



Subsistema de Universidades
Politécnicas

Manual de Asignatura

XXX-XX
REV00

FORM TÉCNICO (Asignatura)

Nombre:	
Colegio:	
Identificación:	
Código:	
Asignatura:	
Prácticas:	

Sección de datos de la asignatura y descripción de los contenidos.

CONTENIDOS		OBJETIVOS		EVALUACIÓN	
Contenido 1	Objetivo 1	Nota	Calificación	Nota	Calificación
Contenido 2	Objetivo 2	Nota	Calificación	Nota	Calificación
Contenido 3	Objetivo 3	Nota	Calificación	Nota	Calificación
Contenido 4	Objetivo 4	Nota	Calificación	Nota	Calificación
Contenido 5	Objetivo 5	Nota	Calificación	Nota	Calificación
Contenido 6	Objetivo 6	Nota	Calificación	Nota	Calificación
Contenido 7	Objetivo 7	Nota	Calificación	Nota	Calificación
Contenido 8	Objetivo 8	Nota	Calificación	Nota	Calificación
Contenido 9	Objetivo 9	Nota	Calificación	Nota	Calificación
Contenido 10	Objetivo 10	Nota	Calificación	Nota	Calificación

LICENCIATURA EN NEGOCIOS
INTERNACIONALES

DESARROLLO EMPRENDEDOR

Directorio

Lic. Emilio Chuayffet Chemor
Secretario de Educación

Dr. Fernando Serrano Migallón
Subsecretario de Educación Superior

Mtro. Héctor Arreola Soria
Coordinador General de Universidades Tecnológicas y Politécnicas

Dr. Gustavo Flores Fernández
Coordinador de Universidades Politécnicas.

SEP

SECRETARÍA DE
EDUCACIÓN PÚBLICA



Subsistema de **Universidades
Politécnicas**

PÁGINA LEGAL

Participantes

Mtra. Teresa de Jesús Cortinas Aviña- Universidad Politécnica de Gómez Palacio, Dgo.

Mtra. Laura Beatriz Rosales Valdés - Universidad Politécnica de Gómez Palacio, Dgo.



Primera Edición: 2013

DR © 2013 Coordinación de Universidades Politécnicas.

Número de registro:

México, D.F.

ISBN_____



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	6
PROGRAMA DE ESTUDIOS	7
FICHA TÉCNICA.....	9
DESARROLLO DE LA PRÁCTICA O PROYECTO.....	9
INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.....	¡Error! Marcador no definido.3
GLOSARIO	27
BIBLIOGRAFÍA	42

INTRODUCCIÓN

Esta asignatura contribuye con los conocimientos y habilidades que debe desarrollar el estudiante en su perfil aplicable a los Negocios Internacionales.

El presente programa se encuentra estructurado sobre una base de cuatro unidades.

Dentro de la primera unidad se abordara la Base conductual y motivacional del emprendedor.

La base conductual y motivacional es lo que hace que las personas se vuelvan emprendedoras, es decir el entorno, la familia, el potencial, el don de liderazgo, la creatividad, el querer convertir las ideas en realidad.

En la Segunda unidad se desarrollara un Plan de Negocios en el cual el alumno elaborara un proyecto innovador o de mejora, generando opciones de negocio o producto y también programara las actividades del mismo a través de herramientas como la lluvia de ideas, cronograma de Gantt entre otras.

La tercera unidad abordara lo referente a lo legal: como se constituye una empresa, el registro de marca o producto, las leyes vigentes que norman a las empresas, entre otras.

Cun la cuarta unidad el alumno podrá mostrar lo aprendido mediante su participación en la feria del emprendedor, exponiendo su proyecto a un jurado, a sus compañeros y demás visitantes.

PROGRAMA DE ESTUDIOS

DATOS GENERALES																		
NOMBRE DEL PROGRAMA EDUCATIVO:		LICENCIATURA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES																
OBJETIVO DEL PROGRAMA EDUCATIVO:		Formar profesionales con capacidad de dirigir, asesorar y ejercer estrategias gerenciales de negociación en entornos de incertidumbre y de competitividad internacional, aplicando e innovando herramientas administrativas, económicas, financieras y mercadológicas.																
NOMBRE DE LA ASIGNATURA:		MANEJO DEL EMPRENDEDOR																
CLASE DE LA ASIGNATURA:		TECNOLOGÍA																
OBJETIVO DE LA ASIGNATURA:		El alumno será capaz de identificar las oportunidades de negocio de bienes y servicios así como formular y gestionar planes de negocio aplicando las herramientas administrativas, mercadológicas, financieras y de producción.																
TOTAL VÍDEO DEL CURRÍCULO:		76																
FECHA DE ELABORACIÓN:		2012																
UNIVERSIDADES PARTICIPANTES:		Universidad Politécnica de Zacatecas, Universidad Politécnica del Sur de Zacatecas, Universidad Politécnica de Toluca y Universidad Politécnica de Gómez Palacio																
CONTENIDOS PARA LA FORMACIÓN			DEFINICIÓN DE APRENDIZAJE															
UNIDADES DE APRENDIZAJE	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	EVIDENCIAS	TECNICAS DIDACTICAS		ESPACIO EDUCATIVO			MODALIDAD FORMATIVA		MATERIALES RECURSOS	EQUIPOS RECURSOS	TOTAL DE HORAS				EVALUACIÓN		OBSERVACIONES
			PARA LA EFICACIA (PROFESOR)	PARA EL APRENDIZAJE (ALUMNO)	AULA	LABORATORIO	OTRO	PROYECTO	PRÁCTICA			TÉCNICA	NO Presencial	PRÁCTICA	NO Presencial	TÉCNICA	INSTRUMENTO	
I. Base conceptual y metodológica	1. Reconocer las concepciones de emprendimiento, emprendedor, cultura emprendedora, emprendimiento. 2. Identificar las condiciones del emprendedor.	CC1. Cuestionario de concepciones. Cultura, emprendimiento de las condiciones del emprendedor. CC2. Realizar una entrevista a un emprendedor.	Exposición del facilitador para explicar los conceptos de emprendimiento, emprendedor y cultura emprendedora. Mostrar las diferencias entre los emprendedores. Investigación documental y/o actividades. Presentación de videos de interés de cada una de las unidades.	X	N/A	Biblioteca	N/A	Entrevista a un emprendedor	Manuales Bibliografía Software Equipos	* Equipo de cómputo * Cables	10	N/A	N/A	2	Documental y de campo	Cuestionario de las concepciones más relevantes de la unidad. Juego de campo para realizar la entrevista al emprendedor y a cuestionario.	N/A	
II. Desarrollo del proyecto/ Plan de negocio	1. Completar la unidad de aprendizaje el alumno será capaz de: 1. Elaborar un proyecto innovador. 2. Desarrollar acciones de negocio a producir y programar las actividades emprendedoras.	CC1. Realiza un cuestionario relativo a las concepciones de una unidad. CC2. Investigación documental CC3. Elaboración del plan de negocio y el desarrollo del plan de negocio. CC4. Exposición del plan de negocio.	Definición de equipo para elaborar el proyecto de negocio. Investigación documental y/o actividades. Exposición de videos (documentary). Exposición del facilitador para explicar el proyecto.	X	N/A	Biblioteca	Plan de negocio	N/A	Biblioteca Bases de datos Internet	* Equipo de cómputo * Cables	10	N/A	10	2	Documental y de campo	Cuestionario de las concepciones más relevantes de la unidad. Juego de campo para la elaboración de un plan de negocio. Juego de observación para explicar en detalle sobre el plan de negocio.	N/A	
III. Marco Jurídico y financiero legal	1. Completar la unidad de aprendizaje el alumno será capaz de: 1. Definir la estructura organizacional y administrativa de un plan de negocio. 2. Definir la estructura organizacional y administrativa de un plan de negocio. 3. Definir la estructura organizacional y administrativa de un plan de negocio. 4. Definir la estructura organizacional y administrativa de un plan de negocio.	CC1. Realiza la investigación de campo de las actividades y acciones emprendedoras de una unidad. CC2. Investigación documental CC3. Elaboración de un check list o listado de todas las actividades emprendedoras para que entregue la empresa. CC4. Exposición de un plan alternativo del emprendedor responsable de la empresa.	Definición del facilitador Investigación documental y/o actividades. Exposición de videos del emprendimiento responsable social de la empresa.	X	N/A	Biblioteca	N/A	N/A	Biblioteca Bases de datos Internet	* Equipo de cómputo * Cables	5	N/A	10	3	Documental y de campo	Juego de campo de investigación de las 3 emprendedoras y reportes que forman parte de la empresa. Juego de observación para explicar el impacto social y el impacto ecológico, económico y social de la empresa y/o productos.	N/A	
IV. Parte del emprendedor	1. Completar la unidad de aprendizaje el alumno será capaz de: 1. Presentar su proyecto en la feria del emprendedor.	CC1. Mostrar la empresa a producir, mostrar el producto y los planes y acciones a la feria del emprendedor. CC2. Exposición de la feria del emprendedor. CC3. Exposición de la feria del emprendedor. CC4. Exposición de la feria del emprendedor.	Exposición de la feria del emprendedor y exposición profesional de su producto para las partes involucradas a la feria.	X	N/A	Edificio B	Plan de negocio	Exhibir y mostrar de la empresa y/o productos	Biblioteca Bases de datos Internet Equipos	* Equipo de cómputo * Cables	5	N/A	10	8	De campo	Juego de campo y guía de observación para exposición del stand y donde muestran el proyecto por finalizado.	N/A	

BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS:

TÍTULO: EL EMPRENDEDOR DE ÉXITO 3 EDICIÓN
 AUTOR: RAFAEL ALCARAZ MC GRAW HILL
 AÑO:
 EDITORIAL O REFERENCIA: Mc Graw Hill
 LUGAR Y AÑO DE LA EDICIÓN
 ISBN O REGISTRO: 9.7897E+12

TÍTULO: PRACTICA DE NEGOCIOS: PROYECTO: CREACION DE UNA EMPRESA
 AUTOR: CARLOS PRIETO SIERRA
 AÑO: 2007
 EDITORIAL O REFERENCIA: LIMUSA
 LUGAR Y AÑO DE LA EDICIÓN: MÉXICO (Primera edición)
 ISBN O REGISTRO: 9789681868123

TÍTULO: Tu potencial emprendedor
 AUTOR: OLMOS Arrayales, Jorge
 AÑO:
 EDITORIAL O REFERENCIA: Pearson Educación
 LUGAR Y AÑO DE LA EDICIÓN: México 2007
 ISBN O REGISTRO:

TÍTULO: ADMINISTRACION PARA EMPRENDEDORES
 AUTOR: ANTONIO CESAR AMARUD PEARSON
 AÑO:
 EDITORIAL O REFERENCIA:
 LUGAR Y AÑO DE LA EDICIÓN
 ISBN O REGISTRO: 9.7897E+12
 BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

TÍTULO: APRENDER A EMPRENDER: DESDE LAS UNIVERSIDADES Y ESCUELAS DE NEGOCIOS
AUTOR: JAVIER SOTA RAMOS
AÑO: 2011
EDITORIAL O REFERENCIA: LOS LIBROS DE LA CATARATA
LUGAR Y AÑO DE LA EDICIÓN ESPAÑA (Primera Edición)
ISBN O REGISTRO: 9788481988505

TÍTULO: HISTORIAS DE FORBES: 15 RELATOS DE EMPRESARIOS QUE CAMBIARON LA MANERA COMO VIVIMOS Y HACEMOS
NEGOCIOS
AUTOR: DANIEL GROSSMANN
AÑO: 2011
EDITORIAL O REFERENCIA: PROFIT EDITORIAL
LUGAR Y AÑO DE LA EDICIÓN ESPAÑA
ISBN O REGISTRO: 9788492956562

TÍTULO: Uno+uno, 32 líderes sumando por México
AUTOR: MOTA Carlos,
AÑO: 2011
EDITORIAL O REFERENCIA: ARMIDA EDICIONES
LUGAR Y AÑO DE LA EDICIÓN México
ISBN O REGISTRO: 9786079109202



Red de Universidades
Politécnicas

FICHA TÉCNICA

NOMBRE DE LA ASIGNATURA

Nombre:	DESARROLLO EMPRENDEDOR
Clave:	DEE-CV
Justificación:	La asignatura le brinda al alumno la capacidad de fortalecer la visión integral y la habilidad conceptual de un negocio.
Objetivo:	El alumno será capaz de Identificar las características, las oportunidades de negocio de bienes y servicios así como formular y gestionar planes de negocio aplicando los conocimientos administrativos, mercadológicos, financieros y de producción.
Habilidades:	Trabajo en equipo, capacidad de análisis y síntesis, resolución de problemas,
Competencias genéricas a desarrollar:	Para aprender; para resolver problemas; para aplicar los conocimientos en la práctica; para adaptarse a nuevas situaciones; para cuidar la calidad; para gestionar la información; y para trabajar en forma autónoma y en equipo

Capacidades a desarrollar en la asignatura	Competencias a las que contribuye la asignatura
<ul style="list-style-type: none">• Comparar fuentes de financiamiento mediante casos prácticos que maximicen la rentabilidad del proyecto a corto, mediano y largo plazo.• Identificar requerimientos y procedimientos de financiamiento analizando sus ventajas y desventajas para la obtención de financiamiento.	<ul style="list-style-type: none">• Seleccionar fuentes de financiamiento empleando las herramientas de análisis financiero pertinentes, para la puesta en marcha del proyecto• Conocer los conceptos de paradigma, emprendedor, cultura emprendedora, empresa, entre otros y aprender a ser creativo, a tomar decisiones y a solucionar problemas.• Saber elaborar un proyecto innovador, generando opciones de negocios o producto, así como programar las actividades correspondientes.• Aprender a gestionar organizaciones de forma ética y responsable, diseñando

	<p>su estructura organizacional y administrativa, decidiendo la forma jurídica más adecuada para una determinada empresa, gestionar el registro de marca y /o producto y los aspectos tributarios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estimar el impacto ecológico, económico y social de una empresa.
--	---

	Unidades de aprendizaje	HORAS TEORIA		HORAS PRÁCTICA	
		presencial	No presencial	presencial	No Presencial
Estimación de tiempo (horas) necesario para transmitir el aprendizaje al alumno, por Unidad de Aprendizaje:	1. Base conductual y motivacional	9	0	3	3
	2. Desarrollo del proyecto/ Plan de	10	0	6	4
	3. Marco jurídico y trámites legales	10	0	6	4
	4. Feria del emprendedor	6	0	10	4
Total de horas por cuatrimestre:	75				
Total de horas por semana:	5				
Créditos:	4				

