



Universidad Autónoma del Estado de México

Secretaría de Docencia

Programa Institucional de Innovación Curricular

Área de Docencia Económico Administrativa

**Programa de Prácticas
Unidad de Aprendizaje Desarrollo Empresarial**

ESPACIO ACADÉMICO : Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia UAEM							
PROGRAMA EDUCATIVO: Medicina Veterinaria y Zootecnia				Área de docencia: Económico Administrativa			
Aprobación por los H.H. Consejos Académico y de Gobierno		Fecha: 28/08/2013		Programa elaborado por: Dra. Ma. Antonia Mariezcurrena Berasain M en D. René Ayala Ocampo Programa revisado por: Dra. Ma. Antonia Mariezcurrena Berasain MVZ. Eduardo Nava Nava			
Nombre de la Unidad de Aprendizaje: Desarrollo empresarial						Fecha de elaboración: 06/mayo/2008 Fecha de revisión: 05 de Junio de 2013	
Clave	Horas de teoría	Horas de práctica	Total de horas	Créditos	Tipo de Unidad de Aprendizaje	Carácter de la Unidad de Aprendizaje	Núcleo de formación
L43706	2	2	4	6	Curso - taller	Obligatoria	Básico
Prerrequisitos Curso de creatividad de la escuela preparatoria		Unidad de Aprendizaje Antecedente			Unidad de Aprendizaje Consecuente Administración, Desarrollo de emprendedores, Mercadotecnia, Estrategias de negocios, Teoría gerencial y Liderazgo		
Programas académicos en los que se imparte: Medico Veterinario Zootecnista							



Unidad de competencia I: Análisis del contexto

Introducción

Como punto de partida se hace necesario conocer el contexto externo sobre el cual el alumno desea formular su plan de negocios, con el fin de conocer la problemática mundial, nacional y regional e identificar las tendencias, posibles amenazas y oportunidades que se presentan en el mercado en el que desea participar, esto garantizará que las acciones planificadas descansen hechos reales pues serán formuladas sobre la base de un análisis global

Objetivos:

Que el alumno conozca identifique las tendencias, oportunidades y amenazas que pueden afectar o beneficiar al mercado profesional donde pretende insertarse al finalizar su carrera

Material: Computadora conectada a la red, impresora y papel

Método:

Una vez que el alumno el nicho de su mercado profesional se dedica a realizar una investigación indirecta de este nicho de mercado para responder a las siguientes preguntas básicas

¿Qué áreas de oportunidad disciplinaria están presentes en el plan de estudios de la licenciatura de medico veterinario zootecnista

¿Qué macro y micro tendencias sociales y económicas a nivel Internacional, nacional y regional se perciben?

Resultados

Con la información obtenida identifique las áreas de oportunidad de negocios que se vislumbran para los egresados de la licenciatura de medico veterinario zootecnista

Evaluación

Dos cuartillas como máximo con un resumen con donde se plasmen las oportunidades que ofrece el entorno para el desarrollo profesional y personal



Bibliografía consultada para integrar el resumen

Unidad de Competencia II: Características del emprendedor

Introducción

El desarrollo de las características de un emprendedor es un elemento fundamental para poder emprender o dar continuidad a una idea, llevando a cabo la planeación de la misma, hasta la puesta en marcha de cualquier negocio.

El alumno reconocerá que es un emprendedor y la importancia de serlo.

Objetivo

Identificar cuales son las características que posee un emprendedor y sobre esas clasificar con las que cuenta el alumno y cuales son en las que se debe de trabajar más.

Material

- Perfil del emprendedor
- Test para conocer el nivel de emprendedor

Metodología

1. El alumno a través del formato del Perfil del emprendedor identificara que características posee del mismo, diferenciando cada una de ellas.



2. Contestará el Test, lo debe hacer de la manera más rápida posible, con la finalidad de que su primera respuesta sea la más certera.

Resultados

El alumno conocerá con que características cuenta de un emprendedor, permitiéndole desarrollar las que le hagan falta, asimismo, sabrá cual es el perfil en el cual se quiere desarrollar.

Evaluación

Se deben entregar los dos formatos resueltos, anexando un análisis de los resultados obtenidos, así como las diversas propuestas para desarrollar las características faltantes.

Unidad de Competencia III: Aplicación de la Planeación Estratégica en el análisis de Casos

Introducción.

La planeación Estratégica es el proceso de crear y mantener una coherencia estratégica entre las metas y capacidades de la organización y sus oportunidades de mercado cambiante.

Implica definir una misión clara para la empresa, establecer objetivos de apoyo, diseñar una cartera comercial sólida y coordinar estrategias funcionales.

Es el proceso de decidir sobre los objetivos de la organización, sobre los recursos usados para lograr estos objetivos y sobre las políticas que gobiernan la adquisición, uso y disposición de estos recursos.

En la primera etapa se diseña para establecer las bases necesarias sobre las cuales pueda partir la empresa y se subdivide en: misión, análisis de posición de la empresa, creación de escenarios y definición de objetivos estratégicos.

