



Colegio de Estudios Científicos y Tecnológicos
del Estado de Guanajuato.



EMPRENDEDURISMO

CUADERNO DE TRABAJO
CUARTO SEMESTRE

CÁLCULO DIFERENCIAL

INGLÉS IV

FÍSICA I

ECOLOGÍA

EMPRENDEDURISMO

Número de registro:
03-2021-121412360300-01



EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



Mensaje de la Directora General



Joven Estudiante:

En todo este proceso de incorporación al mundo profesional, el español, así como una lengua adicional tienen una importancia decisiva, por lo que su aprendizaje en la preparatoria es de la mayor importancia. Veamos por qué.

La comprensión de lectura, la capacidad de escuchar; la expresión oral clara y la redacción lógica de una lengua que no sea la materna, nos permiten incorporar información nueva y transmitirla en cualquier situación, sea escolar o laboral. Estas habilidades son, por lo tanto, la puerta de entrada para conocer todo lo que nos rodea (incluso las demás disciplinas) y para darnos a conocer a quienes nos rodean. Sin estas habilidades básicas no podemos tener éxito en la vida social adulta.

La reflexión sobre nuestra lengua y su mejor conocimiento conducen a un pensamiento más ordenado, por lo que el aprendizaje de emprender e innovar en la preparatoria permite a los alumnos tener un instrumento para clasificar mejor sus ideas.

En todo acto de comunicación, ya sea oral o escrito, intervienen una serie de elementos necesarios para que dicho acto sea eficaz. O lo que es lo mismo, sin estos componentes el proceso comunicativo no sería posible.



► Directorio

Dra. Virginia Aguilera Santoyo
Directora General

Ing. Miguel Espartaco Hernández García
Encargado de la Dirección Académica

C.P. Vicenta Martínez Torres
Directora Financiera y Administrativa

Lic. Sara Cecilia Casillas Martínez
Directora de Planeación y Desarrollo

Lic. Carlos Alberto Gorostieta Romero
Director de Vinculación

C.P. Alfredo García Flores
Director de Desarrollo Humano

Lic. Jaime Díaz Zavala
Director de Asuntos Jurídicos

LIA. Reynaldo Nava Garnica
Subdirector de Tecnologías de la Información

C.P. y M.A. Carlos Enrique Mendoza Santibáñez
Titular del Órgano Interno de Control



► **Comité Editorial**

Dra. Virginia Aguilera Santoyo
Directora General

Ing. Miguel Espartaco Hernández García
Encargado de la Dirección Académica

Lic. Carlos Alberto Gorostieta Flores
Director de Vinculación

Lic. Jaime Díaz Zavala
Director de Asuntos Jurídicos

Dr. Hugo Rosales Bravo
Jefatura de Investigación

Ing. Diego Armando Villegas Ramírez
Jefatura de Programas Institucionales y Educación a Distancia

Mtra. Mayra Concepción Urrutia Zavala
Jefatura de Docencia

Lic. María Concepción Barrientos Hernández/Plantel Tarandacuao
Presidente Estatal de la Academia de Comunicación



► Comisión Revisora

Cecilia Lara Rodríguez - Directora del Plantel León San Juan Bosco.

Silvia Anahí Jiménez - Directora del Plantel Silao.

Diana Rubio Zarazúa - Directora del Plantel San José Iturbide.

Arelí Mendiola Gómez - Subdirectora Académica del Plantel Purísima del Rincón.

Silvia Yadira Ramírez Mota - Subdirectora Académica del Plantel Celaya II.

Ma. Concepción Barrientos - Presidente de la Academia Estatal de Comunicación.

Zenzilt Anahí Herrerías Guerrero - Academia Estatal de Comunicación.

Ma Trinidad Rodríguez Muñoz - Academia Estatal de Comunicación.

Juan José Aviña Hernández - Academia Estatal de Comunicación.

Adriana Frías Ramírez Academia Estatal de Comunicación.

Pedro Arredondo González - Presidente de la Academia Estatal de Ciencias Experimentales.

Carla Renata Villagómez Balcázar - Secretaria de la Academia Estatal de Ciencias Experimentales.

Gerardo Medina Jiménez - Presidente de la Academia Estatal de Matemáticas.

José de Jesús Leos Mireles - Academia Estatal de Matemáticas.

Néstor José Guevara Ordoñez - Academia Estatal de Matemáticas.

Martha Margarita Martínez Rangel - Presidente de la Academia Estatal de inglés.

María del Carmen Martínez Ávila - Academia Estatal de inglés.

Ma. Elena Campos Campos - Academia Estatal de inglés.

María Leticia Núñez Pascual - Academia Estatal de inglés.

Lilia López Aguado - Academia Estatal de inglés.

Francisco Javier Alcacio González - Academia Estatal de inglés.

Celina Michelle Martínez Felipe - Academia Estatal de Humanidades.

Adela Tierrablanca Estrada - Academia Estatal de Humanidades.

Ma. Inés Rosas Bravo - Academia Estatal de Humanidades.

Colaboración Especial

Mtra. Celia Margarita García Esparza - Coordinadora de Cuerpos Colegiados.

Ing. Julio Cesar Vargas Manríquez — Analista especializado para el área de Docencia.



► **Docentes Participantes**

Cuaderno de Trabajo de Emprendedurismo

Ma. Lourdes Rocha Parra - Plantel León.



CONTENIDO

PROPÓSITO.....	5
COMPETENCIAS PROFESIONALES.....	5
COMPETENCIAS DISCIPLINARES.....	5
PRESENTACIÓN.....	7
LECTURA.....	11
EMPRESA.....	15
DEFINICIÓN DE EMPRESA.....	15
CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA.....	15
NECESIDADES PARA CREAR UNA EMPRESA.....	16
NECESIDAD DE INDEPENDENCIA Y AUTONOMÍA.....	17
NECESIDAD DE DOMINAR LOS ACONTECIMIENTOS.....	17
NECESIDAD DE CREAR, INVENTAR Y DESARROLLAR UN MARCO DE ACCIÓN QUE VAYA DE ACUERDO CON SU FORMA DE SER.....	17
NECESIDAD DE REALIZACIÓN PERSONAL.....	17
NECESIDAD AFECTIVAS.....	18
NECESIDAD DE ASUMIR RESPONSABILIDADES Y LLEVAR A CABO LAS PROPIAS INICIATIVAS.....	19
NECESIDAD DE SENTIRSE ALGUIEN.....	19
CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS.....	19
DIFERENCIA ENTRE ORGANIZACIONES Y EMPRESAS.....	20
MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA.....	22
ETAPAS PARA INICIAR CON UNA EMPRESA.....	25
JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	32
FORMATO DE JUSTIFICACIÓN Y METODOLOGÍA.....	33
ACTIVIDAD DE ACUERDO A LA EXPLICACIÓN ANTERIOR REDACTAR EL OBJETIVO GENERAL Y LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	37
RESUMEN DEL PROYECTO.....	37
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE LA COMUNIDAD A RESOLVER.....	40
HIPÓTESIS.....	42
LAS POLÍTICAS Y LOS PROGRAMAS DE GESTIÓN.....	46
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL: ORGANIGRAMA, DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y DEPARTAMENTOS.....	53
ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE LA ORGANIZACIÓN.....	54
MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DE CADA PUESTO.....	56
ESTUDIO DE MERCADO.....	57
PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.....	62
ANÁLISIS FINANCIERO.....	66
ESTADO DE RESULTADOS (UTILIDAD DEL EJERCICIO).....	70
PUNTO DE EQUILIBRIO.....	72
FÓRMULA GENERAL.....	72
ESTADO DE RESULTADOS.....	82
VENTAJAS, DESVENTAJAS Y DISTINGOS COMPETITIVOS.....	94
DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE INNOVACIÓN DEL PROYECTO.....	96



PROPÓSITO

Que el alumno desarrolle la competencia para desarrollar proyectos emprendedores que ayuden a lograr las habilidades creativas y de innovación durante su estancia en el Colegio.

Competencias Genéricas:

CG1. Se conoce y valora a sí mismo y aborda problemas y retos teniendo en cuenta los objetivos que persigue.

- Enfrenta las dificultades que se le presentan y es consciente de sus valores, fortalezas y debilidades.
- Administra los recursos disponibles teniendo en cuenta las restricciones para el logro de sus metas.

CG5. Desarrolla innovaciones y propone soluciones a problemas a partir de métodos establecidos.

- Sigue instrucciones y procedimientos de manera reflexiva, comprendiendo como cada uno de sus pasos contribuye al alcance de un objetivo.
- Utiliza las tecnologías de la información y comunicación para procesar e interpretar información.

CG8. Participa y colabora de manera efectiva en equipos diversos.

- Propone maneras de solucionar un problema o desarrollar un proyecto en equipo, definiendo un curso de acción con pasos específicos.
- Aporta puntos de vista con apertura y considera los de otras personas de manera reflexiva.

Competencias profesionales:

Conocer y aplicar los elementos básicos para la creación de una empresa.

Competencias disciplinares:

Ciencias Sociales

- Identifica el conocimiento social y humanista como una construcción en constante transformación.
- Valora distintas prácticas sociales mediante el reconocimiento de sus significados dentro de un sistema cultural, con una actitud de respeto.

PRESENTACIÓN

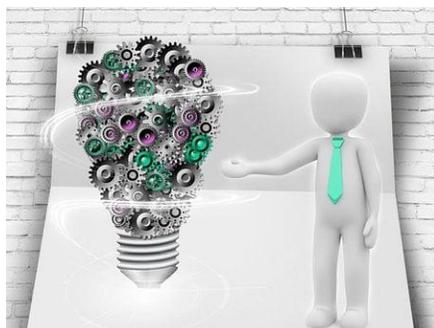
Hoy en día, los jóvenes de la EMS transitan hacia la vida adulta, interactúan en un mundo que evoluciona de la sociedad del conocimiento hacia la sociedad del aprendizaje y la innovación (Joseph Stiglitz, 2014; Ken Robinson, 2015; Richard Gerver, 2013; y Marc Prensky, 2015; entre otros); procesan enormes cantidades de información a gran velocidad y comprenden y utilizan, de manera simultánea, la tecnología que forma parte de su entorno cotidiano y es relevante para sus intereses.

Para el uso del presente Cuaderno de Trabajo se utilizarán las siguientes indicaciones:



Transversalidad de los Aprendizajes

El alumno realizará uno o varios ejercicios transversales en conjunto con las asignaturas de Química, Geometría y Trigonometría, TIC'S, inglés y Lectura, Expresión Oral y Escrita, lo que permitirá visualizar futuros proyectos emprendedores.



Fuente: imagen recuperada de www.pixabay.com mayo 2020

Aprendiendo a utilizar el Cuaderno
Símbolos de identificación.



Rescatando mis Aprendizajes.



Para aprender más



Ejercitando mi habilidad.



¿Qué Aprendí?

Rescatando mis Aprendizaje



Actividad Transversal



Fuente: imagen recuperada de www.pixabay.com mayo 2020



INTRODUCCIÓN

Organizados en binas al azar te presentarás de la siguiente manera; suponiendo que eres tu compañero empezarás con la frase yo soy: (nombre, edad, lugar de residencia, gustos, pasatiempos y lo que más admiro en su persona), al terminar completarás la siguiente tabla.



Ejercitando mi habilidad.

CUESTIONARIO DE APERTURA

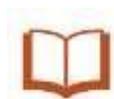
Datos	Respuestas
Nombre, edad y lugar residencia	
Gustos y pasatiempos	
Lo que más admiran de mí	

- 1.- ¿Te gustaría tener tu propia empresa? ¿Por qué?
- 2.- ¿Para ti que es una empresa?
- 3.- ¿Cuáles son las principales características de una empresa?
- 4.- ¿Cómo reconoces a una empresa?
- 5.- Menciona 5 tipos o ejemplos de empresas.





UNIDAD I

**Para aprender más**

LECTURA

De manera individual realiza la siguiente lectura contestando las preguntas correspondientes

Espíritu Emprendedor (“El hombre fuente del ser emprendedor”).

Emprender es un término que tiene múltiples acepciones. Según el contexto en que sea empleado, será la connotación que se le adjudique. En el ámbito de los negocios, el emprendedor es un empresario; es el propietario de una empresa comercial con fines de lucro. Finley (1990) lo describe como alguien que se aventura en una nueva actividad de negocios. Say (1800)- citado por Drucker (1989)- lo clasifica como un “buen administrador”. En cambio, para el académico, emprendedor es un vocablo que denota un perfil, un conjunto de características que hacen actuar a una persona de una manera determinada y le permiten mostrar ciertas competencias para visualizar, definir y alcanzar objetivos. Y esto coincide con Rontadt (1985).

Asimismo, Shefsky (1997) y Baumol (1993)- citado éste por Ibáñez (2001) señalan que el término es utilizado para describir a cualquier miembro de la economía cuyas actividades son novedosas de alguna forma, así como a personas que, de manera definitiva, huyen de rutinas y prácticas mayoritariamente aceptadas. Estos individuos se caracterizan por su capacidad para crear e innovar, es decir, salen de la costumbre y hacen cosas diferentes para mejorar lo existente. Esta forma de visualizar al emprendedor es compartida por Steinhoff, Burgess (1993), Siropolis (1990) y Drucker (1989), quienes se refieren al emprendedor como la persona que “hace negocios exitosos”, que “desarrolla nuevas ideas o nuevas formas de enfocar el mercado”.



Otros le confieren al emprendedor la capacidad de utilizar adecuadamente los recursos disponibles. Tanto Hebert como Link (1989) y Hatten (1997) lo definen como aquel que se especializa en asumir la responsabilidad de las decisiones que tienen que ver con la localización y uso de bienes, recursos e instituciones; es decir, como un “*ágil captador y aprovechador de información y recursos*” que tiene la facultad de detectar oportunidades de negocios para aprovecharlas.

Los estudiosos han elaborado diferentes definiciones de lo que es ser emprendedor. Más que detenernos en analizar algunas de ellas, nos parece más importante subrayar los elementos clave que aparecen en la mayoría de las definiciones.

Se habla de crear, de aportar, nuevas soluciones para nuevas necesidades. Se habla de introducir nuevos productos y servicios, de innovar. Pues bien, los emprendedores son quienes llevan a cabo este proceso de innovación.