DESARROLLO DE LA PRÁCTICA O PROYECTO

Nombre de la asignatura:	DESARROLLO EMPRENDEDOR		
Nombre de la Unidad de Aprendizaje:	1.Base conductual y motivacional		
Nombre de la práctica o proyecto:	Entrevista a un emprendedor		
Número:	1/1	Duración (horas) :	2 horas
Resultado de aprendizaje:	Reconocer los conceptos de paradigmas, emprendedor, cultura emprendedora, empresa. Clasificar las cualidades del emprendedor		
Requerimientos (Material o equipo):	Material requerido: Manuales ,Diapositivas, Software , Hojas y Lápices Equipo requerido: Equipo de cómputo, cañón y algún equipo de video (cámara digital, celular, etc.)		
<p>Actividades a desarrollar en la práctica:</p> <p>Actividades a desarrollar por el alumno:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El alumno deberá realizar investigación documental y de campo para investigar a que emprendedores entrevistar, generar las preguntas que realizaran y grabar la entrevista. <p>Actividades a desarrollar por el profesor:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar una exposición de diferentes conceptos referentes a la base conductual y motivacional del emprendedor. • Presentar casos de éxito de emprendedores • Asesorar a los alumnos. • Revisar las preguntas que realizaran los alumnos. • Retroalimentar a los alumnos. 			
<p>Evidencias a las que contribuye el desarrollo de la práctica: “De las evidencias ya mencionadas en el Programa de Estudios”.</p>			



Subsistema de
Universidades
Politécnicas

DESARROLLO DE LA PRÁCTICA O PROYECTO

Nombre de la asignatura:	DESARROLLO EMPRENDEDOR		
Nombre de la Unidad de Aprendizaje:	Desarrollo del proyecto/ Plan de Negocios		
Nombre de la práctica o proyecto:	Plan de Negocios		
Número:	1/1	Duración (horas) :	10 horas
Resultado de aprendizaje:	Elaborar un proyecto innovador, generando opciones de negocio o producto y programar las actividades correspondientes		
Requerimientos (Material o equipo):	Material requerido: Manuales ,Diapositivas, Software , Hojas y Lápices Equipo requerido: Equipo de cómputo, cañon, etc.		
Actividades a desarrollar en la práctica:			
Actividades a desarrollar por el alumno:			
Investigación documental y/o electrónica. Exposición interactiva, Tormenta de ideas (Brainstorming) y trabajo en equipo, dividir tareas y elaborar cronograma de Gantt.			
Actividades a desarrollar por el profesor:			
<ul style="list-style-type: none">• Formación de equipos para elaborar el proyecto de la empresa o producto.• Exposición del facilitador para explicar el proyecto.• Supervisar, asesorar y retroalimentar el avance del proyecto de los alumnos			
Evidencias a las que contribuye el desarrollo de la práctica: "De las evidencias ya mencionadas en el Programa de Estudios".			

DESARROLLO DE LA PRÁCTICA O PROYECTO

Nombre de la asignatura:	DESARROLLO EMPRENDEDOR		
Nombre de la Unidad de Aprendizaje:	4. Feria del emprendedor		
Nombre de la práctica o proyecto:	Stand y muestra de la empresa y/o producto		
Número:	1/1	Duración (horas) :	18 horas
Resultado de aprendizaje:	Presentar su proyecto en la feria del emprendedor, el cual puede ser una nueva empresa o producto.		
Requerimientos (Material o equipo):	<p>Material requerido: Pintarron , Manuales , Diapositivas, Software , Hojas, Lápices, Libro de texto e Internet, entre otros que se puedan usar para el armado del stand (madera, pegamento, clavos, hilo, cinta adhesiva, etc.)</p> <p>Equipo requerido: Equipo de cómputo, cañón y otros que se pudieran requerir según las necesidades de cada proyecto.</p>		
<p>Actividades a desarrollar en la práctica:</p> <p>Actividades a desarrollar por el alumno:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El estudiante se encargara de organizar la feria del emprendedor y de realizar una exposición interactiva de su proyecto con los jueces y visitantes a la feria. <p>Actividades a desarrollar por el profesor:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asesorar en la organización de la feria del emprendedor (Logística, Jurados, premio) 			
<p>Evidencias a las que contribuye el desarrollo de la práctica: “De las evidencias ya mencionadas en el Programa de Estudios”.</p>			



Instrumentos de Evaluación

EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA

EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA CUESTIONARIO

DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO		MATRICULA:
		FECHA:
NOMBRE DE LA ASIGNATURA DESARROLLO EMPRENDEDOR	CÓDIGO Y TÍTULO DE LA ASIGNATURA, CUATRIMESTRE O CICLO DE FORMACIÓN Cuatrimestre	
NOMBRE DEL EVALUADOR		

INSTRUCCIONES

Antes de contestar asegúrate de que has entendido lo que se te pregunta. Contesta con claridad y limpieza , antes de entregar tu examen revísalo. Cuida tu ortografía. Recuerda que debes contestar de tal forma que no sea necesario interpretar. Recuerda analizar tus respuestas para tener la certeza de lo correcto.

ASPECTOS

I. Contesta correctamente:

1. ¿Qué es emprender?

2. ¿Cuáles son las cualidades de un emprendedor?

3. ¿Qué es paradigma?

4. ¿Qué es creatividad?

5. ¿Qué es trabajo en equipo?

II. Subraya la respuesta correcta:

- 1. Proviene de uno o de la combinación de los siguientes seis factores que son calidad, precio, ubicación, selección, servicio y rapidez/ recuperación:**
 - a. Marketing.
 - b. Ventaja Competitiva.**
 - c. Atención al cliente.

- 2. Es una herramienta que permite al emprendedor realizar un proceso de planeación, para seleccionar el camino adecuado hacia el logro de sus metas y objetivos. :**
 - a. Planeación estratégica
 - b. Plan de Marketing.
 - c. Plan de Negocios.**

- 3. Es uno de los elementos que debe incluir una propuesta de valor:**
 - a. Relacionados con el cliente.**
 - b. Relacionados con la legislación.
 - c. Relacionados con el medio ambiente.

- 4. De que puede auxiliarse el emprendedor para facilitar el desarrollo de un modelo de negocios:**
 - a. Propuesta de valor.
 - b. Planeación estratégica.**
 - c. Plan de negocios.

- 5. Es el entrenamiento básico requerido para que la persona desempeñe las funciones para las que ha sido contratada:**
 - a. Capacitación.
 - b. Adiestramiento.**
 - c. Entrenamiento.

- 6. Es la fórmula para determinar el punto de equilibrio:**
 - a. Costo variable +(Costo Fijo/producción esperada).
 - b. Costos Fijos/(Precio de venta- costos variables).**
 - c. Costo Total+(costo total multiplicado por % de ganancia deseada)

- 7. Es la cantidad de materiales que se encuentran en la empresa, ya sea materia prima, producto en proceso o producto terminado:**
 - a. Almacén
 - b. Insumos.
 - c. Inventario.**

- 8. Es la disposición que tendrán las máquinas, herramientas y los flujos de producción:**
 - a. Diseño y distribución de planta y oficina.**
 - b. Lugar de trabajo.
 - c. Diagrama de distribución.

