# Programa de Microcredenciales

## Negocios Digitales y Emprendimiento

Carrera de Ingeniería Comercial

**Diseño para aplicación piloto — 120 horas**

**Modelo institucional ajustado de microcredenciales**

Universidad Salesiana de Bolivia

31 de agosto de 2026

# Índice

**1. Identificación del programa** **1**

**2. Justificación y articulación curricular** **1**

**3. Público objetivo y requisitos** **1**

**4. Competencia y resultados de aprendizaje** **2**

**5. Estructura del programa** **2**

5.1. Microcredencial 1: Modelo de negocio y validación de clientes . . . . . 2

5.2. Microcredencial 2: Marketing digital y analítica comercial . . . . . 2

5.3. Microcredencial 3: Finanzas, riesgos y lanzamiento . . . . . 3

**6. Metodología y acompañamiento** **3**

**7. Carga horaria** **3**

**8. Evaluación** **4**

**9. Producto integrador** **4**

**10. Certificación y registro** **4**

**11. Equipo docente y recursos** **4**

**12. Implementación piloto** **5**

**13. Indicadores** **5**

**14. Riesgos y medidas** **5**

**15. Lista de aprobación previa** **6**

**16. Conclusión** **6**

# 1 Identificación del programa

| Campo | Definición |
|---|---|
| Denominación | Negocios Digitales y Emprendimiento |
| Carrera responsable | Ingeniería Comercial |
| Nivel | Básico–intermedio |
| Carga total | 120 horas de trabajo del participante |
| Estructura | Tres microcredenciales de 40 horas |
| Duración sugerida | 10–12 semanas |
| Modalidad | Híbrida, con aula virtual y acompañamiento docente |
| Cupo piloto | 20–30 participantes |
| Aprobación | 70/100 y entrega obligatoria del producto integrador |
| Créditos | No asignados durante el piloto; sujetos a resolución institucional |

# 2 Justificación y articulación curricular

La malla curricular proporcionada para revisión integra fundamentos de negocios, contabilidad, emprendimiento, finanzas, ventas, negociación, marketing, estadística, procesos comerciales, informática aplicada a los negocios, riesgos, costos y proyectos. El programa articula estas capacidades en una ruta para diseñar, validar y poner en marcha negocios digitales.

**Referentes de la malla**: ADM-122 Fundamentos de los Negocios; FIN-233 Contabilidad II; ADM-222 Emprendimiento; FIN-332 Finanzas I; COM-353 Ventas y Técnicas de Negociación; COM-454 Marketing; MAT-544 Estadística Económica; COM-555 Gestión de Procesos Productivos y Comerciales; ADM-622 Informática en los Negocios; COM-654 Diseño e Implementación de Modelos de Negocios; COM-655 Preparación, Ejecución y Evaluación de Proyectos; ADM-722 Gestión del Riesgo y Toma de Decisiones; FIN-733 Ingeniería de Costos.

El programa complementa la formación de carrera y no sustituye asignaturas ni genera homologación automática. Su reconocimiento curricular futuro requerirá análisis y aprobación institucional.

# 3 Público objetivo y requisitos

**Público objetivo**: Estudiantes desde sexto semestre, egresados, emprendedores y responsables comerciales de MIPYMES.

**Requisitos recomendados**: Manejo básico de costos, marketing y herramientas digitales de productividad.

# 4 Competencia y resultados de aprendizaje

**Competencia general**: Diseña y valida un modelo de negocio digital mediante investigación de clientes, estrategia comercial, métricas, estructura de costos y experimentos de mercado.

Al finalizar, el participante será capaz de:

1. Formular una propuesta de valor y modelo de negocio sustentados en evidencia de clientes.
2. Diseñar una estrategia de adquisición, conversión y fidelización mediante canales digitales.
3. Evaluar viabilidad financiera y presentar un plan de implementación medible.

# 5 Estructura del programa

| Microcredencial | Horas | Evidencia principal |
|---|---|---|
| 1. Modelo de negocio y validación de clientes | 40 | Lienzo de negocio y reporte de validación con clientes. |
| 2. Marketing digital y analítica comercial | 40 | Plan de campaña digital con tablero de indicadores. |
| 3. Finanzas, riesgos y lanzamiento | 40 | Plan financiero y dossier de lanzamiento del emprendimiento. |
| **Total** | **120** | Certificado del programa y portafolio de evidencias. |

## 5.1 Microcredencial 1: Modelo de negocio y validación de clientes

**Propósito**: desarrollar la capacidad específica asociada con modelo de negocio y validación de clientes.

**Contenidos mínimos**: Problema; segmentos; propuesta de valor; modelo de negocio; entrevistas; hipótesis; experimentos y aprendizaje.

**Evidencia modular**: Lienzo de negocio y reporte de validación con clientes.

**Distribución**: 12 horas de mediación directa, 20 horas de trabajo autónomo y 8 horas de práctica o evaluación.

## 5.2 Microcredencial 2: Marketing digital y analítica comercial

**Propósito**: desarrollar la capacidad específica asociada con marketing digital y analítica comercial.

**Contenidos mínimos**: Embudo; contenidos; canales; ventas; negociación; experiencia de cliente; métricas; tableros y experimentación.

**Evidencia modular**: Plan de campaña digital con tablero de indicadores.

**Distribución**: 12 horas de mediación directa, 20 horas de trabajo autónomo y 8 horas de práctica o evaluación.

### 5.3 Microcredencial 3: Finanzas, riesgos y lanzamiento

**Propósito**: desarrollar la capacidad específica asociada con finanzas, riesgos y lanzamiento.

**Contenidos mínimos**: Costos; precios; flujo de caja; punto de equilibrio; riesgos; operaciones; hoja de ruta y presentación a aliados.