La innovación es la herramienta específica del emprendedor. Emprender es el acto que transforma los recursos con miras a crear la riqueza. Es el arte de transformar una idea en realidad. Es la capacidad de compromiso por encontrar soluciones sencillas a problemas complejos. Es la aptitud de buscar nuevos recursos y la energía necesarios para crear, inventar, descubrir nuevas formas de hacer las cosas. Todo esto es posible, si el hombre tiene confianza en la capacidad de actuar sobre su entorno. El hombre, pues, se encuentra en el corazón mismo del ser emprendedor.

Durante mucho tiempo hemos permanecido pasivos frente a los problemas económicos, cada vez más numerosos, a lo que debemos enfrentarnos; y nos podemos ver lo que pasa en otros lugares del mundo, esperando que se nos sirvan en bandeja de plata las soluciones elaboradas en otras partes.

Esperamos que las cosas se arreglen por sí mismas o que nuestros gobernantes se pongan de repente a hacer milagros. Ellos, sin embargo, no son todopoderosos, y en

realidad no pueden hacer nada sin el esfuerzo colectivo, sin la cooperación de cada uno de nosotros. Esperamos que pase la tempestad...mas, ¿Y si no pasa? ¿No será mejor poner en operación estrategias que nos capaciten para afrontarla? Como en otras esferas en las que evoluciona el ser humano, también en el terreno económico es fundamental tomar conciencia de lo que nos va a acontecer y de lo que nosotros queremos que nos suceda.



Ejercitando mi habilidad.

- 1.- Define que es emprender.

- 2.- Para ti que es ser emprendedor.

- 3.- Explica cuál es la relación entre innovar y emprender.

- 4.- Menciona las características que debe poseer una persona emprendedora.

- 5.- ¿Qué le permite ser a una persona emprendedora?

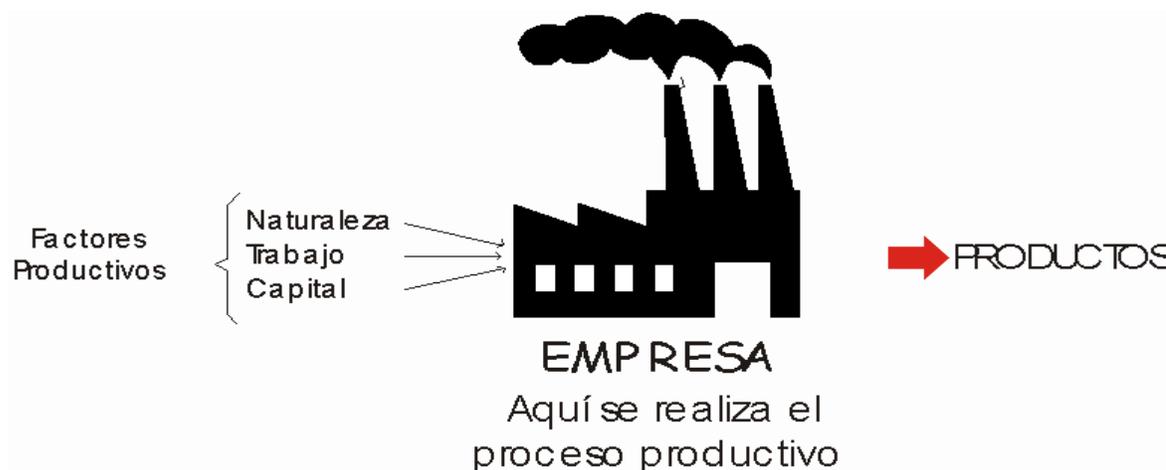


Para aprender más

EMPRESA

DEFINICIÓN DE EMPRESA:

Es una organización económica donde se combinan los factores productivos para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción.



CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA:

-  Fin económico:
-  Busca crear bienes y servicios para la sociedad.
-  Objetivo:
-  Busca maximizar las ganancias.
-  Fin Mercantil:
-  Busca producir para el mercado.
-  Responsabilidad:
-  Con la sociedad el cual está motivado por las utilidades.
-  Asume riesgo:



 Está sujeta a los factores que determinan comportamiento y estado de la empresa.



Para aprender más

NECESIDADES PARA CREAR UNA EMPRESA

TIPO DE NECESIDAD	EXPLICACIÓN
Independencia y autonomía	
Dominar acontecimientos	
Crear, inventar y desarrollar	
Realización personal	
Afectivas	
Responsabilidades	
Superación	



NECESIDAD DE INDEPENDENCIA Y AUTONOMÍA

El deseo de ser su propio patrón, de ser él quien tome las grandes decisiones, es una de las razones más frecuentes que aduce quien toma la decisión de emprender. Como dice J.M. Toulouse: *“la situación de patrón, aunque sea de una empresa de poca importancia responde a las aspiraciones de los espíritus audaces e imaginativos, para quienes la micro y pequeña empresa es todavía el marco más propicio para realizarse y satisfacer su ego”*.

NECESIDAD DE DOMINAR LOS ACONTECIMIENTOS

Las investigaciones muestran que quien crea una nueva empresa es una persona que está convencida de que tiene mucho poder sobre su entorno. El emprendedor no solamente es consciente de que puede influir en el curso de los acontecimientos, cree también que puede dominar dicho curso. Para muchos emprendedores es motivo muy importante de satisfacción sentir que participa en el desarrollo social. Ellos tienen la impresión de no ser arrastrados por la corriente, sino más bien de ser parte importante de esta última. *“Prefieren dirigir los acontecimientos, a dejarse dirigir por ellos”*.

NECESIDAD DE CREAR, INVENTAR Y DESARROLLAR UN MARCO DE ACCIÓN QUE VAYA DE ACUERDO CON SU FORMA DE SER

El emprendedor se identifica mucho con su empresa. frecuentemente se liga a ella con un lazo emocional muy intenso, sobre todo en la etapa de la fundación de la empresa. Los límites que el impone a su actividad no le impiden explorar nuevas ideas o nuevas maneras de hacer las cosas.



NECESIDAD DE REALIZACIÓN PERSONAL

Las grandes organizaciones no aparecen ofrecer respuesta satisfactoria a las necesidades de desarrollo de los individuos; estos optan cada vez más por salirse del sistema para crear pequeñas empresas más adaptadas a sus propias necesidades. Según Macrae: *“los emprendedores consideran que es uno de sus derechos fundamentales poder utilizar su educación y sus talentos, no solamente para mejorar su estilo de vida, sino también para crear un estilo de trabajo que vaya de acuerdo con sus ambiciones. Experimentan una viva necesidad de realizarse ejercitando la responsabilidad de tomar ellos mismo decisiones que pueden comportar cierto riesgo, pero que les permiten, en caso de éxito, obtener una ganancia mayor, tanto de dinero como de otra índole”*.

La micro y la pequeña empresa proporcionan en muchas ocasiones un ambiente de trabajo más propicio a las nuevas aspiraciones de los trabajadores actuales. Por eso el emprendedor debe tener conciencia de que la micro y la pequeña empresa la mayoría de las veces no permiten crear un ambiente de trabajo más propicios a las aspiraciones de sus trabajadores. Debe, por consiguiente, estar atento a esta realidad, y vigilar que la estructura de la micro y pequeña empresa responda, también a las necesidades de quienes laboran en ella. Es innegable que, en muchos casos, la grande empresa, con su división de tareas y su extrema, sistematización, ha hecho desaparecer en el obrero todo interés con respecto su realización profesional, frente a las nuevas expectativas de los trabajadores, la micro y la pequeña empresa, por su naturaleza, aparece para dar respuesta a muchas de estas expectativas.

NECESIDAD AFECTIVAS

Buen número de trabajadores experimentan necesidades de tipo afectivo. Entre las más importantes están, ciertamente, las de pertenencia, de participación, de estos ligados con aquellas personas que para ellos son importantes, en una pequeña empresa, los contactos del trabajador con su patrón son más fáciles; en ella, los individuos tienen la sensación de que se valora mejor la aportación que hacen, y se sienten más unidos entre



sí. Se habla frecuentemente, entre los empleados de un micro y una pequeña empresa, “de tener la impresión de formar parte de una gran familia”.

NECESIDAD DE ASUMIR RESPONSABILIDADES Y LLEVAR A CABO LAS PROPIAS INICIATIVAS

Debido a que en la micro y pequeña empresa el organigrama es más sencillo y no es tan marcada la división de tareas, para una persona que trabaja ahí es más fácil situar su aportación en el conjunto del trabajo efectuado. Por consiguiente, es más profundo su sentimiento de que está desempeñando un papel, de que es útil, le es más fácil hacer valer sus ideas y proponer ciertas mejoras, pues los diferentes niveles de autoridad y de delegación quedan reducidos a su mínima expresión.

NECESIDAD DE SENTIRSE ALGUIEN

En una pequeña empresa, el trabajador se encuentra más cerca de los centros de decisión puede fácilmente ver al patrón y entrar en contacto con él. Puede vender sus ideas y hacer sugerencias. Puede establecer estrechas relaciones interpersonales con sus compañeros de trabajo. Los trabajadores se identifican más fácilmente con la pequeña empresa y se sienten importantes. La verdadera solución a los problemas de nuestra sociedad pasa por una mejor utilización del recurso humano en todas sus dimensiones, comprendida también su capacidad de emprender.

CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS.

Regularmente la palabra empresa suele referirse a un organismo, institución, compañía, firma, dependencia, entidad, negocio, sociedad, asociación, organización, etc. Por lo que el Diccionario de la Real Academia Española menciona que una empresa es una unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos.

DIFERENCIA ENTRE ORGANIZACIONES Y EMPRESAS.

Si bien todas las empresas son organizaciones, no todas las organizaciones son empresas en el sentido administrativo. Las organizaciones son todo tipo de institución social, independientemente del propósito o fin por el cual fueron constituidas, en tanto las empresas siempre persiguen un fin de lucro (ganancia económica). En ese sentido, todas las empresas son organizaciones, pero no todas las organizaciones son empresas.

Perspectiva jurídica.

La Ley Federal del Trabajo distingue entre empresa y establecimiento y señala en su Artículo 16.

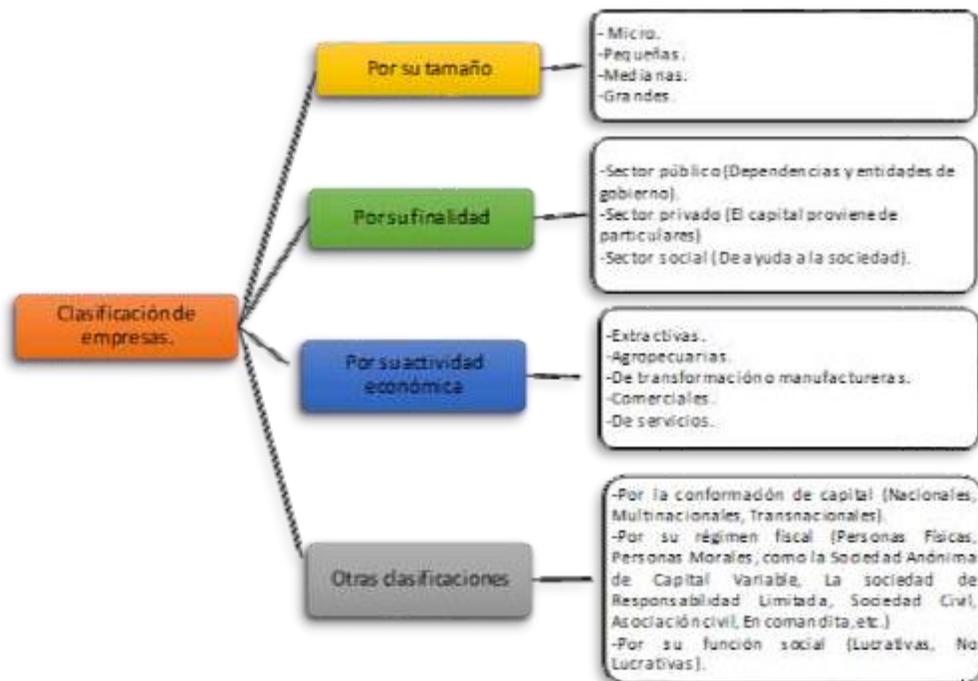
Para los efectos de normas laborales se entiende por empresa la “unidad económica de producción o distribución de bienes o servicios” y por establecimiento “la unidad técnica que, como sucursal, agencia u otra forma semejante, sea parte integrante y contribuya a una realización de los fines de la empresa”

Por lo que algunos criterios convencionales para clasificar las empresas se basan en lo siguiente:

-  Nivel de utilidades.
-  Volumen de producción.
-  Volumen de ventas
-  Monto de capital.
-  Número de empleados contratados.
-  Inventarios de activos fijos.
-  Cartera de clientes.
-  Cuentas por cobrar.



Todo lo anterior nos lleva a la actual clasificación de empresas:



Por lo regular, los gobiernos o las asociaciones empresariales _las Cámaras, como CANACINTRA, CANACO, entre otras_ recurren a diversos estándares para clasificar a las empresas, según su tamaño, aunque no existe un estándar único, sin embargo, los criterios anteriores son los más comunes.

La siguiente tabla presenta una clasificación convencional sobre este tema:

Sector	Tamaño por número de empleados.			
	Micro	Pequeña	Mediana	Grande
Agropecuario	0 a 10	11 a 50	51 a 250	más de 250
Minero y extracción de petróleo	0 a 10	11 a 50	51 a 250	más de 250
Industria manufacturera	0 a 10	11 a 50	51 a 250	más de 250
Construcción	0 a 10	11 a 50	51 a 250	más de 250
Comercio	0 a 10	11 a 50	51 a 100	más de 100
Transporte y comunicaciones	0 a 10	11 a 50	51 a 100	más de 100
Servicios	0 a 10	11 a 50	51 a 100	más de 100

Fuente: Sistema de información Empresarial Mexicano (SIEM), Secretaría de Economía.

En México, las dependencias responsables de preparar y presentar información en este sentido son: La Secretaría de Economía (SE), la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STyPS), la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), el Instituto Nacional de Geografía e Información (INEGI), el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) y las Cámaras empresariales como CONCAMIN, CANACO, CANACINTRA, CONCANACO, entre otras.

MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

En equipo base completa la siguiente tabla con las principales características para micro y pequeña empresa:

No hay unidad de criterio con respecto a la definición de la Micro y Pequeña Empresa, pues las definiciones que se adoptan varían según sea el tipo de enfoque. Algunos especialistas destacan la importancia del volumen de ventas, el capital social, el número de personas ocupadas, el valor de la producción o el de los activos para definirla. Otros toman como referencia el criterio económico-tecnológico. Por otro lado, también existe el



criterio de utilizar la densidad de capital para definir los diferentes tamaños de la Micro y Pequeña Empresa. La densidad de capital relaciona el valor de los activos fijos con el número de trabajadores del establecimiento. Mucho se recurre a este indicador para calcular la inversión necesaria para crear puestos de trabajo en la Pequeña Empresa. Un estudio realizado por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en setenta y cinco países encontró más de cincuenta definiciones distintas sobre Pequeña Empresa. Los criterios utilizados son muy variados, desde considerar la cantidad de trabajadores o el tipo de gestión, el volumen de ventas o los índices de consumo de energía, hasta incluso el nivel tecnológico, por citar los más usuales.

La OIT, en su Informe sobre fomento de las Pequeñas y Medianas Empresas, presentado en la 72° Reunión de la Conferencia Internacional del Trabajo, realizada en Ginebra en 1986, define de manera amplia a las Pequeñas y Medianas Empresas pues considera como tales, tanto a empresas modernas, con no más de cincuenta trabajadores, como a empresas familiares en la cual laboran tres o cuatro de sus miembros, inclusive a los trabajadores autónomos del sector no estructurado de la economía (informales).

Se define a la microempresa como unidad productora con menos de diez personas ocupadas incluyendo al propietario, sus familiares y a sus trabajadores tanto permanentes como eventuales. La micro industria, está caracterizada por su reducido tamaño, tiene de uno a cuatro personas ocupadas y presenta una escasa densidad de capital equivalente a 600 dólares por puesto de trabajo. Utiliza poco equipo de capital y es intensiva en mano de obra. Además presenta bajos niveles de capacitación y productividad. Con ingresos que se mantienen a niveles de subsistencia, inestabilidad económica y la casi nula generación de excedentes. Este sector mayoritariamente informal.

Con respecto a la Pequeña Empresa Industrial, la describe como empresa que tiene un tamaño de 5 a 19 personas ocupadas y una densidad de capital de aproximadamente 3000 Dólares por puesto de trabajo. Su base tecnológica es moderna y la productividad, es mayor que en la microempresa: Es capaz de generar excedentes, acumular y crecer,



teniendo entonces, una mayor estabilidad económica que el sector micro empresarial.

Como se observará, existen diversos criterios para caracterizar a la Micro y Pequeña Empresa. Sin embargo nuestra legislación, cuando de reglamentarla o promocionarla se trata usualmente ha utilizado, los montos anuales vendidos y/o el número de personas ocupadas o el valor de los activos, para establecer sus límites.



Rescatando mis Aprendizajes

Instrucciones. - Investiga en tu lugar de origen el tipo y características del tipo de empresas que existen en tu comunidad y llena el siguiente cuadro conforme al título.

Microempresa	Pequeña empresa



Para aprender más.

ETAPAS PARA INICIAR CON UNA EMPRESA

INICIACIÓN DE LA EMPRESA

En esta etapa, el proyecto se hace realidad; se obtiene los recursos económicos; se integra el equipo; se consiguen contratos; se ponen en marcha los mecanismos de producción que permiten desarrollar el producto.

La empresa se va posesionando de un mercado, esto es, se hace de clientela y coloca su producto compitiendo con otros similares. A fin de obtener ganancias, el emprendedor deber asegurarse de un adecuado volumen de ventas y controlar costos.

El emprendedor pasa a ocupar varias funciones. Es a la vez Director de la fábrica y Gerente de ventas. Destina sus tardes a verificar cuentas, visitar proveedores y clientes, etc.

Es un hombre orquesta, que consagra a la empresa todas sus energías. En este periodo, la empresa se identifica con el emprendedor, de ahí la célebre frase: “*La empresa soy yo*”.

Las principales dificultades que el emprendedor encuentra es esta etapa son:

-  Distribuir las tareas entre él y sus colaboradores.
-  Diseñar y poner en marcha mecanismos estables y confiables que le permitan estar informado sobre costos, ganancias, ventas y rendimiento del personal.

Esta frase con lleva:

-  Cumplimiento de los requerimientos legales.
-  Tramites de registros, licencias y permisos.
-  Utilización de los recursos financieros.



-  Obtención de los primeros pedidos.
-  Contacto con clientes.
-  Contacto con proveedores.
-  Puesta en operación de la maquinaria de trabajo.
-  Medios de producción.
-  Planificación de las operaciones.
-  Organización de la operación.
-  Vigilar costos de producción.
-  Llevar contabilidad del negocio.

A) CRECIMIENTO

En esta etapa se asegura que el aumento de volumen de los negocios efectuados en los primeros años prosiga en los años siguientes. Generalmente hay que hacer modificaciones y ajustes a las operaciones. El aumento de actividades trae consigo, generalmente, un aumento de papelería y personal.

La empresa, por otra parte, necesita:

- a) Que se de atención particular a la planificación, a la relación con los clientes, a la producción, a la adquisición, en mayor volumen, de materia prima, y a los controles presupuestales de producción y de personal, y
- b) Que haya delegación de responsabilidades.

En esta fase, los elementos importantes son:

1. Aumento de ventas y mayor complejidad de la administración
2. Aumento de personal
3. Modificaciones o ajustes al:
 - ✓ Producto
 - ✓ Mercadeo
 - ✓ Distribución
 - ✓ Precios
 - ✓ Calidad
4. Control de precios
5. Ganancias

B) EXPANSIÓN -CONSOLIDACIÓN

Una vez que la firma llega a ser rentable el emprendedor puede decidir si continúa creciendo o se dedica a consolidar lo realizado. Si escoge crecer, deberá decidir en qué forma la hará.

Este momento puede considerarse como un nuevo punto de partida. Uno de los problemas que surgen en esta etapa es el referente al financiamiento de nuevo proyectos. Si escoge la segunda opción, deberá tratar de proteger y perpetuar el desarrollo alcanzado.

Nada cambiara en lo referente al desarrollo y expansión de las ventas, pero deberá quedar asegurado que la empresa continúe sobreviviendo.

En esta etapa, el emprendedor tiene el riesgo de enfrentarse a problemas relacionados con el ciclo de vida de producto o servicio, con la desactualización de los procedimientos de fabricación y con dificultad de conservar a su personal competente. En esta misma etapa, los factores importantes son:

-  Logará una integración horizontal o vertical.
-  Lanzar productos nuevos.
-  Lanzar nuevas líneas de producto.
-  Aumentar la gamma de servicio a ofrecer.
-  Adquirir otras empresas.
-  Encaminarse hacia otro sector.
-  Proteger lo realizado.
-  Mantener el nivel de ventas.
-  Fomentar las innovaciones.

Como acabamos de ver, la empresa juega un papel importante en la economía. Esto es particularmente valido para la micro y pequeña empresa, la que, debido a sus dimensiones, goza de una flexibilidad que el permite acercarse más a clientes, empleados y comunidad. Si usted siente gusto por emprender, por invertir su talento, sus

conocimientos y su tiempo en la creación de una empresa, no lo dude: HAGALO. Se sentirá agradablemente sorprendido de lo que significa abrir un pequeño taller de manufactura o un despacho que ofrezca determinados servicios.



¿Qué Aprendí?

Instrucciones: Investiga las principales características del desarrollo de una empresa y llena el cuadro siguiente:

Características principales de las Etapas de desarrollo de una empresa				
Aspecto	Previa	Iniciación	Crecimiento	Expansión-Consolidación
Idea				
Proyecto				
Producto				
Mercado				
Personal				
Acciones				



C) DEFINICIÓN DE PRODUCTO (idea).

Idea de negocios.

Todo proyecto de empresa parte de una idea y necesita de una persona emprendedora para llevarse a cabo. Se puede decir que la idea y el emprendedor son dos pilares básicos que sustentan una empresa.

¿Qué es una idea? la definición estricta de una idea recogida en el directorio dice: “Adjetivo que se aplica a lo que existe solo en pensamiento, abstracto, infinito, eterno”.

Tener una idea es muy fácil, depende sólo de nuestra imagen y seguramente se nos ocurren docenas de ideas cada día. Sin embargo, tener una idea de negocio (una buena idea), una idea válida para crear una empresa que produzcan beneficios, no suele ser tan fácil. Previamente hay que estudiar, analizar y contrastar diversos factores hasta encontrar una idea válida para crear una empresa.

Se trata de ir “puliendo” la idea en bruto que tenemos en la cabeza, hasta darle la forma adecuada de una idea de negocios. En el proceso, seguramente rescataremos algunas ocurrencias, pero con dicho ejercicio no solo aprenderemos a concretar nuestro negocio, aprendemos también a detectar con mayor serenidad nuevas ideas de negocio.

Los productos y servicios que hacen confortable nuestra vida moderna han sido ideas por alguien que creó una empresa para venderlos (aunque muchas veces el que creó la empresa no fue el que tuvo la idea).

Ideas que se convirtieron en ideas.

1.- John Pemberton en 1886 quería crear un medicamento contra el cansancio, cuentan que por equivocación le puso agua carbonatada y el resultado fue el más famoso de los refrescos. La hoy empresa multinacional Coca-Cola se fundó a partir de una idea y de una equivocación, y seguramente, de muchos factores más. En este caso la experiencia



de John Pemberton parece un factor relevante (era farmacéutico y había fabricado otros jarabes previamente). A veces las ideas de negocios surgen espontáneamente.

2.- Un marinero (Hanson Gregory) comía un pastelito frío, se desato una tormenta y para dejar sus manos libres clavó el pastelito en el timo. Así contado parece que Hanson invento el agujero de Doughnut casi sin darse cuenta, sin embargo, hay que agregar otros elementos: a Hanson NO le gustaba los centros de los pastelitos fríos porque quedaba casi siempre crudos, al ver que se podía eliminar el centro se le ocurrió que podía hacer pastelitos con un agujero al medio y vendérselo a otros que como a él no les gustaba las partes crudas de los pastelitos.

3.- Una madre “inventó” la Barbie cuando vio a su hija Bárbara recortar vestidos de papel para vestir a sus muñequitas, claro que el hecho de que la madre fuera la vicepresidenta de Mattel, facilito mucho las cosas.

Podrías seguir así un buen rato, la aspirina, el WWW, las lentillas, el parquímetro, el microondas, etc. fueron todas buenas ideas que dieron lugar a empresas rentables.

Todos los inventos que provienen de las Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC's) también son ejemplos de empresas rentables que surgen de una idea: walkman, móviles, videojuegos, etc. si las analizamos una a una veremos que siempre hay varios elementos que se conjugan en el éxito de una idea. Así encontramos: el elemento de invento (idea de producto o servicio); otros elementos es el análisis de entornos en donde se desarrolló el invento; otra más es la búsqueda del canal de comercialización más apropiado; la forma que adopte la empresa también es un factor importante, es decir, que la idea (aunque sea muy buena idea) en solo uno de los factores necesarios para emprender un negocio.



Para aprender más

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Los escenarios del mundo actual han puesto de moda un elemento fundamental de la condición humana que ha sido considerado poco relevante y que de alguna manera es erradicado de todos nuestros ambientes: familiares, sociales, escolares y empresariales, por ser considerado peligroso, pues supuestamente atenta contra el estado normal de las cosas o porque es un riesgo muy grande pretender construir las propias opciones. Este verbo que la Real Academia Española define como el “Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro” es el de Emprender.

“¿Emprender?, no. Usted estudie o aprenda un arte para que consiga un buen empleo y tenga como vivir”. O expresiones como “*usted límitese a hacer las cosas como se le indicó*”, “ *siga el manual de instrucciones al pie de la letra*” son evidencias de que se hace necesario un cambio radical de paradigma en la educación y formación de estas nuevas generaciones para que, con una actitud totalmente diferente, construyan nuevas posibilidades, nuevas opciones, nuevos caminos.

El crecimiento exponencial de la información disponible y de los cambios que afectan la vida cotidiana de cada individuo, pero también de las instituciones de todo tipo, plantean nuevos retos a aquellos que vivimos en esta época. Frente a esto no hay opciones. O se asume una actitud proactiva, emprendedora frente a la existencia, a los retos de la vida cotidiana en lo personal y social o se es relegado a un lado del camino donde se observará desde condiciones de miseria como el mundo avanza y aprovecha todas las oportunidades disponibles.



En el mundo laboral ya no se busca simplemente obreros que cumplan a cabalidad un horario y realicen con eficiencia y eficacia una tarea determinada, se buscan personas con carácter emprendedor que sean capaces de transformar los procesos que manejan adaptándolos a las nuevas necesidades. Esto requiere de capacidades que permitan la toma de decisiones acertadas y oportunas, que lleve a la integración de esfuerzos individuales logrando procesos de sinergia, que implementen nuevos métodos a través de la ejecución de los avances en tecnología.

FORMATO DE JUSTIFICACIÓN Y METODOLOGÍA.

Para desarrollar correctamente la justificación del proyecto a desarrollar es indispensable que el alumno conteste a cada una de las siguientes preguntas de manera general, ya que, si puede dar respuesta a las interrogantes, tendrá claro el porqué de su proyecto.



Rescatando mis Aprendizaje.

1. Justificación. Esta parte se elabora a partir de responder las siguientes preguntas:¹

¹ Mtra. Verónica Laura Martínez Godínez.

¿Qué problemática se está tratando en el caso práctico?



¿Qué solución estás dando para resolver la problemática que se está investigando?

¿A quién o quiénes beneficiará tu trabajo de investigación?

¿Tu propuesta de solución es viable? ¿Es decir, tienes los recursos bibliográficos, humanos, de materiales, herramientas, equipos, software, laboratorio, taller, permisos de las autoridades correspondientes, recursos económicos, etc., que se requieran?