- 9. Primer paso para establecer un sistema de organización en la empresa:**
 - a. Generar los objetivos de las áreas funcionales.
 - b. Se deben definir los procesos operativos.
 - c. Hacer que los objetivos de la empresa concuerden con los de las áreas funcionales.**

10. Que es el Sistema de Administración Tributaria:

- a. Es un tribunal con plena jurisdicción de composición tripartita, integrada por igual número de representantes de trabajadores y patrones.
- b. Es un órgano desconcentrado que tiene la responsabilidad de aplicar la legislación fiscal y aduanera con el fin de que las personas físicas y morales contribuyan con el gasto público.
- c. Es una organización descentralizada que busca estimular la creatividad para beneficiar a la sociedad y les da derechos a las personas para que aprovechen sus creaciones.

11. Es un grupo de personas físicas o morales que se unen para llevar a cabo actividades comerciales y cuya obligación sólo se limita al pago de sus acciones:

- a. Sociedad anónima.
- b. Sociedad en comandita simple.
- c. Sociedad de responsabilidad limitada.

12. Presenta la situación del negocio en un momento particular al mostrar, a una fecha determinada, los activos, pasivos y capital contable de la empresa:

- a. Estados financieros.
- b. Estado de resultados.
- c. Balance general.

13. Son indicadores financieros:

- a. Balance general.
- b. Prueba de liquidez.
- c. Capital total.

III. Relaciona las columnas según corresponda:

1. Control de calidad.	(3)	Se refiere al nivel máximo de producción que puede alcanzar una empresa con base en los recursos con los que cuenta.
2. Resumen ejecutivo.		
3. Capacidad instalada		
4. DOF.	(1)	Es el proceso que permite elaborar un producto o prestar un servicio, de acuerdo con las especificaciones de su diseño.
5. Incubadora de negocios.	(2)	Es el concentrado de la información sobresaliente de cada una de las áreas del plan de negocios.
	(5)	Es un centro de apoyo a emprendedores que proporciona orientación, consultoría y asistencia integral para la creación de una empresa.
	(4)	Es el órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, que tiene la función de publicar en el territorio nacional: leyes, reglamentos, acuerdos, circulares, órdenes y demás actos expedidos por los poderes de la Federación, a fin de que éstos sean observados y aplicados debidamente en sus respectivos ámbitos de competencia

LISTA DE COTEJO PARA REALIZAR UNA ENTREVISTA A UN EMPRENDEDOR DE LA COMUNIDAD

Unidad 1. Base conductual y motivacional.

NOMBRE DEL ALUMNO: _____

	ASPECTO A EVALUAR	Valor	CALIF.
1	Entrega de la entrevista: (EP)	3	
1	Buena presentación	1	
2	Fecha de entrega (En tiempo y forma)	2	
2	Requisitos indispensables de entrega (EP)	No se recibirá si no se cumplen	
1	Formato de entrevista estructurada		
2	Contar con un guion de 10 a 20 preguntas previamente autorizadas por el docente.		
3	La duración de la entrevista no debe exceder de 30 minutos y no deberá ser menor de 15 minutos.		
3	Contenido	5	
1	Información general del emprendedor (Nombre del emprendedor y de la empresa)	1	
2	Dominio del tema.	2	
3	Desenvoltura del entrevistador e interacción con el entrevistado	2	
4	Conclusiones	2	
1	Las conclusiones de la entrevista deberán realizarla todos los integrantes del equipo	2	



OBSERVACIONES:

CALIF: _____



Subsistema de
Universidades
Politécnicas

Cuestionario
Desarrollo empresarial
Unidad 1. Base conductual y motivacional

DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

Nombre del alumno:		Firma del alumno
Periodo:	Fecha:	Matricula:
Nombre del Docente		Firma del Docente

INSTRUCCIONES

Revise las afirmaciones que a continuación se presentan las cuales parten de conceptos vistos en clase y marque con una **X** en los apartados "SI" cuando la afirmación es verdadera; en caso contrario marque "NO".

Afirmaciones:	La afirmación es verdadera:	
	SI	NO
El emprendedor es una persona con autoconfianza, dinero y características que le permiten ver oportunidades y generar conceptos de negocio a partir de la creación, la innovación o el mejor empleo de recursos.		X
La creatividad nos permite ver más allá de lo que nos rodea y tomar soluciones distintas.	X	
El vocablo emprendedor se deriva de la palabra <i>entrepreneur</i> , que a su vez se origina del verbo francés, que significa "encargarse de"	X	
Schollhammer (1980) divide a los emprendedores en los siguientes tipos: emprendedor oportunista, emprendedor adquisitivo, emprendedor interno, emprendedor incubador y emprendedor imitador.		X
El emprendedor externo es el individuo que actúa en su propio negocio con fines de lucro.	X	
Los equipos de trabajo fracasan por no tener metas y objetivos claros ni compartidos por sus integrantes.	X	
El concepto de <i>paradigma</i> se emplea para mencionar a todas aquellas experiencias, creencias, vivencias y valores que no repercuten y condicionan el modo en que una persona ve la realidad y actúa en función de ello.		X
La empresa "es una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos" Idalberto Chiavenato	X	
La cultura emprendedora consiste en identificar oportunidades y reunir recursos suficientes de naturaleza varia para transformarlos en una empresa.	X	
El espíritu emprendedor es una actitud general que puede resultar inútil en casi todas las actividades laborales, sociales y en la vida cotidiana.		X
Calificación Final (Cada reactivo tiene un valor de 1 punto lo que da un total de 10)		



Subsistema de
Universidades
Politécnicas

Cuestionario Desarrollo empresarial

2. Desarrollo del proyecto/ Plan de Negocios

DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

Nombre del alumno:		Firma del alumno
Periodo:	Fecha:	Matricula:
Nombre del Docente		Firma del Docente

INSTRUCCIONES

Relaciona las columnas según corresponda: *No olvides revisar tus respuestas antes de entregar el cuestionario contestado.	Calificación final: 10
---	---------------------------

1. Adiestramiento.	(5)	Proviene de uno o de la combinación de los siguientes seis factores que son calidad, precio, ubicación, selección, servicio y rapidez/ recuperación.
2. Balance general.	(1)	Es el entrenamiento básico requerido para que la persona desempeñe las funciones para las que ha sido contratada.
3. Capacidad instalada	(2)	Presenta la situación del negocio en un momento particular al mostrar, a una fecha determinada, los activos, pasivos y capital contable de la empresa.
4. Diseño de distribución de planta y oficina.	(4)	Es la disposición que tendrán las máquinas, herramientas y los flujos de producción
5. Ventaja competitiva.	(3)	Se refiere al nivel máximo de producción que puede alcanzar una empresa con base en los recursos con los que cuenta.

INSTRUCCIONES

Desarrolla lo que se te solicita, de acuerdo a lo visto en clase:

- 1.-¿Cuál es la propuesta de valor que distingue a Wal-Mart? **R: Precios bajos siempre**
- 2.-De los siguientes aspectos que comprenden los modelos de negocio: Crear valor para los clientes y salir al mercado, describe a que se refieren. **R: Crear valor para los clientes es distinguir las necesidades de los mismos para posteriormente generarla en nuestro producto o servicio, el Salir al mercado son las estrategias de venta, los canales de distribución y logística)**
- 3.-¿Cuál es el giro de la empresa Soriana? **R. Es comercializadora e inmobiliaria**
- 4.-Menciona y explica tres elementos del plan de negocios propuesto por Rafael Alcaraz. **R:Queda a consideración del alumno elegir las que explicara**
- 5.-En la empresa "X" se tienen costos fijos por \$9800.00 pesos al mes, y el precio de venta por servicio es de \$5650.00 y el costo de producción es de \$4000.00 ¿Cuál es el punto de equilibrio?
PE= CF/(PV-CV)
9800/ (5650-4000)= 5.93 de 5 a 6 servicios por mes

LISTA DE COTEJO PARA PLAN DE NEGOCIOS Y CRONOGRAMA DE GANTT

Unidad 2 . Desarrollo del proyecto / Plan de Negocios

*Será una actividad por equipo, el número de integrantes quedara a consideración del docente.