La etapa secundaria o de operación debe considerar los siguientes puntos: Establecimiento de metas por la empresa y la elaboración y asignación de presupuesto total

El Diseño de orientación estratégica, que comprende:



Objetivo.

Diseñar el diagnóstico situacional o estratégico para la resolución de un caso de Agronegocios, en donde aplique Estrategias de crecimiento, Estrategias competitivas, Estrategias de mercadotecnia, Estrategias de desarrollo, Medidas de control para el plan, Medidas de evaluación o control, para aplicar la Planeación Estratégica.

Material.

Diferentes casos de planeación Estratégica en Agronegocios (, en donde se den Antecedentes y Objetivos. Papel de rotafolio, marcadores y lo necesario

Metodología.

En las empresas mexicanas los administradores empíricos o prácticos desarrollan el sentido común para el buen desarrollo de la empresa, pero deben darse cuenta que de todas estas formas de planear deben fundamentarse y planearse más a detalle con anterioridad para estar mejor preparado para el futuro de las empresas

1. Organizar al grupo en equipos de 5 a 6 alumnos.
2. Proporcionar un caso de Planeación Estratégica con enfoque agropecuario, por equipo.
3. El equipo dará lectura al caso y se organizara para asumir el papel de un protagonista del Caso. Analizará los aspectos más sobresalientes de cada empresa, mediante el análisis DOFA.
4. En el papel de rotafolio establecerán el diagnóstico situacional, sus estrategias, y las posibles Alternativas de solución al problema planteado.

Resultados

Cada equipo realiza la presentación de su caso ante el grupo, dando conocer su diagnóstico situacional (DOFA), Establecimiento de Estrategias y Alternativas de solución.

Evaluación.



1. Presentación del material elaborado.
2. Organización del equipo
3. Habilidad para formular estrategias.
4. Capacidad de liderazgo y toma de decisiones.
5. Respuesta a las preguntas formuladas por el profesor y el grupo participante.

Unidad de Competencia IV: Plan de Negocios

Introducción.

El valor principal de su **plan de negocios** será la creación de un proyecto escrito que evalúe todos los aspectos de la factibilidad económica de su idea de negocio o empresa con una descripción y análisis de sus perspectivas empresariales.

Las razones por las cuales es una valiosa herramienta son:

- Enfoque de su objetivo haciendo uso de información y análisis adecuados.
- Herramienta de venta para enfrentar importantes relaciones, incluidas aquellas con sus prestamistas, inversionistas y bancos.
- Su plan de negocios puede dejar al descubierto omisiones y/o debilidades de su proceso de planificación.

Algunas consideraciones al elaborar un plan de negocios son:

Establecer objetivos a corto plazo y modificar el plan a medida que avanza su negocio.

Sea extremadamente conservador al predecir los requisitos de capital, plazos, ventas y utilidades. Pocos planes de negocios anticipan correctamente cuánto dinero y tiempo se requerirá.



Universidad Autónoma del Estado de México

Secretaría de Docencia

Programa Institucional de Innovación Curricular

Área de Docencia Económico Administrativa

No se olvide determinar cuáles serán sus estrategias en caso de adversidades comerciales.

Utilice un lenguaje simple al explicar los problemas. Elabórelo de modo que sea fácil de leer y comprender.

No dependa completamente de la exclusividad de su negocio ni de un invento patentado.



Objetivo:

Elaborar un plan de Negocios con los conocimientos adquiridos, desarrollando en el estudiante la inquietud como emprendedor.

Los trabajos escritos entregados deberán cumplir con las especificaciones técnicas establecidas en este reglamento de operación del Programa Emprendedor de la UAEM

Los trabajos completos se someterán al concurso del Universitario Emprendedor para que sean evaluados por jueces externos o “vendidos” a inversionistas potenciales

Material.

Reglamento de operación del concurso del universitario emprendedor, computadora conectada a la red, impresora papel www.uaemex.mx/vinculación/emprendedor/concurso.html, revistas, Libros, Videos, Conferencias, Visitas a Empresas, Computadora, Cañon, Internet, Auditorio

Metodología.

- A.** Los alumnos se organizan en equipos de trabajo entre 5-6 personas.
- B.** Trabajan con las idea de negocio, evaluando cada una de ella y eligiendo la de mayor puntuación.
- C.** Desarrollan cada parte del plan de Negocios conforme el modelo UAEM y con la guía de su profesor.

- 1. Resumen Ejecutivo
- 2. Descripción del proyecto.
 - 2.1 Descripción del negocio.
 - 2.1.1 Visión.
 - 2.1.2 Misión.
 - 2.1.3 Objetivos.



2.2 Descripción del desarrollo tecnológico, producto y/o servicio.

- 2.2.1 Utilidad.
- 2.2.2 Necesidades que atiende.
- 2.2.3 Aplicación Comercial.
- 2.2.4 Ventajas competitivas.
- 2.2.5 Análisis FODA.