De acuerdo a las preguntas trata de realizar la justificación de tu proyecto.

Justificación:

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS.

El título de tu proyecto está directamente relacionado con los objetivos generales y específicos, tanto que uno no puede existir sin el otro.

Ejemplo práctico y explicación:

Título de tu tesina o proyecto.	Objetivo general	Objetivos específicos.
<p>Propuesta de mantenimiento preventivo de una línea de producción en la empresa Derivados Agroindustriales.</p>	<p>Elaborar la propuesta de mantenimiento preventivo de una línea de producción de en la empresa Derivados Agroindustriales.</p>	<p>-Realizar el diagnóstico de las condiciones físicas y de funcionamiento de la maquinaria de una línea de producción de la empresa Derivados agroindustriales para identificar las fallas.</p>
<p>Observaciones: 1.- ¿Qué va a hacer usted? -- -- una propuesta. 2.- ¿De qué trata el proyecto? - -- sobre el mantenimiento preventivo. 3.- ¿Dónde se va a realizar? o ¿Quién se beneficiaría de suproyecto?---en empresas de Derivados Agroindustriales.</p>	<p>Observaciones: Se puede observar que en el objetivo general sólo aumentamos un <u>verbo en infinitivo</u> que indique la actividad a realizar, más el título, tal y cual lo tenemos</p>	<p>-Valorar diversos programas de mantenimiento de líneas de producción de alimentos de consumo humano para elegir alguna alternativa viable para la empresa Derivados agroindustriales.</p> <p>Observaciones: 1ra. Puede observar que el primer objetivo específico indica un "diagnóstico" sobre lo cual se va a desarrollar el proyecto, es decir, a). - ¿Cómo sé que necesito implementar un mantenimiento preventivo de una línea de producción en la empresa Derivados Agroindustriales? R= Porque ha estado fallando la maquinaria en esa área. b).- y ¿Qué necesito hacer para evitarlo o mejorarlo o corregirlo? R= identificar las fallas.</p>
		<p>2do. Una vez que identifiqué el problema ¿Qué debo hacer para implementar mi proyecto? R= ver alternativas, investigar soluciones, analizar causas y efectos, etc.</p>



Para aprender más

ACTIVIDAD DE ACUERDO A LA EXPLICACIÓN ANTERIOR REDACTAR EL OBJETIVO GENERAL Y LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

RESUMEN DEL PROYECTO

Debe contener características e información general del proyecto qué es, para qué es y cómo lo van a realizar, breve introducción de dónde surge la idea de la investigación, así como definir a grandes rasgos los objetivos y propósitos generales de la investigación además de describir de manera breve el contenido del proyecto.

Ejemplo:

Enjoy in family es un prototipo didáctico que se maneja como un manual de apoyo enfocado a padres o tutores de niños de entre 7 y 12 años, con trastorno de déficit de atención con o sin hiperactividad (TDAH/TDA).

Este software ayuda a las relaciones sociales, educación y trato que se ejerce por parte del adulto para que a su vez él ayude al infante a desarrollarse en los ámbitos de su vida más plenamente.

Afirmando que el trastorno por déficit de atención e hiperactividad representa gran importancia en la vida y el aprendizaje de los niños, el prototipo también tiene juegos didácticos de apoyo para mejorar o llevar a cabo el aprendizaje en los niños que padecen este trastorno y que puede ser complementario al tratamiento profesional.

De acuerdo a la relevancia que tiene este proyecto con la sociedad, es importante resaltar que la problemática real con la que se pretende trabajar se enfoca en el problema de aprendizaje que presentan los niños que sufren de TDAH y el desconocimiento que tienen los padres de sus hijos que lo padecen, lo cual hace que estos se vean sometidos a querer alejarse del trato en sociedad por sentir desigualdad al lado de sus compañeros, o del núcleo social que los rodea.

Los problemas de aprendizaje son causados por diferencias en el funcionamiento del cerebro los cuales son denominados trastornos, el término trastorno de aprendizaje se acoge a una descripción de trastorno neurobiológico por el cual el cerebro humano funciona o se estructura de una forma diferente.

Para entender el porqué de este proyecto al tener un diseño adecuado que sirva de material de apoyo para estos niños y sus padres, a la hora de progresar en su tratamiento, es importante resaltar que no hay ninguna “cura” para los problemas de aprendizaje como tal, ya que estos son para toda la vida, sin embargo, los niños que sufren de estos problemas pueden lograr avances y progresos significativos en su vida, ya que se les puede enseñar de diversas maneras para superar sus limitaciones, no obstante los niños con problemas de aprendizajes como el TDAH pueden aprender exitosamente cuando se tiene un apoyo adecuado¹.

El prototipo es muy fácil de usar tanto para los niños, padres o tutores ya que cuenta con una interfaz adecuada para ellos, de igual forma los juegos están diseñados para que atraigan el interés de los niños y fomentar el aprendizaje de una manera lúdica.



Fuente: Recuperada www.pixabay.com 23 de mayo 2020

¹ Fuente: Aguirre, M, García, S, Espíritu, A, (2015) Prototipo didáctico Enjoy in Family, México, Gto.



Ejercitando mi habilidad.

Redacta tu Resumen del proyecto:

A large rounded rectangular area with horizontal lines, intended for writing a project summary.





Para aprender más

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE LA COMUNIDAD A RESOLVER

Es una descripción clara del problema detectado y que se va resolver al efectuar las acciones que propone el proyecto.

Un problema detectado puede ser:

-  Problema general de la sociedad en materia ambiental, fenómeno cultural, científico tecnológico, problemas de ciencias exactas: química, física, biología, matemáticas, etc.
-  La necesidad de los consumidores de una comunidad o región que puede satisfacerse con un nuevo artículo o artefacto o la innovación de uno ya existente.
-  Costos elevados de producción que pueden abatirse con la adquisición de una maquinaria o equipo, o con su innovación, o con cursos de capacitación y adiestramiento.
-  Necesidades de equipo didáctico para la enseñanza de la electrónica, mecánica y automotriz, entre otros.
-  Deben incluirse datos numéricos de observaciones directas, de resultados en pruebas de laboratorios o talleres, de cifras estadísticas obtenidas en fuentes oficiales reconocidas o confiables, de estudios preliminares, estadísticas y encuestas, entre otros.³

³ Fuente: Aguirre, M, García, S, Espíritu, A, (2015) Prototipo didáctico Enjoy in Family, México, Gto.



Ejemplo:

De acuerdo con las cifras obtenidas en la investigación realizada, se estima que aproximadamente entre un 8% y 10% de los niños en edad escolar de 7 a 12 años es diagnosticado con Trastorno de Déficit de Atención con Hiperactividad (TDAH); con base a esto se han desarrollado material bibliográfico como: “Escuela para padres”, “Pautas orientativas para el niño con TDAH y padres”, “El niño con trastorno por déficit de atención y/o hiperactividad” para ayudar a niños con este trastorno, pero no así para los padres o tutores. Por lo cual se desarrolla un prototipo didáctico que funcione como apoyo para que el padre o tutor que oriente en la educación de su hijo.



Ejercitando mi habilidad.

Actividad desarrollar el planteamiento del problema de la comunidad a resolver en el siguiente espacio.



Para aprender más

HIPOTESIS

Explicación de manera tentativa el cómo se resolverá el proyecto. Por lo regular la hipótesis siempre responde a una pregunta.

Pasos para el correcto planteo de una hipótesis

1. Definir el tema en forma detallada.

Elaborar una pregunta investigativa.

Pulir la pregunta con el objeto de limitar toda pretensión subjetiva.

Acceder a una primera lectura con suficiente detalle como para formular del toda la hipótesis.

Escribirla, de modo tal de tener determinado el alcance de la hipótesis.

Ejemplos de hipótesis:

La fiscalía cree que el cocinero envenenó a la ex esposa, aplicándole una destructiva solución en su té de la tarde.

Un cuerpo total o parcialmente sumergido en un fluido estático, será empujado con una fuerza igual al peso del volumen de fluido desplazado por dicho objeto. ⁵

5.-Fuente: <https://www.ejemplos.co/20-ejemplos-faciles-de-hipotesis/#ixzz5sHmFpnhO>



Ejercitando mi habilidad.

Actividad redacta la hipótesis de tu proyecto.

Política comercial:

Así como todas las empresas tienen sistemas de gestión, maneras de hacer las cosas, también todas tienen políticas. Sin embargo:

- Rara vez estas políticas están claramente definidas.
- Generalmente no son comunicadas, ni entendidas por los integrantes de la empresa.
- Con frecuencia no están alineadas con la visión de la empresa.
- No siempre se desprenden de ellas objetos claros.
- En la mayoría de los casos no son revisadas periódicamente para adecuarlas a los cambios internos y del contexto nacional e internacional.

¿Qué no ha escuchado la frase? “*La empresa debe mejorar su rentabilidad*”; ¿es ésta una política? No, aún no, le falta un elemento clave: “*el compromiso*”. “*La empresa mejorará continuamente su rentabilidad*”. Ahora sí es una política, contiene el compromiso de mejorar la rentabilidad, la palabra que define el compromiso es



“mejorara”.

Es posible ampliarla:

“La empresa mejora continuamente su rentabilidad para asegurar su permanencia en el negocio y aumenta la satisfacción de sus acciones”.

Otros ejemplos:

“No podemos seguir perdiendo clientes por problemas de calidad”. La política asociada podría ser “La empresa cumplirá los requisitos acordados con los clientes”

No parece tan difícil. En efecto, definir las políticas no es difícil, el problema es cumplirlas. Pero sin ellas la empresa no controla su futuro. Sin ellas la empresa es un barco a la deriva, lo único que puede hacer es tratar de evitar naufragio, capeando cada tormenta que se presenta con una tripulación pobremente coordinadamente que aplica su mejor saber y entender, con un gran desperdicio de recursos y de esfuerzo individual y con un final previsible: el agotamiento y el desastre.

La política es el faro, todos en el barco lo miran y todos en el barco saben ahora hacia donde van, saben dónde está el puerto y cuando lleguen volverá a partir, guiados por otro faro y hacia un nuevo puerto con:

- Misión
- Visión
- Política
- Objetivo
- Meta

Estos términos suelen generar confusión porque no hay un criterio uniforme sobre su significado y uso, pero en el momento de definir, establecer e implementar las políticas de la empresa, los conceptos asociados a estos términos son de gran utilidad.

La definición de la misión ayuda a clarificar la posición y creencia de los integrantes de la dirección de la empresa y a unificar criterios básicos. No es estrictamente necesario



definirla para arribar a las políticas, especialmente en el caso de un único director o dueño, pero siempre es recomendable hacerlo, sobre todo para transmitirle al personal los valores que constituyen la base de la cultura de la empresa.

La visión es imprescindible, sobre ella se construyen las políticas de la empresa. Ejemplos de visión son: si la empresa es mediana, ¿seguirá siendo mediana o la dirección quiere construir una gran empresa?, si la empresa es líder en su país, ¿se plantea extender su liderazgo al continente o al mundo?

Así, por ejemplo, si un objetivo para el 2023 es “Aumentar las ventas un 5%”, pueden establecerse metas trimestrales acumuladas conforman el objetivo del 5%.

¿Cómo cumplir con las políticas de la empresa?

El primer requisito es definir políticas “cumplibles”. Para ello, al definir las políticas, es necesario identificar y analizar los factores internos y externos que inciden en el cumplimiento de las mismas.

El análisis interno incluirá:

- ✓ La cultura de la empresa.
- ✓ Los recursos disponibles.
- ✓ Otras debilidades y fortalezas de la empresa.

El externo:

- ✓ Las variables del entorno, tanto nacional como internacional.
- ✓ Económico.
- ✓ Sociales.
- ✓ Tecnológicos.
- ✓ Político-legales.
- ✓ La competencia.
- ✓ Otras amenazas y oportunidades.

El entorno rápidamente cambiante en el cual la empresa se desenvuelve obliga a revisar y actualizar constantemente las políticas.



El término planificación engloba las actividades de identificaciones y análisis de factores internos y externos, la toma de decisión requeridas para definir la política, objetivos y acciones, el análisis de riesgos potenciales y oportunidades emergentes de las decisiones tomadas.

Cuando no se cumplen los objetivos y metas es necesario incorporar actividades de análisis de causa para encontrar la causa raíz del incumplimiento y una vez determinada, eliminarla.

Es conveniente tener en cuenta que algunos autores llaman “estrategias de la empresa” el proceso que comienza con las definiciones de la misión y finaliza con el cumplimiento o no de los objetivos.

Sin embargo, no hay criterios unificados sobre el empleo de la palabra “estrategia”, tiene tantos significados como autores que escriben sobre ella.

LAS POLÍTICAS Y LOS PROGRAMAS DE GESTIÓN.

Las estadísticas que emite la norma ISO anualmente muestran un constante incremento en el número de empresas que certifican Sistemas de Gestión de la Calidad Ambientales. Por otro lado, con el objetivo de cumplir con la legislación vigente, las empresas desarrollan e implementan Sistemas de Seguridad e Higiene y Sistemas Administrativos-Contables, requieren compromisos otros que las empresas incorporan de acuerdo a sus necesidades, requieren compromisos específicos.

De manera que, al definir las políticas, es conveniente considerar los requisitos tanto de los sistemas vigentes como de aquellos cuya incorporación está prevista en un futuro próximo.

Las políticas y la comunicación.

De nada sirven las políticas si no son comunicadas y comprendidas por todos los integrantes de la empresa. Comprendidas significa que cada empleado es capaz de describir, con sus propias palabras, de qué manera su trabajo contribuye al cumplimiento



de las políticas de la empresa.

No es una exageración “empapelar” la empresa con las políticas, solo alcanzarán los objetivos si el personal incorpora las políticas a su manera de pensar y lo refleja en sus actitudes.

La Alta Dirección debe ser plenamente consciente de su papel en este proceso, no hay posibilidades de éxito si ella no “predica con el ejemplo”

El personal sigue atentamente las actitudes de la dirección y solo incorpora las políticas a su manera de pensar y actuar, cuando verifica que la dirección ya lo ha hecho.

Misión de la empresa: En equipo base establecerán la misión de su empresa considerando los siguientes puntos.