NOMBRE DE L ALUMNO: _____

	ASPECTO A EVALUAR	Valor	CALIF.
1	Entrega del Plan de Negocios: (EP)	2	
1	Buena presentación y los integrantes del equipo deben estar presentes al momento de entregarlo.	1	
2	Fecha de entrega (En tiempo y forma)	1	
2	Requisitos indispensables de entrega (EP)	No se recibirá si no se cumplen	
1	La idea para desarrollar el plan de negocios debe estar previamente autorizada por el docente, entregando el cronograma de Gantt de cómo se organizara el equipo.		
2	El equipo deberá asistir a asesoría como mínimo en 2 ocasiones con el docente para aclarar dudas.		
3	El documento debe ser entregado impreso y en digital.		
3	Contenido	8	
1	Naturaleza del proyecto: Nombre de la empresa o producto, giro, ubicación y tamaño esperado, Misión, visión y objetivos, propuesta de valor, análisis de la industria, descripción de productos o servicios	2	
2	Mercadotecnia :Objetivo, características del segmento, estudio de la competencia, investigar la opinión de su producto o servicio a través de un cuestionario para clientes potenciales e interpretarlas, seleccionar el sistema	2	

	de distribución, la imagen del producto y su publicidad, determinar el precio del producto y el costo de la publicidad.		
3	Producción: Objetivos de Producción y ventas, especificaciones del proceso de producción o prestación del servicio, Necesidades de materia prima e identificación de proveedores, cotizaciones y compras, diagrama de flujo del proceso, tecnología, equipo e instalaciones (capacidad instalada y distribución de la planta)	2	
4	Organización: Objetivos del área organizacional o administrativa, organigrama de la empresa, funciones generales y específicas de los empleados en la empresa, reclutamiento, selección y contratación del personal incluyendo inducción y capacitación del personal; Salario de los trabajadores.	2	
	<ul style="list-style-type: none"> Lo referente a los aspectos legales concernientes al plan de negocio se verán en la siguiente unidad 		

OBSERVACIONES:

CALIF: _____



Subsistema de
Universidades
Politécnicas

**GUÍA DE OBSERVACIÓN
PARA EXPOSICIÓN DEL DESARROLLO DEL
PROYECTO/ PLAN DE NEGOCIOS**

DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE _____

NOMBRE DE LA ASIGNATURA _____

Tema: Unidad 2

INSTRUCCIONES

Revisar los documentos o actividades que se solicitan y marque en los apartados “SI” cuando la evidencia a evaluar se cumple; en caso contrario marque “NO”. En la columna “OBSERVACIONES” ocúpela cuando tenga que hacer comentarios referentes a lo observado.

Valor del reactivo	Característica a cumplir (Reactivo)	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
10%	Puntualidad para iniciar y concluir la exposición.			
10%	Esquema de diapositiva. Colores y tamaño de letra apropiada. Sin saturar las diapositivas de texto.			
5%	Portada: Nombre de la escuela (logotipo), Carrera, Asignatura, Docente, Alumnos, Matricula, Grupo, Lugar y fecha de entrega.			
10%	Ortografía (cero errores ortográficos).			
	Exposición.			
10%	a. Utiliza las diapositivas como apoyo, no lectura total			
15%	b. Desarrollo del tema fundamentado y con una secuencia estructurada.			
5%	c. Organización de los integrantes del equipo.			
5%	d. Expresión no verbal (gestos, miradas y lenguaje corporal).			
20%	e. preparación de la exposición. Dominio del tema. Habla con seguridad.			
10%	f. Presentación y arreglo personal			
100%		CALIFICACIÓN:		



Subsistema de
Universidades
Politécnicas

**GUÍA DE OBSERVACIÓN
PARA EXPOSICIÓN DE PLAN ALTERNATIVO DEL
MANEJO RESPONSABLE DE LA EMPRESA**

DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE _____

NOMBRE DE LA ASIGNATURA _____

Tema: Unidad 3 Marco Jurídico y trámites legales

INSTRUCCIONES

Revisar los documentos o actividades que se solicitan y marque en los apartados "SI" cuando la evidencia a evaluar se cumple; en caso contrario marque "NO". En la columna "OBSERVACIONES" ocúpela cuando tenga que hacer comentarios referentes a lo observado.

Valor del reactivo	Característica a cumplir (Reactivo)	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
10%	Puntualidad para iniciar y concluir la exposición.			
5%	Portada: Nombre de la escuela (logotipo), Carrera, Asignatura, Docente, Alumnos, Matricula, Grupo, Lugar y fecha de entrega.			
5%	Ortografía (cero errores ortográficos).			
	Exposición.			
10%	a. Utiliza las diapositivas como apoyo, no lectura total. El esquema de diapositiva: Colores y tamaño de letra apropiada y sin saturar las diapositivas de texto.			
20%	b. Contenido: Desarrollo del tema fundamentado y con una secuencia estructurada.			
10%	c. Organización de los integrantes del equipo.			
10%	d. Expresión no verbal (gestos, miradas y lenguaje corporal).			
20%	e. preparación de la exposición. Dominio del tema. Habla con seguridad.			
10%	f. Presentación y arreglo personal			
100%	CALIFICACIÓN:			

LISTA DE COTEJO PARA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Unidad 4. Marco jurídico y trámites legales

NOMBRE DE L ALUMNO: _____

	ASPECTO A EVALUAR	Valor	CALIF.
1	Entrega de la investigación de campo (EP)	3	
1	Buena presentación	1	
2	Fecha de entrega (En tiempo y forma)	2	
2	Requisitos indispensables de entrega (EP)	No se recibirá si no se cumplen	
1	La investigación deberán realizarla fuera de horario de clases, para evitar inconvenientes con la asistencia.		
2	Deben investigar 3 empresas, instituciones u organismos que ofrezcan asesoría o consultoría a emprendedores.		
3	El documento debe ser entregado impreso y en digital.		
3	Contenido	7	
1	Información general de las empresas: Nombre, ubicación, Titular, logo, página electrónica y teléfonos, pertenecen a alguna dependencia gubernamental.	2	
2	Servicios: Lo que ofrece a los emprendedores, el tipo de atención que brindan, si tienen algún costo, que información debe entregar el emprendedor y/o que formatos debe llenar (anexar los formatos)	2	
3	Ventajas y desventajas: después de analizar la información el alumno debe indicar ventajas y desventajas que tiene cada empresa u organismo, para elegir la mejor opción	3	