3. Estudio preliminar de mercado.

- 3.1 Segmentación y descripción del mercado meta.
- 3.2 Análisis de la Demanda.
- 3.3 Análisis de la Oferta.
- 3.4 Competencia.
- 3.5 Contrastación de la Oferta y la Demanda.
- 3.6 Plan de Comercialización.

4. Estudio preliminar técnico.

- 4.1 Especificaciones técnicas del desarrollo tecnológico, producto y/o servicio.
 - 4.2 Descripción del proceso de producción y/o prestación del servicio.
 - 4.3 Determinación de la capacidad de producción.
 - 4.4 Descripción de la maquinaria, equipo e instalaciones.
 - 4.5 Requerimientos de materia prima.
 - 4.6 Diseño, distribución y ubicación de la planta y oficinas.
 - 4.7 Programa de producción.
 - 4.8 Estado de desarrollo tecnológico.1
 - 4.9 Prototipo.1
 - 4.10 Aportación al avance tecnológico.1
- 1 Se deberá considerar estos apartados sólo cuando el proyecto implique un desarrollo tecnológico

5. Estudio preliminar administrativo.

- 5.1 Áreas funcionales de la empresa.
- 5.2 Organigrama.
- 5.3 Perfil y descripción de puestos
- 5.4 Marco Legal de la Organización.
- 5.4.1 Régimen Fiscal.



5.4.2 Licencias y permisos para iniciar operaciones.

6. Estudio preliminar financiero.

6.1 Cálculo de la Inversión Inicial.

6.2 Fuentes de Financiamiento.

6.3 Estados Financieros Pro forma (proyectados).

6.3.1 Flujo de efectivo.

6.3.2 Balance General.

6.3.3 Estado de Resultados

6.4 Punto de Equilibrio

6.5 Período de Recuperación / Valor Presente Neto VPN / Tasa Interna de Retorno TIR o Período de recuperación.

7. Impacto y beneficio socio-económico.

7.1 Impacto económico.

7.2 Impacto en el ambiente natural.

7.3 Impacto cultural y educativo.

7.4 Beneficios sociales.

Resultados

Los participantes darán a conocer su plan de Negocios en el Foro Interno de Emprendedores de la FMVZ.

Deberá entregar un ejemplar impresos en hojas tamaño carta, escrito en letra Arial de 12 puntos a doble espacio, con una extensión mínima de 30 cuartillas y máxima de 40.

Evaluación.

Se considerara para la evaluación de esta práctica los siguientes aspectos:

1. Proyecto de negocio escrito



2. Presentación en power point ante Foro Interno de Emprendedores de la FMVZ.
3. Conocimiento de su proyecto, Capacidad de liderazgo, pensamiento estratégico, y presentación personal.
4. Respuesta a 5 preguntas realizadas por los profesores de la Academia y/o auditorio
5. Escala de evaluación

Unidad de Competencia V: Operatividad empresarial

Introducción

El plan de negocios es la primera parte de cualquier puesta en marcha de un negocio, dentro de las conclusiones podemos ver que tan factible es llevarlo a la práctica o en su defecto retroalimentarlo en los puntos que carezcan de información o que tengan que ser reestructurados totalmente.

El llevar a cabo todo el proceso operativo de la apertura de cualquier negocio, implica una serie de requisitos que se tienen que cumplir para que la idea plasmada en papel tome forma de manera real. Dichos requisitos van desde tomar en cuenta los aspectos físicos del negocio, es decir, la infraestructura, el equipo, el material, etc., asimismo, el personal capacitado con lo que se va a contar y el plan estratégico de operación.

La puesta en marcha de cualquier negocio no es el último paso que se da, sino al contrario, es el primero de otra etapa de mejora continua e innovación, que se lograra aplicando una buena administración.

Objetivo

El alumno llevara de forma práctica el producto o servicio analizado en su plan de negocios, ya sea de forma real o mediante modelos.

Deberá identificar la estructura organizacional de su empresa y ubicarse dentro de ella.



Conocerá todos los aspectos relacionados a la apertura de un negocio.

Material

- Plan de negocios
- Producto o servicio
- Stand adecuado a la presentación del producto o servicio

Metodología

De forma grupal, se llevara a cabo la apertura de los negocios en el Foro interno de emprendedores de la FMVZ, dando a conocer el producto o servicio analizado en el plan de negocios, sus ventajas y sus posibilidades de venta, así como el mercado al cual están orientados.

Resultados

Por cada plan de negocios debe de haber un producto o servicio de manera real o en modelo, tomando en cuenta todos los aspectos mercadológicos para su venta, envoltura, presentación, slogan, etc.

Evaluación

1. Sistema organizacional empleado
2. Presentación del producto o servicio
3. Innovación y originalidad del proyecto
4. Stand
5. Factibilidad del proyecto
6. Proyecto de marketing
7. El ganador entrara al concurso del emprendedor de la UAEM



Universidad Autónoma del Estado de México

Secretaría de Docencia

Programa Institucional de Innovación Curricular

Área de Docencia Económico Administrativa