La misión de una empresa es su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual este, y por lo tanto da sentido y guía a las actividades de la empresa. La misión debe contener y manifestar características que le permitan permanecer en el tiempo, por ejemplo:

- Atención (orientación al cliente)
- Alta calidad en sus productos y servicios.
- Mantener una filosofía de mejoramiento continuo.
- Innovar /o distingos competitivos, que le den a sus productos y servicios especificaciones que atraigan y mantengan al cliente (larga duración, garantía, sencillez de uso).

La misión debe cumplir ciertos requisitos que le den validez y funcionalidad. Debe ser:

- **AMPLIA.** Dentro de una línea de productos, pero con posibilidades de expansión a otros productos o líneas similares. No obstante, la amplitud no debe ser tanta que se pierda la naturaleza y carácter de la empresa, o bien que confundan el mercado y tipo de necesidad a satisfacer.
- **MOTIVADORA.** Que inspiren a los que laboren en la empresa; pero que no sea

tan ambiciosa que se perciba como inalcanzable.

- **CONGRUENTE.** Debe reflejar los valores de la empresa, así como de las personas que la dirigen y trabajen en ella. La misión no solo es una descripción de lo que es o pretenden ser la empresa, sino también de su esquema de valores (éticos y morales).

Toda misión debe satisfacer o contestar tres preguntas básicas:

1. ¿Qué? (necesidad que satisface o problema que resuelve)
2. ¿Quién? (clientes a los cuales se pretende llegar)
3. ¿Cómo? (forma en que será satisfecha la necesidad que se pretende satisfacer)

La misión de una empresa es la tarjeta de presentación de la misma, porque exige una constante revisión y una autoevaluación de su funcionamiento de la empresa para comprobar si la misión y funcionamiento son congruentes entre sí.

EJEMPLO DE UNA MISIÓN:

Para una empresa de postres mexicanos:

“Satisfacer el gusto de la familia con la elaboración de alimentos dulces que aumenten el consumo de los postres tradicionales mexicanos”

Esta misión incluye tres aspectos básicos de toda misión:

- **El Qué:** satisfacer el antojo de la familia de alimentos dulces.
- **El Quién:** orientado a las familias.
- **El Como:** mediante la elaboración de alimentos dulces que aumenten el consumo de los postres tradicionales mexicanos.





Rescatando mis Aprendizajes

En equipo con tus compañeros desarrolla la misión, visión y valores de su empresa

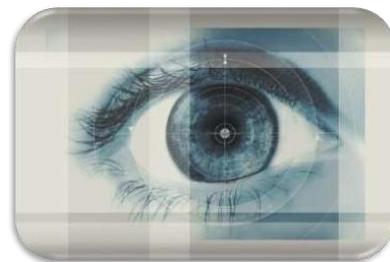
Desarrolla tu misión:

Responde tu misión a:

- El Qué:

- El Quién:

- El Como:





Para aprender más

RECURSOS HUMANOS, MATERIALES Y TECNOLÓGICOS

Necesidades de recursos materiales y humanos.

RECURSOS MATERIALES: Es importante en este punto decidir sobre los medios materiales a utilizar para la actividad. Entre ellas:

- ✓ Inmovilizado: - locales edificios terrenos – maquinaria - elementos de transporte - mobiliario- gastos de acondicionamiento
- ✓ Existencias: - materias primas y materiales - proveedores del sector y conocer los productos que ofrecen, los precios y calidad de los productos

RECURSOS HUMANOS: Las diferentes tareas a realizar en una empresa requieren una correcta organización. Es por ello necesario definir los puestos de trabajo, sus funciones y actividades concretas, en base a las necesidades de la empresa y, a partir de este punto asignar las personas que los ocuparán.

Debe quedar claro al poner en marcha la empresa sobre quien recaen las distintas responsabilidades que requiere la empresa. Es necesario detallar quién se va a hacer responsable de las diferentes áreas de nuestra empresa: marketing, producción, finanzas... Identificando que persona tiene las habilidades necesarias para hacer frente al área correspondiente. Se puede buscar un experto externo que asesore al equipo en esa área o incluso buscar un nuevo socio o emplear a alguien con habilidades en ese campo.

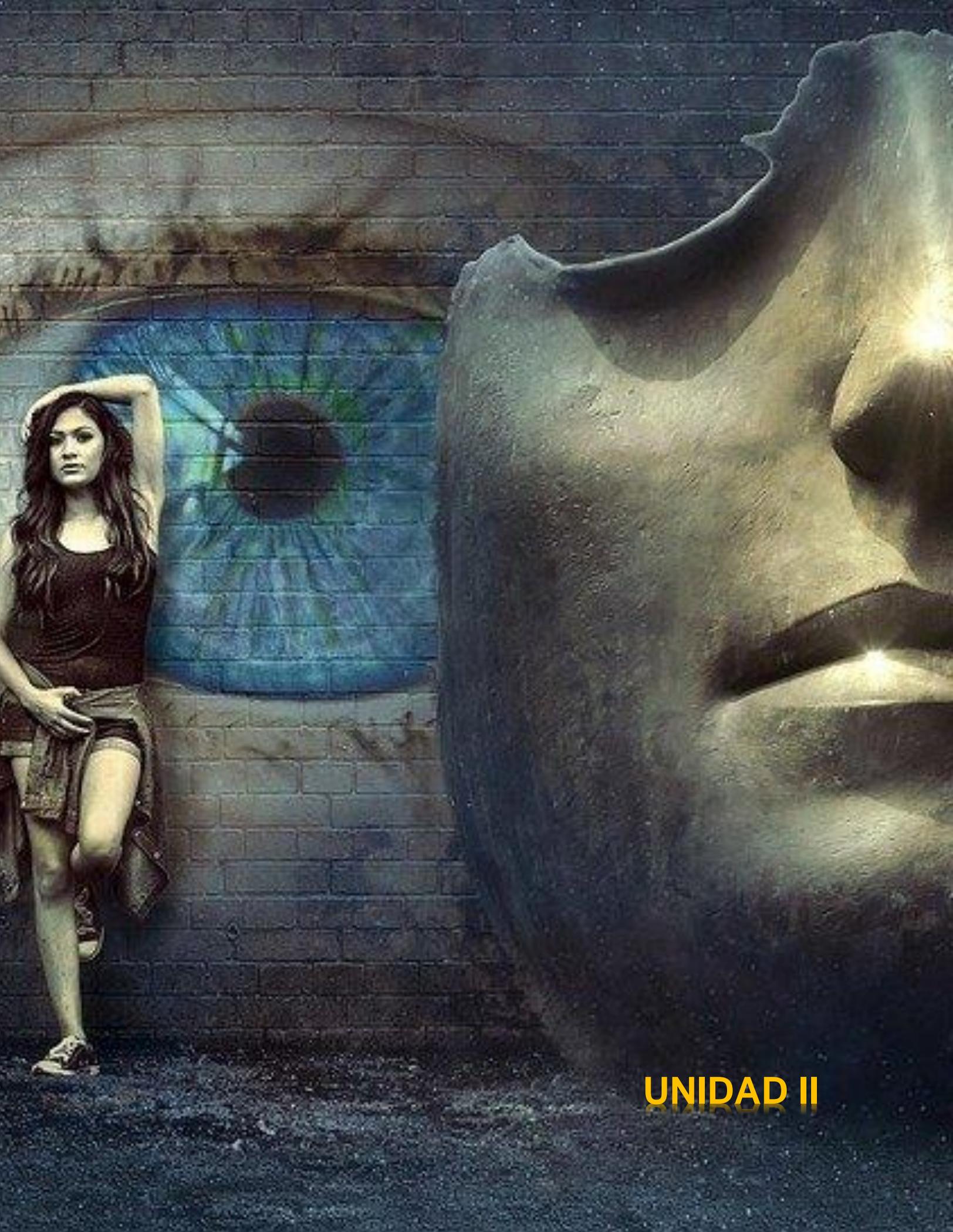
Para efectuar esta tarea es de gran utilidad dibujar un organigrama donde quedan reflejadas las diferentes responsabilidades existentes en la empresa, asignado un responsable a cada función, o tener varios responsables evitando asignar directamente responsabilidades a una persona en concreto. De acuerdo con el organigrama diseñado es más fácil determinar el número de personas necesarias y las características.



Ejercitando mi habilidad.

Reflexiona y de acuerdo a las características de tu proyecto o empresa integra los recursos materiales, tecnológicos y humanos que requerirás, anótalos en la siguiente tabla:

RECURSOS MATERIALES	RECURSOS TECNOLOGICOS	RECURSOS HUMANOS



UNIDAD II



Para aprender más

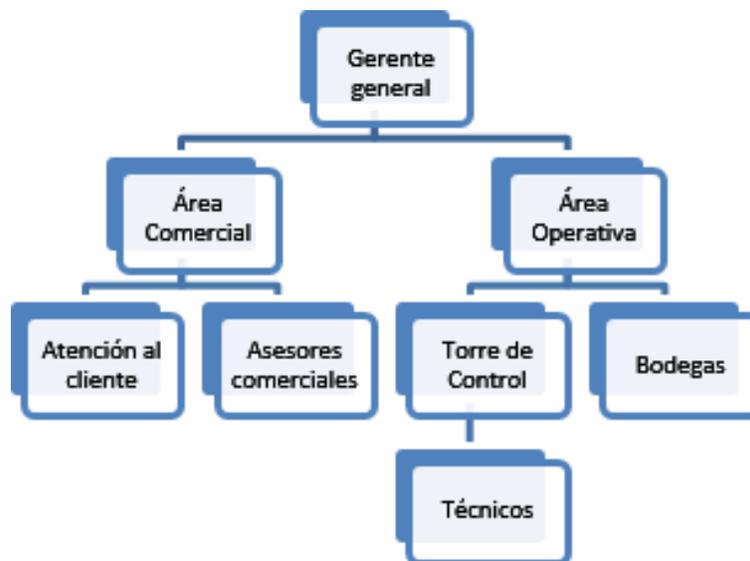
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL: ORGANIGRAMA, DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y DEPARTAMENTOS.

Organigrama:

El organigrama de una empresa consiste en la representación gráfica de la estructura de la empresa, de manera que no sólo representa a los empleados y recursos humanos de la empresa, sino que también representa las estructuras departamentales, además de ser un buen esquema de las relaciones jerárquicas y competenciales dentro de la empresa.

El organigrama de una empresa define los roles y responsabilidades de cada miembro de la estructura, su importancia es tal que llega a marcar la cultura laboral y la forma de trabajar dentro de la empresa.

Ejemplo:





Ejercitando mi habilidad.

Actividad: con ayuda de las herramientas que te brinda Word. Diseña el organigrama de tu empresa.



Para aprender más

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE LA ORGANIZACIÓN.

Definición de sueldo. - es el pago que los empleados reciben por su trabajo, antes de deducir sus contribuciones a la seguridad social, impuestos y otros conceptos análogos.

Administración de los sueldos y salarios la aplicación de los principios y técnicas de administración de sueldos, permite articular en forma tal el pago en dinero, con las prestaciones que recibe el trabajador y aun con las deducciones que su trabajo implica, que se logre, no solo pagar sueldos justos, sino también convencer a aquel de esa justicia.

LA IMPORTANCIA DE ESTA MATERIA DERIVA EN LOS SIGUIENTES:

- A) **Para el trabajador:** es lo que sustancialmente lo dirige al trabajo, aunque no sea simple necesariamente lo que busca en primer lugar.
- B) **Para la empresa:** es un elemento de importancia en el costo de producción. No en toda clase de industrias tiene la misma importancia: en algunas puede alcanzar un porcentaje muy alto del costo y en otros reducirse. De ordinario esta reducción, depende de la capacitación y maquinización de la empresa.
- C) **Para la sociedad:** es el medio de subsistencia de una gran parte de la población. Siempre la mayor parte de la población vive de su sueldo.
- D) **Para la estructura económica de un país:** siendo el sueldo esencial en el contrato de trabajo y siendo el contrato de trabajo uno de los seis ejes del régimen actual, la forma en la que se manejan los sistemas de sueldos, condicionará la estructura misma de la sociedad.
- E) **Para la práctica profesional:** en las carreras de relaciones industriales y Administración de empresas: las políticas y técnicas de sueldos son de las que tienen más amplias e inmediata aplicación.



Es importante para la administración de sueldos y salarios el que se respeten en su análisis los siguientes pasos:

- ✓ Análisis de puestos
- ✓ Análisis de personal
- ✓ Asignación de sueldos y salarios

En la mayor parte de las instituciones la compensación del empleo representa una parte sustancial en los costos de operación, por lo tanto, su éxito, o aun, su supervivencia, depende de cuan efectivamente estos costos sean controlados y como se logre productividad en los empleados a cambio de los sueldos que se le pagan .la productividad de los empleados a cambio de los sueldos que se le pagan.

La productividad a su vez, dependerá de cuán bien, motivados estén los empleados por el pago de ello reciben por su trabajo. Para la mayoría de los empleados el pago tiene un efecto directo sobre su nivel de vida y sobre el reconocimiento que pueden obtener dentro de su trabajo. El pago también constituye una medida cuantitativa de estatus en el grupo de trabajo. Una diferencia en la paga por hora puede afectar psicológicamente las posiciones de poder y autoridad en un grupo, a esto los empleados pueden ser muy sensibles.

La función que tiene el departamento de recursos humanos en la administración de sueldos y salarios es:

- 1.- El sistema debe ayudar y atraer el número y la clase de empleados necesarios para operar en la institución en términos de excelencia.
- 2.- El sistema tiene que jugar un papel positivo para motivar a los empleados a trabajar lo mejor que sus habilidades le permitan.
- 3.- Tiene que dar a los empleados la oportunidad de lograr su aspiración dentro de un marco de imparcialidad y equidad.
- 4.- Debería ofrecer a los empleados un incentivo para mejorar sus destrezas y habilidades.



Para aprender más

MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DE CADA PUESTO.

Un manual de funciones es un documento que se prepara en una empresa con el fin de delimitar las responsabilidades y funciones de los empleados de una compañía.