LISTA DE COTEJO PARA CHECK LIST

Unidad 4. Marco jurídico y trámites legales

NOMBRE DE L ALUMNO: _____

	ASPECTO A EVALUAR	Valor	CALIF.
1	Entrega del Check List: (EP)	2	
1	Buena presentación	1	
2	Fecha de entrega (En tiempo y forma)	1	
2	Requisitos indispensables de entrega (EP)	No se recibirá si no se cumplen	
1	La información plasmada debe provenir de fuentes fidedignas y actualizadas.		
3	El documento debe ser entregado impreso y en digital, contener una portada con los datos de la universidad, de la carrera a la que pertenece, nombre del docente y sus propios datos.		
4	El diseño del check list se deberá elegir por unanimidad en clase y será el que se presente.		
3	Contenido	8	
1	Introducción: Se deberá anexar una breve introducción de lo que se encontrara enlistado en el check list.	2	
2	El listado deberá contener la siguiente información: Aspectos legales de la constitución de la empresa, fiscales, laborales, registro de marca y/o producto; así como también los trámites requeridos para que la empresa opere (permisos, normas que debe cumplir, entre otros).	6	

	Además de indicar que papelería o registros se deben entregar (formatos, documentos oficiales, información de la empresa) y a que dependencia se deben entregar.		
--	--	--	--

OBSERVACIONES:

CALIF: _____



Subsistema de
Universidades
Politécnicas

**GUÍA DE OBSERVACIÓN
PARA EXPOSICIÓN DEL PROYECTO EN LA FERIA
DEL EMPRENDEDOR**

DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE _____

NOMBRE DE LA ASIGNATURA _____

Tema: Unidad 4 Feria del emprendedor

INSTRUCCIONES

Revisar los documentos o actividades que se solicitan y marque en los apartados "SI" cuando la evidencia a evaluar se cumple; en caso contrario marque "NO". En la columna "OBSERVACIONES" ocúpela cuando tenga que hacer comentarios referentes a lo observado.

Valor del reactivo	Característica a cumplir (Reactivo)	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
10%	Puntualidad para iniciar y concluir la instalación del stand.			
15%	La actitud mostrada ante sus compañeros, docente y personas asistentes a la feria del emprendedor fue la adecuada			
10%	Ortografía en toda la información que presenten como: en las diapositivas, folletos, productos, entre otros. (cero errores ortográficos).			
	Exposición del proyecto a los asistentes y jueces			
10%	a. Es clara y concisa, cumple con los requisitos que se estipularon para el evento.			
15%	b. Desarrollo de la presentación fundamentado y con una secuencia estructurada.			
5%	c. Organización de los integrantes del equipo al momento de presentar su proyecto			
5%	d. Expresión no verbal (gestos, miradas y lenguaje corporal).			
20%	e. preparación del proyecto. Dominio del tema. Habla con seguridad.			
10%	f. Presentación y arreglo personal			
100%		CALIFICACIÓN:		



GLOSARIO

Activo

Está formado por todos los valores propiedad de la empresa o institución, cuya fuente de financiamiento originó aumentos en las cuentas pasivas. Conjunto de bienes y derechos reales y personales sobre los que se tiene propiedad.

Activo Amortizable

Aquellos bienes o derechos que por agotamiento, por el transcurso del tiempo o por otras causas ajenas a la fluctuación de precios en el mercado, disminuyen constante o periódicamente de valor, no pudiendo evitarse dicha pérdida de valor mediante gastos de reparación o de conservación.

Activo Circulante


Aquellos derechos, bienes materiales o créditos que se tienen en operación de modo más o menos continuo y que, como operaciones normales de una negociación pueden venderse, transformarse, cederse, cambiarse por otros, convertirse en efectivo, o darse en pago de cualquier clase de gastos u obligaciones. Se considera activo circulante, al activo convertible a efectivo o que generalmente se espera convertir en efectivo dentro de los próximos doce meses. Se incluyen bajo este rubro conceptos tales como: valores negociables e inventarios, efectivo en caja y bancos, los documentos y cuentas por cobrar, etc.

Activo Exigible o Realizable

Comprende valores que se convertirán en dinero en breve plazo y créditos que no producen directamente rendimientos, sino que se establecieron en virtud de las transacciones mercantiles. Estos son: cuentas por cobrar, clientes, intereses devengados no cobrados, etc.

Activo Fijo

Las propiedades, bienes o derechos que en el curso normal de los negocios no están destinados a la venta, sino que representan una inversión en capital o patrimonio que se



pretende sea duradero. Por ejemplo: la maquinaria de las compañías industriales, las instalaciones y equipos de las empresas de servicios públicos, los muebles y enseres de las casas comerciales, el costo de concesiones y derechos, etc.

Amortización

Es la parte que se deprecia de un bien capital (maquinaria, equipos, etc.) al participar en la producción de otros bienes.

Análisis DAFO

Herramienta de planificación mediante la cual se identifican las oportunidades y amenazas que presenta el entorno para una empresa y las fortalezas y debilidades de ésta.

Análisis de Riesgos

Evaluación y cuantificación de riesgos. Cálculo de la probabilidad de que los rendimientos reales futuros estén por abajo de los rendimientos esperados.

Análisis e interpretaciones de Estados Financieros

Consiste en la recopilación y estudio de los datos contables, así como la preparación e interpretación de razones financieras, tendencias y porcentajes. Es el proceso mediante el cual los diferentes interesados en la marcha de una empresa podrán evaluar a la misma, esto implica realizar un método de estudio de la empresa y de las variables macro y microeconómicas que la afectan para determinar los aspectos que la hacen una opción sólida y las posibilidades de enfrentar situaciones futuras adversas.

Análisis Económico-Financiero

Conjunto de cálculos que se realiza en un plan de negocio para medir la rentabilidad y analizar la viabilidad económica de un negocio. Típicamente, comprende la proyección a futuro de tres informes financieros: el balance, la cuenta de resultados y el estado de origen y aplicación de fondos.

Balance

Documento contable que refleja la situación patrimonial de una empresa en un momento dado. Comprende el Activo, Pasivo, y Patrimonio Neto.

Balance de Situación

Es el estado o informe en el que se refleja la situación económico-financiera de la empresa en un determinado momento, indicando el estado de sus inversiones y de sus fuentes de financiación. Comprenderá, con la debida separación, los bienes y derechos que constituyen el activo de la empresa, así como las obligaciones que forman el pasivo, especificando los fondos propios.

Balance General Consolidado


Documento contable que muestra la situación financiera y resultados de operación de una entidad.

Brainstorming

Herramienta de trabajo grupal que facilita el surgimiento de nuevas ideas sobre un tema o problema determinado. La lluvia de ideas (Brainstorming), es una técnica de grupo para generar ideas originales en un ambiente relajado. Nos permite plantear y resolver los problemas existentes, identificar posibles causas, analizar soluciones alternativas, desarrollar la creatividad, discutir conceptos nuevos y superar el conformismo y la monotonía.

Cadena de Valor

Grupo de actividades requeridas para diseñar, desarrollar, producir, comercializar y proporcionar productos y servicios a los clientes. La Cadena de Valor es esencialmente una forma de análisis de la actividad empresarial mediante la cual descomponemos una empresa en sus partes constitutivas, buscando identificar fuentes de ventaja competitiva en aquellas actividades generadoras en valor. Esa ventaja competitiva se logra cuando la



empresa desarrolla e integra las actividades de su Cadena de Valor de forma menos costosa y mejor diferenciada que sus rivales. Por tanto, la Cadena de Valor de una empresa está conformada por todas sus actividades generadoras de valor agregado y por los márgenes que éstas aportan.

Capital Amortizable

Capital social representado por acciones, susceptibles de amortización anticipada a la liquidación de la sociedad.