**Evidencia modular**: Plan financiero y dossier de lanzamiento del emprendimiento.

**Distribución**: 12 horas de mediación directa, 20 horas de trabajo autónomo y 8 horas de práctica o evaluación.

## 6 Metodología y acompañamiento

Se utilizarán estudios de caso, demostraciones, talleres, retos aplicados, trabajo colaborativo, tutorías y desarrollo progresivo del producto final. El aula virtual concentrará recursos, instrucciones, entregas, retroalimentación y registro de avance.

Cada microcredencial incluirá una sesión inicial, actividades guiadas, tutoría de avance y presentación de evidencia. Los casos deberán anonimizar datos personales y contar con autorización cuando provengan de organizaciones reales.

## 7 Carga horaria

| Componente | Por módulo | Tres módulos | Porcentaje |
|---|---|---|---|
| Mediación directa | 12 h | 36 h | 30 % |
| Trabajo autónomo | 20 h | 60 h | 50 % |
| Práctica y evaluación | 8 h | 24 h | 20 % |
| **Total** | **40 h** | **120 h** | **100 %** |

## 8 Evaluación

| Componente | Ponderación | Aplicación |
|---|---|---|
| Comprobación conceptual | 20 % | Cuestionarios, análisis breves o demostración de fundamentos. |
| Actividades aplicadas | 40 % | Ejercicios, casos, avances, prácticas y productos parciales. |
| Evidencia final modular | 40 % | Producto de cada microcredencial evaluado mediante rúbrica. |

Se requiere 70/100 en cada microcredencial. El producto integrador del programa se evaluará por pertinencia, calidad técnica, aplicación, evidencia, comunicación y viabilidad.

## 9 Producto integrador

Plan validado de negocio digital con evidencia de clientes, estrategia comercial, campaña piloto, indicadores, costos, riesgos y hoja de ruta.

El producto deberá reunir las evidencias de las tres microcredenciales, mostrar mejoras incorporadas después de la retroalimentación y presentarse ante docentes o actores invitados.

## 10 Certificación y registro

La aprobación de cada módulo dará lugar a una constancia verificable de 40 horas. La aprobación de las tres microcredenciales y del producto integrador permitirá emitir el certificado **Programa de Microcredenciales en Negocios Digitales y Emprendimiento**, con una carga total de 120 horas.

El certificado incluirá competencia, horas, modalidad, fecha, unidad responsable, código único y mecanismo de verificación. Durante el piloto no incluirá créditos USB, CLAR o ECTS.

## 11 Equipo docente y recursos

**Perfil docente**: Profesional en administración, ingeniería comercial, marketing o emprendimiento con experiencia en validación de negocios y gestión digital.

**Recursos mínimos**: Herramientas de encuestas, analítica web o social, hoja de cálculo, plantillas de negocio y aula virtual.

**Actores externos sugeridos**: Cámaras empresariales, incubadoras, MIPYMES, entidades financieras y redes de emprendimiento.

## 12 Implementación piloto

1. Validar el diseño con la Dirección de Carrera y Vicerrectorado Académico.
2. Confirmar demanda mediante consulta a estudiantes, egresados y actores externos.
3. Designar docentes, preparar recursos, rúbricas y aula virtual.
4. Aprobar calendario, presupuesto, cupos y formato de certificado.
5. Ejecutar una cohorte piloto con seguimiento semanal.
6. Evaluar resultados y ajustar contenidos, carga y acompañamiento.

## 13 Indicadores

| **Indicador** | **Cálculo** | **Meta piloto** |
|---|---|---|
| Ocupación de cupos | Inscritos/cupos | $\geq 70\,\%$ |
| Permanencia | Activos al cierre/inscritos | $\geq 80\,\%$ |
| Aprobación | Aprobados/inscritos | $\geq 75\,\%$ |
| Satisfacción | Valoraciones favorables | $\geq 80\,\%$ |
| Calidad del producto | Productos que cumplen rúbrica | $\geq 75\,\%$ |

## 14 Riesgos y medidas

| **Riesgo** | **Efecto** | **Medida** |
|---|---|---|
| Baja demanda | Cohorte inviable | Consulta previa y comunicación segmentada. |
| Sobrecarga docente | Retrasos y baja retroalimentación | Reconocer carga y limitar cupos. |
| Falta de recursos | Actividades incompletas | Verificar recursos antes de apertura. |
| Deserción | Baja finalización | Inducción, alertas y tutoría temprana. |
| Evidencias débiles | Certificación sin confianza | Rúbricas, revisión y producto obligatorio. |

## 15 Lista de aprobación previa

- ☐ Diseño validado por la carrera.
- ☐ Resultados, contenidos, horas y evaluación revisados.
- ☐ Docentes y recursos confirmados.
- ☐ Aula virtual y soporte configurados.
- ☐ Presupuesto, cupos y calendario aprobados.
- ☐ Certificado y registro institucional configurados.
- ☐ Resolución o acta de apertura emitida.

## 16 Conclusión

El programa ofrece una ruta breve, evaluable y articulada con la documentación curricular proporcionada de Ingeniería Comercial. Su diseño está preparado para validación y aplicación piloto bajo el modelo institucional ajustado, sujeto a aprobación académica y disponibilidad operativa.

## Referencias

[1] Universidad Salesiana de Bolivia. (s.f.). *Malla curricular de Ingeniería Comercial* [Documento institucional no publicado]. Versión proporcionada para revisión académica; consulta: 31 de agosto de 2026.

[2] Universidad Salesiana de Bolivia. (2026). *Modelo institucional de programas de microcredenciales, versión ajustada para aplicación piloto.*