El objetivo primordial del manual es describir con claridad todas las actividades de una empresa y distribuir las responsabilidades de cada uno de los cargos de la organización. De esa manera se evitan funciones y responsabilidades compartidas que no solo redundan en pérdida de tiempo sino también en la dilución de responsabilidades entre los funcionarios de la empresa o peor aún de una misma sección.

MANUAL DE FUNCIONES.

Este corresponde a un documento que se divide en los siguientes aspectos:

- **Descripción básica del cargo:** el formato se encabeza describiendo el nombre del cargo, dependencia a la que pertenece y el cargo de su jefe inmediato
- **Objetivo estratégico del cargo:** Se refiere a la actividad genérica que define el grupo de funciones, actividades y responsabilidades, por lo cual se hace necesario la existencia de dicho cargo
- **Estructura de la empresa:** En este punto se debe aclarar que la definición del objeto debe ser concreta y que globalice en pocas palabras el grupo de funciones y responsabilidades del cargo

Funciones básicas: Se deben incluir brevemente en cada una de las funciones y responsabilidades básicas que describa adecuadamente los límites y la esencia del cargo.

La descripción de las funciones y responsabilidades debe ser una herramienta que ayude a los jefes a realizar una evaluación adecuada y objetiva que no tenga nada



que ver con prejuicios personales, es muy importante incluir dentro de la lista responsabilidades, nivel de autorización y responsabilidad presupuestal de su cargo si no lo tiene, no deben quedar dudas del funcionario hasta donde va su responsabilidad y autonomía tanto presupuestal como administrativa.

Agrega las responsabilidades de cada una de las funciones (cargos) así como sueldos correspondientes y departamentos, se presentan en una tabla.

ESTUDIO DE MERCADO

Definición del mercado meta al que va dirigido el producto resaltando el porqué de la elección de ese sector de la sociedad, así como el diseño de la etiqueta y/o empaque del producto y la definición del cómo se va a insertar dentro del mercado.

Muestreo, publicidad y promoción

Muestreo

Las causas por la cual se seleccionan muestras son muchas. Puede ocurrir que la población que se defina tenga tamaño infinito, y, en consecuencia, no fuera posible observar a todos sus elementos. En otras ocasiones, el costo de la observación exhaustiva puede ser muy elevado, el tiempo de recolección de la información muy extensa, o más aún, la observación de los elementos puede ser destructiva.

Si quisiéramos hacer un estudio de la calidad de una partida de fósforos, no podríamos probarlos a todos pues los destruiríamos.

Al recoger datos relativos a las características de un grupo de individuos u objetos, sean alturas y pesos de estudiantes de una universidad o tuercas defectuosas producidas en una fábrica, suele ser imposible o nada práctico observar todo el grupo, en especial si es muy grande. Una población puede ser finita o infinita. Por ejemplo, la población consistente en todas las tuercas producidas por una fábrica un cierto día es finita, mientras que la determinada por todos los posibles resultados (caras, cruces) de sucesivas tiradas de una moneda, es infinita.



Si una muestra es representativa de una población, es posible inferir importantes conclusiones sobre las poblaciones a partir del análisis de la muestra.

Tipos de muestreo:

Muestra aleatoria o probabilística: Consiste en extraer una parte de un universo, de tal manera que todas las muestras posibles de tamaño fijo tengan la misma probabilidad de ser seleccionada.

Puede ser un muestreo aleatorio con remplazo o reposición (aleatorio simple) una vez que un elemento es seleccionado y cuantificadas las características del objeto de estudio, vuelve a formar parte de la población y en consecuencia puede volver a ser elegida. Puede ser un muestreo aleatorio sin reemplazamiento si el elemento no vuelve a formar parte de la población es un muestreo sin reposición o sin remplazo.

Muestreo por conglomerado: Un conglomerado se da cuando existe una asociación artificial o una unión entre los individuos que conforman una población. De ahí que se usa este tipo de muestra cuando no se dispone de una lista detallada y enumerada de cada una de las unidades que forman el universo.

Muestreo estratificado: Consiste en dividir a la población en estratos o grupos homogéneos internamente y lo más heterogéneos externamente entre sí, de cada estrato se selecciona un número de elementos proporcional al tamaño del estrato según algún otro criterio (nivel económico, cultural, etc.). Con el fin de obtener representatividad de los distintos estratos que componen la población.

Muestreo sistemático: En este caso se divide a la población en subconjuntos de tamaño (entra la fórmula), a continuación, se toma al azar un elemento del primer grupo que ocupa el lugar k y el resto de los elementos de la muestra ocupan los lugares.

Tamaño de la muestra: El proceso para obtener una muestra debe ser: el más económico, el más rápido y el que asegure ser representativo de toda la población.

Al seleccionar una muestra debemos especificar claramente:

-  El método de selección de los individuos de la población y el tipo de muestras que se va a aplicar.
-  Tamaño de la muestra.
-  El grado de fiabilidad de las conclusiones que pensamos obtener.
-  Las características de la población respecto a su grado de homogeneidad o deheterogeneidad respecto a la variable que se está analizando.

Fracción de muestreo: Es el cociente que resulta de dividir el tamaño de la muestra y el tamaño de la población (n/N). Si se multiplica por cien representa el porcentaje de la población que representa la muestra.

Factor de elevación: Es el cociente entre el tamaño de la población y la muestra (N/n). Representa el número de elementos que hay en la población por cada elemento de la muestra.

Cálculo del Tamaño Muestral Vélez (2001)

Cada estudio tiene un tamaño muestral idóneo, que permite comprobar lo que se pretende con la seguridad y precisión fijadas por el investigador ¿De qué depende el tamaño muestral?

Variabilidad del parámetro a estimar: Datos previos, estudios pilotos.

Habitualmente 95% o 99%. Probabilidad complementaria al error admitido (α) Precisión: Amplitud del intervalo de confianza Nivel de confianza ($1 - \alpha$):





Cálculo del Tamaño de la Muestra

Tamaño de la muestra para la población infinita o desconocida:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{i^2}$$

Tamaño de la muestra para la población finita y conocida:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2(N-1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n: tamaño muestral

N: tamaño de la población

z: valor correspondiente a la distribución de gauss, $z_{\alpha=0.05} = 1.96$ y

$z_{\alpha=0.01} = 2.58$

p: prevalencia esperada del parámetro a evaluar, en caso de desconocerse (p = 0.5), que hace mayor el tamaño muestral

q: 1 – p (si p = 70 %, q = 30 %)

i: error que se prevé cometer si es del 10 %, i = 0.1

Murray y Larry (2005)

Esta información será de utilidad para poder definir cuantas encuestas se aplicarán y al público al que va dirigido el proyecto.

Es importante resaltar que se debe definir un tipo de muestreo (Encuestas, cuestionarios o entrevistas para verificar la viabilidad del proyecto).

De acuerdo a los resultados obtenidos se debe explicar a los alumnos que deben realizar gráficas para mostrar la información recopilada.



Para aprender más

PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

LA PUBLICIDAD, utilización de los medios pagados por un vendedor para informar, convencer y recordar a los consumidores un producto u organización, es una poderosa herramienta de promoción. Los mercadólogos estadounidenses gastan más de \$109 mil millones anuales en publicidad, la cual puede ser muy variada y tener diferentes usos. La toma de decisiones sobre publicidad es un proceso constituido por cinco pasos:

-  •Determinación de objetivos
-  •Decisiones sobre el presupuesto
-  •Adopción del mensaje
-  •Decisiones sobre los medios que se utilizarán,
-  •Evaluación.

Los anunciantes deben tener muy claros sus objetivos sobre lo que debe hacer la publicidad: informar, convencer o recordar.

El presupuesto puede determinarse según lo que puede gastarse, en un porcentaje de las ventas, en lo que gasta la competencia, o en los objetivos y tareas. La decisión sobre el mensaje exige que se seleccione quién lo redactará; que se evalúe su trabajo y se lleve a cabo de manera efectiva. Al decidir sobre los medios, se deben definir los objetivos de alcance, frecuencia e impacto; elegir los mejores tipos, seleccionar los vehículos y programarlos. Por último, será necesario evaluar los efectos en la comunicación y las ventas antes durante y después de hacer la campaña de publicidad.



LA PROMOCIÓN DE VENTAS cubre una amplia variedad de incentivos para el corto plazo - cupones, premios, concursos, descuentos- cuyo fin es estimular a los consumidores, al comercio y a los vendedores de la propia compañía.

El gasto en la promoción de ventas ha aumentado más rápidamente que el de publicidad en los últimos años. La promoción de ventas exige que se fijen unos objetivos, se seleccionen las herramientas, se desarrolle y pruebe el programa antes de instrumentarlo, y se evalúen sus resultados.

Tipos:

Promoción de consumo. Ventas promocionales para estimular las adquisiciones de los consumidores.

Instrumentos de promoción de consumo:

- ✓ Muestras: Obsequio de una pequeña cantidad de un producto para que los consumidores lo prueben.
- ✓ Cupones: certificados que se traducen en ahorros para el comprador de determinados productos.
- ✓ Devolución de efectivo (o rebajas): Devolución de una parte del precio de compra de un producto al consumidor que envíe una 'prueba de compra' al fabricante.
- ✓ Paquetes promocionales (o descuentos): Precios rebajados directamente por el fabricante en la etiqueta o el paquete.
- ✓ Premios: Productos gratuitos o que se ofrecen a bajo costo como incentivo para la adquisición de algún producto.
- ✓ Recompensas para los clientes: Recompensas en efectivo o de otro tipo por el uso regular de los productos o servicios de alguna compañía.
- ✓ Promociones en el punto de venta (ppv): Exhibiciones o demostraciones en el punto de venta o compra.
- ✓ Concursos, rifas y juegos:
- ✓ Eventos promocionales que dan al consumidor la oportunidad de ganar algo



por suene o con un esfuerzo extra.

- ✓ Promoción Comercial. - promoción de ventas para conseguir el apoyo del revendedor y mejorar sus esfuerzos por vender.
- ✓ Promoción para la fuerza de ventas. - promoción de ventas concebidas para motivar a la fuerza de ventas y conseguir que los esfuerzos de ventas del grupo resulten más eficaces.
- ✓ Promoción para establecer una franquicia con el consumidor. - promoción de ventas que promueven el posicionamiento del producto e incluyen un mensaje de venta en el trato.

Slogan:

¿Qué es un eslogan?⁶

La mayoría de los consumidores recordamos un anuncio por sus imágenes, por lamúsica que lo acompaña o bien por una frase original y fácil de recordar.

El eslogan es una frase que sirve para fijar, ampliar o resumir el mensaje que se da en el anuncio. Para que el eslogan funcione ha de ser:

-  Breve
-  Ofrecer mucha información en poco tiempo
-  Fácil de recordar
-  Capaz de llamar la atención, persuadir y convencer al receptor

Ejemplos:

Nokia: **“Connecting people”** Apple **“Think different”**



⁶ Fuente: <https://www.merca20.com/5-ejemplos-de-slogan-que-describen-el-producto/>



Para aprender más

Actividad en equipo desarrolla tu propio Slogan con base a la información anterior, recuerda que debe ser original y no cometer plagio.

Logotipo:

El logotipo es un distintivo visual que identifica a una empresa, institución, marca o producto. El logotipo es una parte esencial en la formación de la imagen corporativa junto con los nombres comerciales y el eslogan. En el diseño de un logotipo exitoso se deben observar cinco puntos esenciales: que sea legible, impactante ((memorable), escalable, reproducible y distinguible. Además, se debe hacer un correcto uso de los colores, formas y semiótica en el diseño del logo para lograr que su sola imagen transmita el mensaje deseado (fortaleza, alta tecnología, seguridad, etc.)⁷



Ejercitando mi habilidad.

Actividad con ayuda de una herramienta tecnológica, (Software, App.) diseña el logotipo de tu proyecto, recuerda que debe ser una idea original para no cometer plagio.

⁷ Fuente: <https://headways.com.mx/glosario-mercadotecnia/palabra/logotipo/>



Para aprender más

ANÁLISIS FINANCIERO

Determinación de costos reales

COSTOS REALES.

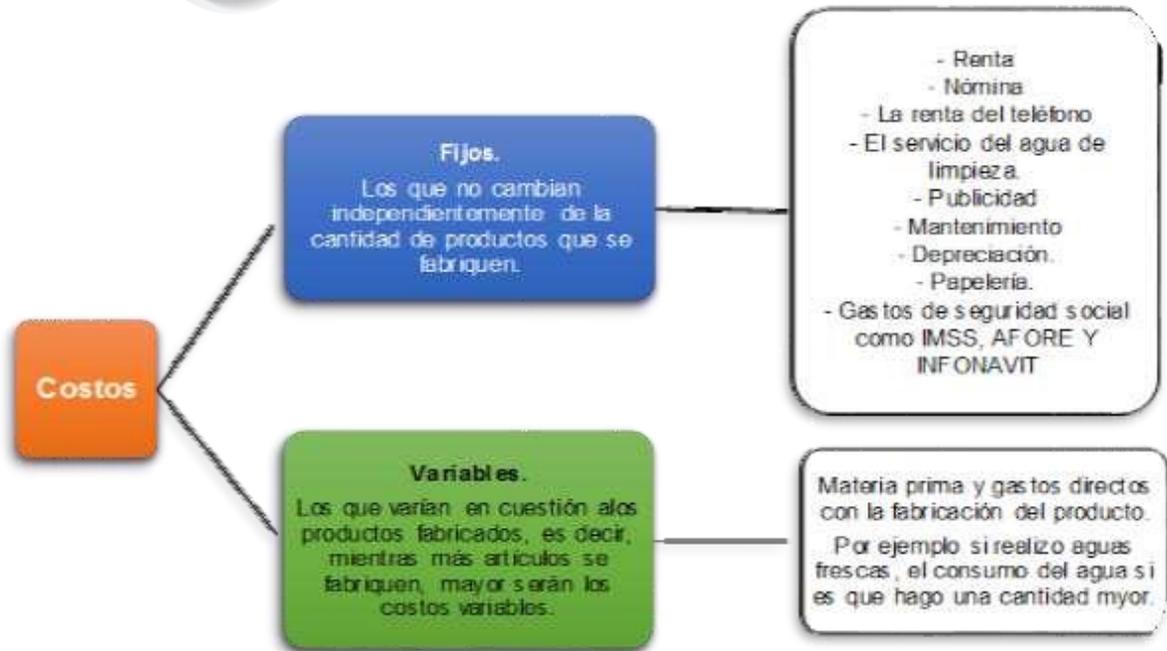
Costo.