Capital Social

Conjunto de aportaciones suscritas por los socios o accionistas de una empresa, las cuales forman su patrimonio.

Competencia

Término empleado para indicar rivalidad entre un agente económico (productor, comerciante o comprador) contra los demás, donde cada uno busca asegurar las condiciones más ventajosas para sí.

Consumidor


Individuo que hace uso final de los bienes y servicios que produce una empresa, con el fin de alcanzar la satisfacción de sus necesidades.

Consumo

Es el proceso económico, consistente en la compra o gasto que se hace en los bienes y servicios para satisfacer las necesidades propias de la empresa.

Consumo de Materias Primas o Productos

Coste de todas aquellas materias primas o productos no duraderos, que hemos utilizado durante nuestro proceso productivo, y que por tanto, se agotan con su utilización siendo necesario reponerlos.



Es la ciencia que estudia el patrimonio en un determinado momento y se considera como un sistema de tratamiento de la información económico financiera que tiene como objetivo proporcionar información a aquellos sujetos a los que les pueda ser útil.

Contabilidad

Técnica que establece las normas y procedimientos para registrar, cuantificar, analizar e interpretar los hechos económicos que afectan el patrimonio de cualquier organización económica o entidad, proporcionando información útil, confiable, oportuna, y veraz con el fin de lograr el control financiero.

Contabilidad de Costos

Es una rama de la contabilidad que analiza cómo se distribuyen los costos y los ingresos que genera una empresa entre los diversos productos que fabrica y comercializa o los servicios que ofrece, entre sus diferentes departamentos de la empresa y entre sus clientes. Con ello, trata de ver cuál es el costo de cada producto, de cada departamento o de cada cliente, y ver qué rentabilidad obtiene de cada uno de ellos.

Crédito

Contrato de crédito de cuenta corriente es aquel en el que la entidad financiera se obliga a poner a disposición del cliente fondos hasta un límite determinado y un plazo prefijado, percibiéndose periódicamente los intereses sobre las cantidades dispuestas, movimientos que se reflejarán en una cuenta corriente.

Crédito

Cambio de una prestación presente por una contraprestación futura; es decir, se trata de un cambio en el que una de las partes entrega de inmediato un capital, el cual será devuelto por la otra parte, junto con los intereses pactados, al cumplirse el plazo temporal acordado por ambos.

Demanda

Cantidad de bienes y servicios que los clientes desean y pueden comprar a un precio dado en un periodo determinado. En teoría la demanda y la oferta son los dos componentes básicos que fijan el precio de los bienes y servicios.

Depósito

Dinero que las economías domésticas mantienen en un banco.

Eficacia

Capacidad de lograr los objetivos y metas programadas con los recursos disponibles en un tiempo predeterminado.

Eficiencia

Capacidad de alcanzar los objetivos y metas programadas con el mínimo de recursos disponibles y tiempo, logrando su optimización.

Emprendedor:

Es aquel que identifica una oportunidad en el mercado y está dispuesto a crear una empresa con el fin de aprovecharla y ganar dinero.

Empresario:

Es quien organiza, gestiona y asume el riesgo que implica la puesta en marcha de un proyecto productivo y que combina o administra efectivamente los talentos humanos y los recursos físicos, productivos, tecnológicos y financieros de una organización empresarial con el fin de sacarla adelante.

Factura

Documento que se entrega por el vendedor al comprador como justificación de que éste ha realizado una adquisición a un precio cierto, en el que se tienen que incluir el IVA.

Financiación

Toda empresa necesita recursos para asegurar su funcionamiento. A la actividad gracias a la cual la empresa obtiene esos recursos se denomina Actividad Financiera o Financiación.

Garantía

Persona o cosa que responderá del buen fin de una operación. Puede ser, hipotecaria, etc.

Garantías - Reafianzamiento

Instrumento de financiación empresarial que facilita el acceso de la Pyme al crédito, mediante la prestación de garantías por aval y el reafianzamiento.

Gasto

Acción consistente en sacrificar parte de sus bienes empresariales con el fin de adquirir los medios necesarios para la realización de sus actividades de producción de bienes o servicios.

Gastos de Administración

Conjunto de gastos en que incurre la dirección general de una empresa por el desarrollo de las actividades administrativas de la misma.

Gastos de fabricación

Son gastos de producción en que se incurre para la elaboración del producto, pero que se dificulta asignarlos directamente al mismo, tales como: materiales indirectos, empaque, combustible y lubricantes, mano de obra indirecta, prestaciones, papelería y otros gastos, alquileres, amortización, gastos de organización y otros afines al área administrativa.

Gastos financieros

Son aquellos derivados de la utilización de capital ajeno y de operaciones comerciales. Se considera en este rubro: intereses, comisiones y otros recargos sobre préstamos y avales.

Gastos de organización

Son los gastos en que se incurre en la organización de una empresa, tales como los gastos de honorarios a los abogados, derechos que deben pagarse al Estado y otros diversos gastos.

Gastos de pre inversión

Lo constituyen los gastos previos a la ejecución de un proyecto por concepto de elaboración de estudios de pre factibilidad y factibilidad, directamente vinculados con dicho proyecto.

Gastos de puesta en marcha

Aquellos gastos en que se incurre previo al inicio de operaciones comerciales de una planta, a fin de realizar pruebas de producción para hacer los ajustes correspondientes, así como los de entrenamiento de personal y otros.

Gastos de venta

Son gastos en que se incurre para hacer llegar los productos al consumidor o distribuidor. Estos gastos son: sueldos y salarios, prestaciones y otros recargos, comisiones, viáticos, transporte y flete, combustible y lubricantes, depreciaciones, publicidad, amortización, gastos de promoción y empaque, todos ellos relacionados con las ventas.

Garantía

Es el respaldo que las instituciones financieras exigen para asegurarse el repago del préstamo.

Gestión de operaciones

Área de gestión empresarial que coordina todas aquellas actividades que se llevan a cabo en el flujo físico de productos y materiales, desde el proveedor hasta el cliente.

Indicador de gestión

Valor que permite conocer el comportamiento de una empresa ante un determinado factor crítico de éxito para controlar su estado y su evolución.

Inversionista

Aquel que da dinero a cambio de una proporción de la compañía.

Just in time

Gestión de operaciones de origen japonés, mediante la cual se adopta la filosofía de cero inventarios (stock): el material necesario es entregado “justo a tiempo”.

Know-How

Conocimientos que transmite el franquiciador al franquiciatario y a su equipo.

Licencia

Es un contrato por el que una persona despliega en forma sistemática su influencia sobre actividades externas, tales como dirección y organización del trabajo realizado por los subordinados.

Línea de productos

Conjunto de productos que satisfacen un mismo tipo de necesidades.

Logotipo

Emblema formado por letras o abreviaturas, distintivo de una empresa, marca o productos.

Marca

Nombre que certifica la autenticidad de un producto, y permite a la compañía distinguirse frente a la competencia.

Margen

Beneficio entre el precio de costo y el de venta.

Margen bruto de utilidades

Surge al restar de los ingresos por ventas, los gastos de materias primas, de personal, de servicios, de reparación y mantenimiento, financieros, de publicidad y promoción, impositivos.

Marketing mix

Mezcla de variables tácticas controlables por la empresa, que se utilizan para producir el resultado deseado en el mercado objetivo.

Merchandising

Acciones y técnicas encaminadas a buscar la adecuada disposición del surtido de productos, mobiliario, medios, soportes publicitarios y promocionales, dentro de los establecimientos de venta al público. Se le llama también comercialización.

