, Brian Quinn James, Voyer, John. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana S.A. Primera (edición breve), 1997: El Proceso Estratégico

❖ Mintzberg Henry, Brian Quinn James. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana S.A. Segunda edición, 1996: El Proceso Estratégico

❖ Hodge, Anthony y Gales. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana S.A.. Quinta Edición, 1998. Teoría de la Administración.

❖ Stoner, Freeman y Gilbert. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana S.A. Sexta Edición, 1996. Administración.

❖ Stroh, T - La Gerencia de Ventas.

❖ Canfield, B - Administración de las Ventas.

❖ Kottler, P - Mercadotecnia.

IV. ACTIVIDADES RECOMENDADAS

- ✧ En cada capítulo, desarrollo de casos prácticos, ya sea de los textos recomendados o de casos preparados por el profesor de la cátedra.
- ✧ Elaboración de trabajos prácticos, basados en la aplicación de los conceptos desarrollados en la materia, aplicación a situación de empresas reales.
- ✧ Exposición en clase de temas relacionados con la materia.

V. SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

- ✧ Conferencias didácticas
- ✧ Lectura Comentada
- ✧ Trabajo de Investigación por parte de los alumnos
- ✧ Apoyo audiovisuales
- ✧ Dinámica de Grupo

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Administración

Creación de Nuevos Negocios

AREA: Técnico Profesional
SUBAREA: Organización
CODIGO: 2.07.50
CREDITOS: 12

HORAS POR SEMANA : 6
SEMANAS POR SEMESTRE : 17
HORAS POR SEMESTRE : 102

I. OBJETIVOS:

Al finalizar el desarrollo de este programa el alumno estará capacitado para:

- ◆ Comprender el proceso de generación y selección de ideas de negocios.
- ◆ Comprender el proceso de implementación de la idea seleccionada.
- ◆ Comprender el proceso de creación de una empresa.
- ◆ Comprender y aplicar las funciones de proceso administrativos en la nueva empresa.

II. CONTENIDO:

UNIDAD I

Generación y selección de ideas de negocios

Generación de ideas de negocios. La capacidad creativa. El proceso creativo. Factores que inhiben a la creatividad: a) Los autodiálogos; b) La baja autoestima; c) La falta de asertividad; d) La tendencia a la sobreracionalidad.

Métodos y estrategias para generar ideas. El pensamiento paralelo; la analogía; el análisis de fuentes de ideas de negocio: a) Los consumidores; b) lo inesperado; c) lo incongruente; d) la necesidad del proceso. El pensamiento realista como base de selección de ideas de negocio, errores que interfieren en el pensamiento realista: falta de realismo en las expectativas. Atención selectiva. Magnificación y minimización. Pensamiento dicotómico. Pensamiento de deseo, errores en el estilo atribucional. Sistemas de retroalimentación deficientes. El terrible simplificar. Factores que interfieren en el pensamiento realista. Errores comunes que interfieren en el.

UNIDAD II

Selección de ideas de negocios

Evaluando la oportunidad de negocio. Dimensión de la oportunidad de negocio. Rentabilidad esperada de la oportunidad de negocio, a) estimación de la inversión inicial requerida; b) estimación de los flujos de fondos; c) estimación de punto de equilibrio. Proyección de la oportunidad de negocio. Desarrollo del concepto de negocio. Ubicación y acceso a los clientes, competitividad del producto o servicio y beneficios que repartirá al consumidor. Poder de proveedores y clientes. Dimensionar los recursos necesarios para determinar la factibilidad de realización del negocio: a) Las personas; b) Acceso a recursos financieros, b.1) Adquirir una empresa, b.2) Asociarse con otros emprendedores (Joint-venture), b.3) Crear una nueva empresa. Compatibilidad del negocio con los valores personales.

UNIDAD III

Estudio del mercado

Estudio de la demanda: principales conceptos en la cuantificación de la demanda actual, Potencial del mercado total, Potencial del área de mercado, Estimación de la demanda futura. Identificación de los segmentos del mercado y selección de los mercados metas: segmentos del mercado y nichos del mercado, Segmentación: a) Procedimientos, b) Bases, c) Desarrollo del perfil del cliente, d) Evaluación, e) Selección de los segmentos del mercado.