El costo o coste **es el gasto económico** que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio.

El costo de un producto está formado por el precio de la materia prima, el precio de la mano de obra directa empleada en su producción, el precio de la mano de obra indirecta empleada para el funcionamiento de la empresa y el costo de amortización de la maquinaria y de los edificios.

Los especialistas afirman que muchos empresarios suelen establecer sus precios de venta en base a los precios de los competidores, sin antes determinar si éstos alcanzan a cubrir sus propios costos. Por eso, una gran cantidad de negocios no prosperan ya que no obtienen la rentabilidad necesaria para su funcionamiento. Esto refleja que el cálculo de los costos es indispensable para una correcta gestión empresarial.





Costos fijos (CF):

Son aquellos que dentro de una determinada estructura de producción y para un periodo de tiempo fijado permanecen invariables respecto al volumen de producción (volumen producido). Ejemplo: amortización de la maquinaria, un alquiler, el seguro, vigilante nocturno.

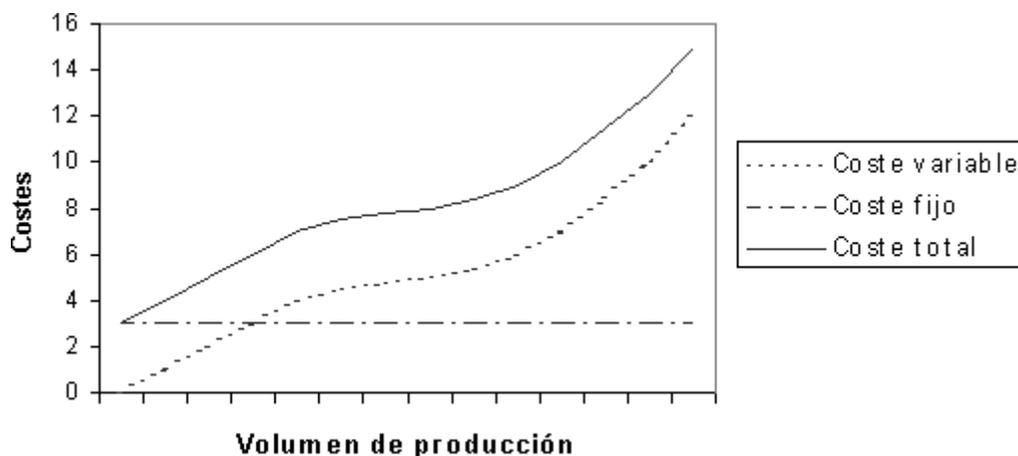
Costos variables (CV):

Es el equivalente monetario de los consumos de factores que varían en función del volumen producido o del tiempo de transformación. Ejemplo: consumo de agua, luz y/o teléfono, MP, MO (siempre que se pague en función de las horas trabajadas).

El costo total (CT).

Es el equivalente monetario de todos los factores consumidos en la obtención del bien o servicio, es decir, es la suma de los costos fijos y los variables:

$$CT = CF + CV$$



DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN INICIAL

La inversión indica el monto y la forma en que se estructura el capital para la propuesta en marca de la empresa y el desarrollo de la actividad para alcanzar la rentabilidad.

En el plan de inversión es el momento de analizar qué inversiones son imprescindibles, cuales son superfluas o susceptibles a aplazamiento, siempre teniendo en cuenta los objetivos alcanzar con ello la inversión mínima para que el negocio sea operativo.

Para ello es necesario considerar varios usos del capital de inversión:

- **Bienes tangibles o activo fijo:** tal como maquinaria, instalaciones, locales u oficinas, elementos de transporte, equipamiento informativo, etc.
- **Bienes intangibles o activo intangible:** como gastos de construcción y primer establecimiento, finanzas, patentes.
 - **Fondo de trabajo:** Capital necesario para el desenvolvimiento del día a día, como: sueldos, impuestos, seguridad social, pago a proveedores, alquileres, gastos de consumo (luz, agua, telefonía y comunicaciones). Determinación del costo de venta.



COSTO DE LO VENDIDO

Se obtiene sumando el inventario inicial el valor de las compras netas y restando de la suma total que se obtenga el valor del inventario final.

Inventario inicial + compras netas = total de mercancías – inventario final = costo de lo vendido.

Para efectos prácticos del desarrollo del Plan de Negocios se considerará para el ejercicio inicial la compra de materia prima, incluyendo el costo de la etiqueta y el empaque.

Determinación del precio de venta

El precio de venta es el valor de los productos o servicios que se venden a los clientes.

La determinación de este valor, es una de las decisiones estratégicas más importantes ya que, el precio, es uno de los elementos que los consumidores tienen en cuenta a la hora de comprar lo que necesitan.

El cliente estará dispuesto a pagar por los bienes y servicios, lo que considera un precio "justo", es decir, aquel que sea equivalente al nivel de satisfacción de sus necesidades o deseos con la compra de dichos bienes o servicios.

Por otro lado, la empresa espera, a través del precio, cubrir los costos y obtener ganancias.

En la determinación del precio, es necesario tomar en cuenta los objetivos de la empresa y la expectativa del cliente.

Calculo del Precio de Venta

Precio de Venta = Costos Totales Unit.+ (Costos Totales Unit.) (% De Utilidad Deseado)

Costos Totales = Costos Fijos + Costos Variables

Costos Totales Unitarios = $\frac{\text{Costos Totales}}{\text{No de artículos producidos}}$

ESTADO DE RESULTADOS (UTILIDAD DEL EJERCICIO)

Documento contable que muestra el resultado de las operaciones (utilidad, pérdida, remanente, y excedente) de una entidad durante un periodo determinado.

Presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporcionan la utilidad neta de una empresa, generalmente acompaña a la hoja del balance general.

Estado que muestra la diferencia entre el total de los ingresos en sus diferentes modalidades; venta de bienes, servicios, cuotas y aportaciones y los egresos representados por costos de venta, costos de servicios prestaciones y otros gastos, así como productos de las entidades del sector paraestatal en un periodo determinado.





COSTO DE VENTA

Empty rounded rectangular box for notes or calculations related to the 'COSTO DE VENTA' section.

PRECIO DE VENTA

Empty rounded rectangular box for notes or calculations related to the 'PRECIO DE VENTA' section.

Punto de equilibrio

En equipo se utiliza el ejercicio punto de equilibrio y determina su inversión inicial.



PUNTO DE EQUILIBRIO.

Definición.

-  El punto de equilibrio, es aquel nivel de operaciones en el que los egresos son iguales en importe a sus correspondientes en gastos y costos.
-  También se puede decir que es el volumen mínimo de ventas que debe lograrse para comenzar a obtener utilidades.
-  Es la cifra de ventas que se requiere alcanzar para cubrir los gastos y costos de la empresa y en consecuencia no obtener ni utilidad ni pérdida.

Fórmula general

El Punto de Equilibrio es un método de análisis que es obtenido por medio de una serie de "Fórmulas **Matemáticas**", que van relacionadas una con otra. El PUNTO DE EQUILIBRIO se puede calcular tanto para unidades como para valores en dinero. Algebraicamente el punto de equilibrio para unidades se calcula así:



Fórmula (1)

PE = Punto de equilibrio. CFT = Costo Fijo Total

PVu = Precio de Venta Unitario CVu = Costo de Venta Unitario.

$$PE = \frac{CFT}{PVu - Cvu}$$

Fórmula para obtener el punto de equilibrio en unidades o productos.

Ejemplo:

$$CFT = 35,000$$

$$PVu = 250$$

$$CVu = 150$$

$$PE = \frac{35,000}{250 - 150} = 350 \text{ unidades o productos}$$

$$250 - 150$$

Fórmula para obtener Punto de Equilibrio en Dinero o en Pesos \$ para efectos de graficar, en donde:

PE = Punto de Equilibrio.

PVu = Precio de Venta Unitario.

Q = Volumen de unidades del punto de equilibrio

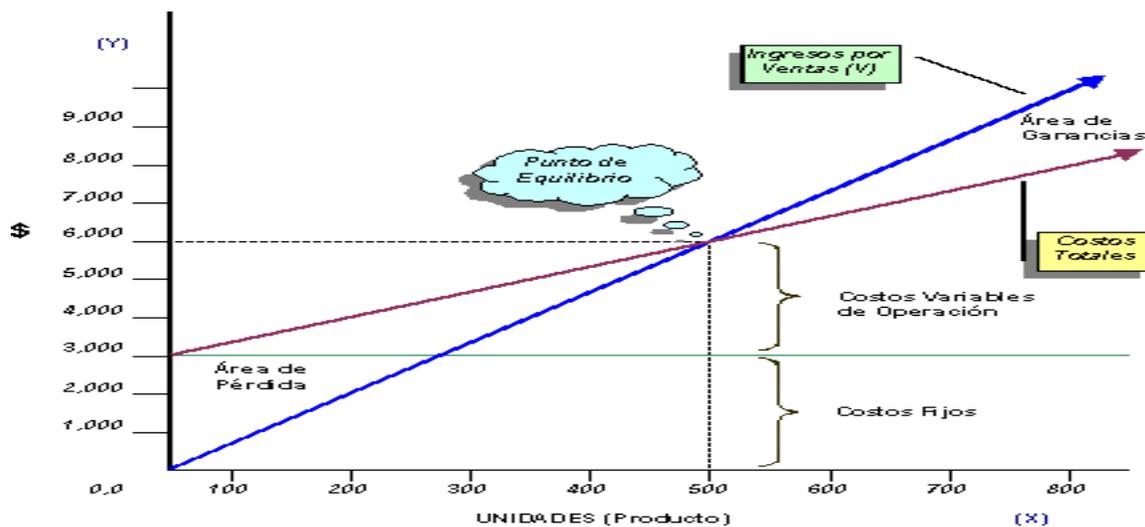
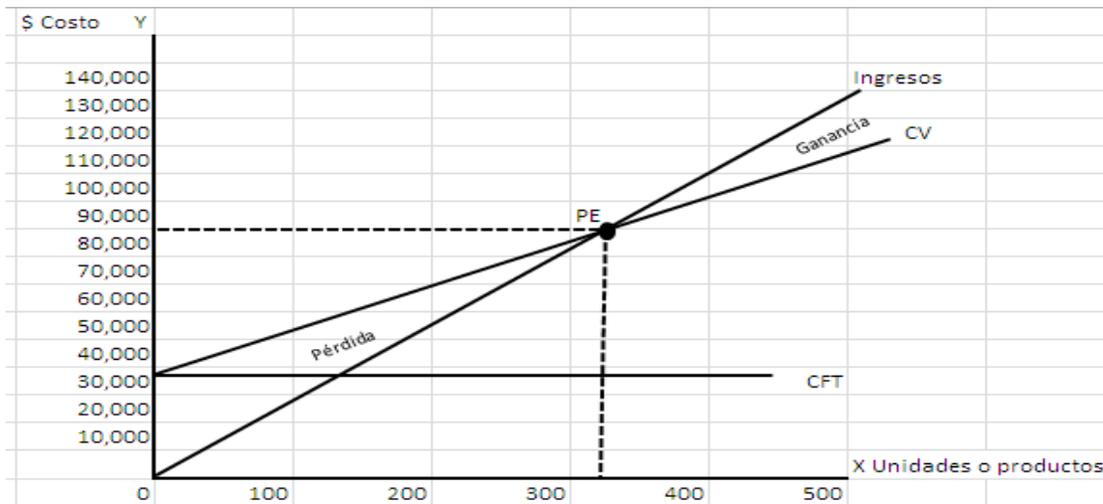
(resultado anterior). PE = PVu * Q

$$PE = 250 * 350 = \$87,500$$

O también se puede calcular para ventas de la siguiente manera: Fórmula (2)

$$PE_{ventas} = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

Donde CF = costos fijos; CVT = costo variable total; VT = ventas totales

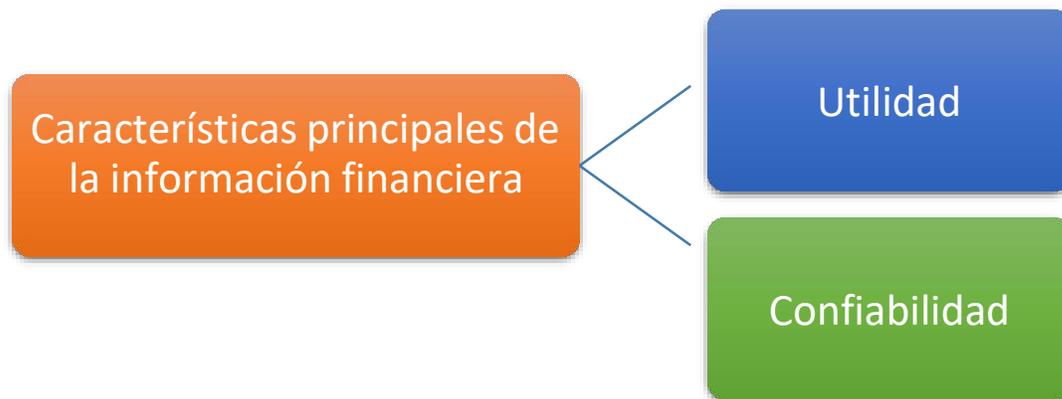




Introducción.

En la actualidad los dueños y gerentes de negocios necesitan tener información financiera actualizada **para tomar las decisiones** correspondientes sobre sus futuras operaciones. La información financiera de un negocio se encuentra registrada en las cuentas del mayor, mejor conocidas como registros de operaciones diarias. Sin embargo, las transacciones que ocurren durante el período o ejercicio fiscal (entiéndase que un ejercicio fiscal corresponde a un periodo de tiempo determinado, generalmente abarca del 01 de enero al 31 de diciembre) alteran los saldos de estas cuentas. Los cambios deben reportarse periódicamente en los estados financieros.

La contabilidad es una disciplina del conocimiento humano que **permite preparar información** de carácter general sobre la entidad económica y justamente esta información es mostrada por los estados financieros.