Mezcla promocional

Principal actividad de comunicación de una empresa y está formada por la mezcla específica de publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y ventas personales que utiliza dicha empresa para alcanzar sus objetivos de publicidad y marketing.

Misión

Esta marca un rumbo, no es ni una meta, ni un propósito. Contribuye al logro de los objetivos de la compañía estableciendo su identidad.

Motivación

Predisposición general que dirige el comportamiento hacia la obtención de un objetivo. Es aquella necesidad que impulsa al individuo.

Motivaciones para emprender:


Conjunto de motivos por los cuales una persona estaría dispuesta a realizar el acto de emprender. Las motivaciones pueden ser verdaderas o falsas.

Muestras

Técnica promocional por la cual se entrega un producto gratuitamente para ser probado por el consumidor.

Objetivos

Metas o logros que se pretenden conseguir en una empresa, y cuya medida de consecución sirve para valorar el rendimiento alcanzado.



Objeto social

Actividad para la que se crea una sociedad.

Obstáculos para emprender:

Conjunto de barreras visibles (reales como el dinero, el conocimiento, la experiencia) y barreras invisibles (mentales como la dependencia, la pereza, el miedo) que las personas identifican como limitantes del acto de emprender.

Outsourcing, subcontratación, o externalización Contratación de los servicios de una empresa ajena, para la ejecución de algunos procesos que se realizaban dentro de la organización.

Plan de Negocio

Documento en el que se identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio con el fin de evaluar su viabilidad técnica, económica y financiera.

Precio de equilibrio

Precio al que se igualan cantidad demandada y cantidad ofrecida en la gráfica que interseca las curvas de demanda y oferta.

Proceso emprendedor:

Actividades ordenadas y conscientes que realizan los emprendedores con el fin de llevar a buen término el proceso de creación de una nueva empresa.

Perfil emprendedor:

Características, habilidades, conocimientos y actitudes de las personas que le permiten llevar a cabo determinado proceso emprendedor con coherencia.

Plataforma para emprender:

Conjunto de reflexiones y acciones específicas que realizan los emprendedores, previo al proceso de crear una nueva empresa y que le permiten determinar las necesidades iniciales para acometer el proceso emprendedor: sus finanzas personales, sus contactos y la administración de su tiempo.

Plan de empresa:

Es el documento en el que se plasma por escrito y de manera ordenada el proyecto para la creación de una nueva empresa. Allí el emprendedor detalla los objetivos y las estrategias de la empresa, las actividades a realizar, así como los medios necesarios para materializar la oportunidad de negocio.

Productividad

Incremento o disminución de los rendimientos finales en función de los factores productivos.

Promoción

Actividad que tiene como fin el dar a conocer o hacer sentir la necesidad de un producto.

Promoción de ventas

Acción comercial, cuyo objetivo es incrementar las ventas de un producto o servicio a corto plazo, ofreciendo mejores condiciones que las de la habituales.

Proyección Financiera

Documento que refleja contablemente, el plan económico de una empresa basándose en escenarios macroeconómicos y la posición de la empresa en el mercado.

Publicidad

Promoción paga de ideas, productos o servicios, cuyo objetivo es lograr la atención del público al que está dirigido.

Punto de equilibrio

Es aquel nivel de venta de una empresa en el que no se obtienen ni utilidades ni pérdidas, es decir, cuando los ingresos totales son exactamente iguales a los costos totales de la empresa, por lo que el resultado es 0.


Ratio

Relación entre dos elementos o conjuntos cuantitativos del balance de una empresa, para enjuiciar su estructura y evolución.

Razones para emprender:

Argumentos claros y precisos con los que una persona acomete el acto de emprender con decisión y voluntad.

Rasgos del emprendedor:



Características del carácter de los emprendedores que han logrado acometer con éxito un proceso emprendedor que les ha permitido crear una empresa y sostenerla en el tiempo.

Relaciones Públicas

Actividad de comunicación y relación con los diferentes públicos de la empresa, por medio de la cual se pretende formar una imagen favorable de la misma.

Rentabilidad Económica (Rendimiento)

Relación entre el beneficio (antes de intereses e impuestos) y el activo total.

Rentabilidad Financiera

Relación entre el beneficio neto y los capitales propios.

Resultado Operativo

Resultado que surge de la actividad propia del negocio, que surge de restar los gastos de todos los ingresos obtenidos.

Resultado Extraordinario

Se refiere a los ingresos o gastos originados a partir de actividades o hechos no contemplados en la actividad propia de la empresa.

Riesgo Crediticio

Refleja la posibilidad de que se pague una deuda o sus intereses.

Rotación de Inventario

Es el número de veces que un inventario se vende totalmente y se vuelve a reponer, en un período establecido.


Segmentación del Mercado

Acción de clasificar el mercado en grupos homogéneos, para conocerlo y establecer una estrategia de marketing adecuada.

Stock

La cantidad de bienes que dispone una empresa, este término se utiliza generalmente para referirse a los productos almacenados.

Tablero de Control



Se refiere a los indicadores que a través de su seguimiento y control periódica, facilitan información esencial sobre la empresa.

Tasa de Descuento

Es la tasa de retorno que pide un inversor por su participación en un negocio.

Telemarketing

Estrategia de marketing, mediante la cual se ofrecen y venden productos o servicios telefónicamente.

Target Público objetivo.

Término que se usa frecuentemente en marketing y publicidad.

Ventaja Competitiva

Característica de un producto o actividad de la empresa que es mejor que la competencia, y que el cliente percibe como importante.

Venture Capital

Dinero invertido por un grupo de inversionistas sobre un proyecto o negocio de alto riesgo, a cambio de un porcentaje de propiedad del negocio.

Visión

Hace alusión a la identidad a alcanzar por la empresa a mediano o largo plazo, que se establece desde el inicio de la misma.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS:

TÍTULO: EL EMPRENDEDOR DE ÉXITO 3 EDICION
AUTOR: RAFAEL ALCARAZ MC GRAW HILL
AÑO:
EDITORIAL O REFERENCIA: Mc Graw Hill
LUGAR Y AÑO DE LA EDICIÓN
ISBN O REGISTRO: 9.7897E+12

TÍTULO: PRACTICA DE NEGOCIOS: PROYECTO: CREACION DE UNA EMPRESA
AUTOR: CARLOS PRIETO SIERRA
AÑO: 2007
EDITORIAL O REFERENCIA: LIMUSA
LUGAR Y AÑO DE LA EDICIÓN: MÉXICO (Primera edición)
ISBN O REGISTRO: 9789681868123

TÍTULO: Tu potencial emprendedor
AUTOR: OLMOS Arrayales, Jorge
AÑO:
EDITORIAL O REFERENCIA: Pearson Educación
LUGAR Y AÑO DE LA EDICIÓN: México 2007
ISBN O REGISTRO:

TÍTULO: ADMINISTRACION PARA EMPRENDEDORES
AUTOR: ANTONIO CESAR AMARUD PEARSON
AÑO:
EDITORIAL O REFERENCIA:
LUGAR Y AÑO DE LA EDICIÓN
ISBN O REGISTRO: 9.7897E+12
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Sitio Web

<http://www.soyentrepreneur.com/haz-tu-plan-de-negocios.html>

<http://www.mexicoemprende.com.mx/>

<http://www.economia.gob.mx/>