Estudio de la competencia: Objetivos del análisis de los competidores. Definiendo quienes son los competidores. Competidores potenciales. Análisis de los competidores: a) lo que ofrece el competidor, b) las capacidades del competidor, c) la forma de competir en la actualidad, d) los objetivos futuros del competidor, e) los supuestos del competidor, fuente de información sobre los competidores, obtención de ventajas

UNIDAD IV

Desarrollo de la estrategia del negocio

Diferenciación y posicionamiento de la oferta de mercado: Herramientas para la diferenciación. Desarrollo de una estrategia de posicionamiento. Estrategias de mercadotecnia en las diferentes etapas del ciclo de vida del producto: introducción, crecimiento, madurez, declinación. Diseños de estrategias para aquellos que plantean retos contra el mercado. Estrategia de los adeptos del mercado. Estrategia de los nichos de mercado.

UNIDAD V

Infraestructura del negocio

Calidad de la infraestructura, tamaño de la infraestructura. Ubicación geográfica. El personal; la estructura organizacional, diseño de la estructura organizacional. Administración por objetivos, conceptos básicos.

Tipos De Sociedad

Sociedad anónima. Organización de la dirección superior. La función del mandato. la función administrativo o de dirección general. La función de la dirección divisional o departamental. El directorio: funciones, composición, representación externa. Elección de directores, renovación total y parcial. Cargos en el directorio. Comisiones. Reuniones. Orden del día.

Sociedad de responsabilidad limitada. Concepto. Caracteres. Capital. Naturaleza. Jurídica. Ventajas. Empresa individual de responsabilidad limitada. Concepto. Requisitos para la apertura de una empresa. Registros de marcas y patentes.

UNIDAD VI

Recursos financieros necesarios

Elaboración del flujo de caja. El margen de operación. Bases de la evaluación de proyectos: a) período de recuperación de la inversión, b) rentabilidad de la inversión, b.1) valor presente neto, b.2) tasa interna de retorno. Fuentes de financiamiento. Líneas de crédito existentes para emprendedores. Otras consideraciones del análisis de los recursos financieros: a) valores reales y valores nominales, análisis de sensibilidad. Consideraciones para el crecimiento del negocio.

UNIDAD VII

Análisis de la operación del negocio

Alternativos de producción: a) producción en lote, b) producción a pedido. Análisis de la tecnología. Análisis de los proveedores. Poder de negociación de los proveedores. N° de proveedores existentes en el sector. N° de empresas que compiten en el sector. Grado de sustitución de los productos que ofrece el proveedor. Otras variables relevantes para la selección de proveedores. Relación con los proveedores.

UNIDAD VIII

El plan de negocios

Contenido del plan de negocios. Resumen ejecutivo. Descripción del negocio. Análisis del entorno y orientación al cliente. La operación del negocio, organización y dirección. Prioridad y estructura de financiamiento. Análisis financiero, análisis de riesgos. Cronograma de puesta en marcha. Cómo evaluar un plan de negocios.

UNIDAD IX

Elaboración de un presupuesto

Requisitos para la preparación de un presupuesto. Líneas de autoridad y responsabilidad en la preparación de un presupuesto. Presupuesto de ventas. Presupuesto de producción. Presupuesto financiero.

Duración del período de vigencia del presupuesto. Preparación de presupuesto en casos de la producción sobre pedidos especiales. Ampliación del presupuesto. Registro de operación. Limitaciones del presupuesto.

UNIDAD X

Política de impulsión, Publicidad, Promoción

La publicidad, su contenido, sus principios, directrices generales, medios, presupuesto publicitario. Organización de la publicidad, las agencias. Eficacia de la publicidad. Productos publicitarios. Su medida. La campaña de publicidad. Promoción. Definición y características, contenido de la promoción. Control. Rentabilidad de la promoción. El punto crítico. Juicio crítico de la promoción.

UNIDAD XI

Canales de distribución

Concepto. Tipos: ventas directas, mayoristas, detallistas, corredores. Administración de la fuerza de ventas: diseño, objetivos, estructura, tamaño, compensación, reclutamiento y selección. Capacitación.

UNIDAD XII

Nuevas tendencias de Administración y Marketing

El marketing de relaciones. El liderazgo como clave para alcanzar el éxito de la empresa. E-business. La mujer dentro de las organizaciones.

III. BIBLIOGRAFÍA

- ✧ Creación de Nuevos Negocios. Marta Nanning
- ✧ Dirección de Mercadotecnia. Philip Kotler.
- ✧ Organización y Dirección de Empresas. Sebastián Chamorro.

IV. SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

- ✧ Conferencias didácticas
- ✧ Lectura Comentada
- ✧ Trabajo de Investigación por parte de los alumnos
- ✧ Apoyo audiovisuales
- ✧ Dinámica de Grupo