La utilidad, como característica de la información financiera, es la cualidad de adecuar ésta al propósito de los **usuarios**, entre los que se encuentran los accionistas, los inversionistas, los trabajadores, los proveedores, los acreedores, el gobierno y, en general, la sociedad.

a). **BALANCE GENERAL O ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA.**

Definición:

Documento contable que refleja la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, es decir, indica la fecha a la cual se toma la información contable, por ejemplo: al 31 de diciembre; es un informe financiero contable que refleja la situación en un momento determinado.

A una fecha determinada:	Al 31 de diciembre de 2019.
--------------------------	-----------------------------

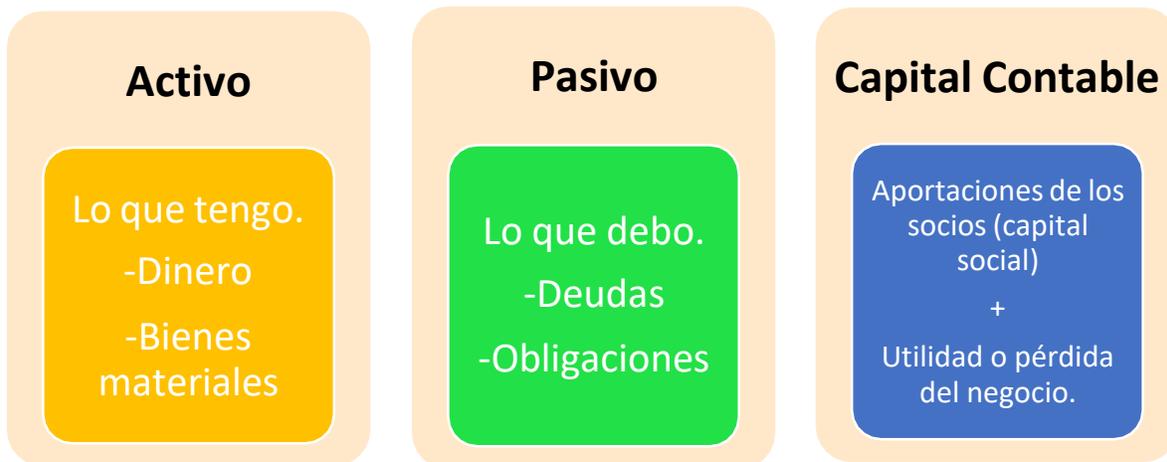
- Se estructura a través de tres conceptos patrimoniales, el activo, el pasivo y el capital contable o patrimonio neto, desarrollados cada uno de ellos en grupos de cuentas que representan los diferentes elementos patrimoniales.



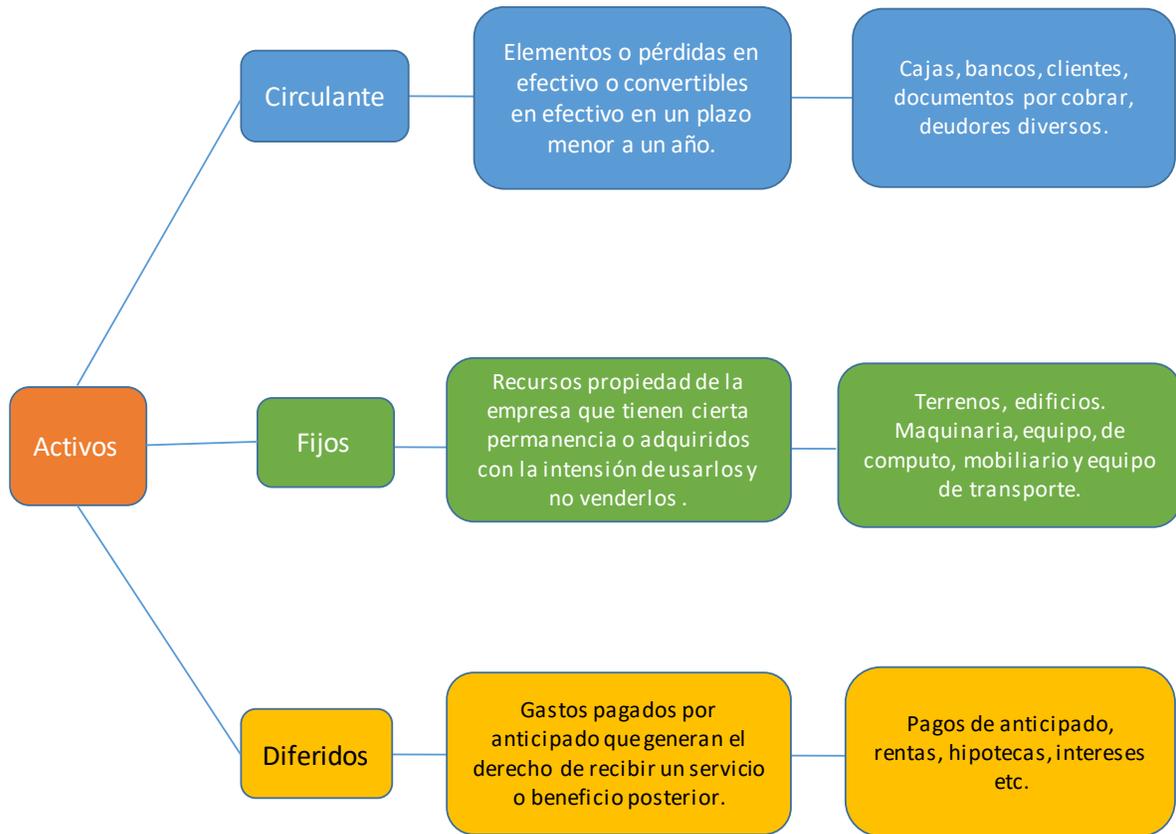
EMPRENDEDURISMO
Cuaderno de Trabajo Cuarto Semestre

Empresa X, S.A. de C.V.		
Balance General al 30 de junio de 2014.		
	<input type="checkbox"/>	
ACTIVO	<input type="checkbox"/>	PASIVO
Circulante	<input type="checkbox"/>	Circulante
	<input type="checkbox"/>	
Fijo	<input type="checkbox"/>	Fijo
	<input type="checkbox"/>	
Diferido	<input type="checkbox"/>	Diferido
	<input type="checkbox"/>	
	<input type="checkbox"/>	CAPITAL CONTABLE
	<input type="checkbox"/>	
Firma (elabora)		Firma (revisa)

El activo incluye todas aquellas cuentas que reflejan los valores de los que dispone la entidad. Todos los elementos del activo son susceptibles de traer dinero a la empresa en el futuro, bien sea mediante su uso, su venta o su cambio. Por el contrario, el pasivo: muestra todas las obligaciones ciertas del ente y las contingencias que deben registrarse. Estas obligaciones son, naturalmente, económicas: préstamos, compras con pago diferido, etc.



Clasificación del Activo:





Clasificación de Pasivo

Ejemplo de un Balance General.

Empresa "X", S.A. de C.V.					
Balance General al ____ de ____ de ____.					
ACTIVO			PASIVO		
Activo Circulante			Pasivo Circulante		
Caja	10,000		Documentos por pagar a corto plazo	8,000	
Bancos	15,000		Proveedores	15,000	
Clientes	3,000		Acreedores Diversos.	9,000	
Deudores Diversos	500				32,000
		28,500	Pasivo Fijo		
Activo Fijo			Documentos por pagar a largo plazo	200,000	
Terrenos	90,000				200,000
Edificios	400,000		Pasivo Diferido		
Maquinaria	20,000		Cobros por anticipado	10,000	
Mobiliario	10,000				10,000
Equipo cómputo	15,000		TOTAL PASIVO		
Equipo de transporte	180,000				242,000
		715,000	CAPITAL CONTABLE		
Activo Diferido.			Capital social	100,000	
Pagos por anticipado	1,000		Utilidad/Pérdida Neta del Ejercicio	402,500	
		1,000	TOTAL CAPITAL CONTABLE		
					502,500
TOTAL DE ACTIVO					
		744,500			
Firma de quien lo elabora			Firma de quien lo revisa		
(A) Activo= (P) Pasivo + (CC) Capital Contable					
744,500=242,000+502,500					
744,500=744,500					
Si la fórmula anterior te da cantidades iguales					
significa que todo el procedimiento está correcto					



Ejercitando mi habilidad.

Actividad para el alumno:

Alumno: _____ Grado y grupo: _____

Materia: Proyecto de Empresa.
Tema: Control Administrativo, Contable y Financiero.
Subtema: Principales Estados Financieros (Balance General y Estado de Resultados).

Instrucciones: De manera individual colocar las cuentas del Balance General en el área que le corresponda, según lo visto con anterioridad.

Una vez que hayas colocado las cuentas, cotejarla con un compañero de trabajo a fin de unificar criterios y reafirmar el trabajo colaborativo.

Cuentas de Balance: Documentos por pagar a corto plazo, documentos por pagar a largo plazo, clientes, mobiliario, bancos, proveedores, equipo de cómputo, deudores diversos, caja, acreedores diversos, capital social, terrenos, equipo de transporte, pagos por anticipado, cobros por anticipados.



Empresa X, S.A. de C.V.	
Balance General al _____ de _____ de 20_____	
ACTIVO	PASIVO
Circulante	Circulante
	Fijo
	Diferido
Fijo	
	CAPITAL CONTABLE
Diferido	

ESTADO DE RESULTADOS.

Definiciones:

- En contabilidad, el **estado de resultados, estado de rendimiento económico o estado de pérdidas y ganancias**, es un Estado Financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio (generalmente es un año completo) durante un periodo determinado.
- Documento contable que refleja la utilidad o ganancia de una empresa, o en su caso la pérdida que pudiera tener en un periodo determinado, es decir, indica una fecha de inicio y una de término.
- Documento contable que muestra el resultado de las operaciones (utilidad, pérdida remanente y excedente) de una entidad durante un periodo determinado.



Representa la situación financiera de una empresa en un **periodo determinado**, es decir indica el inicio de inicio y término de la información por ejemplo del 01 de enero al 31 de diciembre y toma como parámetro los ingresos, compras y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa o en su defecto la pérdida neta del ejercicio, tanto antes como después de impuestos.

En un periodo determinado:

Del 01 de enero al 31 de diciembre de 2019.

Los impuestos más comúnmente usados dentro del Estado de Resultados son:

a). - ISR --- Impuesto Sobre la Renta.

b). - PTU --- Participación de los Trabajadores en las Utilidades de las Empresas.

ISR es un impuesto que grava el gobierno por los ingresos de las personas, empresas, u otras entidades legales.

PTU. Base Constitucional.

Nuestra Ley Fundamental, establece en la fracción IX del apartado A del artículo 123, un derecho de los trabajadores a participar de las Utilidades de las Empresas, partiendo del supuesto que las empresas generan utilidades y que por consecuencia es justo que los trabajadores participen de las mismas. Para tal efecto, nuestra Constitución, establece las siguientes bases en lo que a la Participación de los Trabajadores (P.T.U.) en las Utilidades se refiere a que una Comisión Nacional, integrada con representantes de los trabajadores, de los patronos y del gobierno, fijará el porcentaje de utilidades que deba repartirse entre los trabajadores. **(10% sobre la base repartible).**

Nota: Recuerda que dentro del Estado de Resultados se encuentra el Costo de lo Vendido, que no es más que la suma de los inventarios iniciales más las compras netas, menos los inventarios finales.



Costo de lo vendido o Costo de la Mercancía Vendida = o Costo de venta.	Inventario inicial <u>(+) Compras Netas</u> = Suma o total disponible de mercancías <u>(-) Inventario final</u> =Costo de lo Vendido
---	--

Ejemplo del costo de lo vendido.

Problema: Un buen día la Sra. Rosita Rosas Blancas necesitaba dinero, pero no tenía tiempo para trabajar ya que era una estudiante modelo, ayudaba en su casa con el quehacer, era voluntaria en el DIF para cuidar niños, tomaba clases de inglés y quería entrar en una banda musical, así que como verás estaba escasa de tiempo, de pronto se le ocurrió organizar un bazar de cosas que ya no usaba o no necesitara y se fue directo a su guardarropa pues tenía bastante ropa que no utilizaba, pero la pregunta era ¿Cuánto vale mi ropa?, que costo tiene si contaba con ropa usada (inventario inicial) en un aproximado de \$2,000.00, ropa nueva que acababa de adquirir (compras) en un aproximado de \$3,500.00 y la ropa con que ya no encontraba (inventario final), ya sea porque la presto a sus hermanas o porque estaba en mal estado, que eran como \$1,750.00

¿Le pudieras ayudar a ver el costo de su guardarropa para que ella pueda elegir, hasta dónde puede sacar ropa y si la vende en el bazar, a cuánto puede venderla?



¿Qué Aprendí?

Materia: Proyecto de Empresa.	
Tema: Control Administrativo, Contable y Financiero.	
Subtema: Principales Estados Financieros (Balance General y Estado de Resultados).	
Alumno: _____	Grado y grupo: _____
Problema de Costo de lo Vendido.	

Ejemplo de un Estado de Resultados:

Empresa "X", S.A. de C.V.			
Estado de Resultados del ___ al ___ de _____ de _____.			
Ventas Totales	<input type="checkbox"/>	800,000	
(-) Descuentos sobre venta		-	
(-) Devoluciones sobre venta	<input type="checkbox"/>	-	
(=)VENTAS NETAS	<input type="checkbox"/>		800,000
Inventario Inicial		80,000	
(+) Compras Netas	<input type="checkbox"/>	250,000	
(=) Disponible en Mercancías.		330,000	
(-) Inventario Final	<input type="checkbox"/>	50,000	
(-)COSTO DE LO VENDIDO.			280,000
(=)UTILIDAD BRUTA	<input type="checkbox"/>		520,000
GASTOS DE OPERACIÓN			
(-) Gastos Generales (servicios como: Luz, agua, sueldos, renta del local, teléfono, etc.)	<input type="checkbox"/>		80,000
(=)UTILIDAD DE OPERACIÓN.			440,000
(+/-) Otros gastos y productos	<input type="checkbox"/>		0
(=)UTILIDAD ANTES DE ISR Y PTU			440,000
(-) ISR Impuesto Sobre la Renta		7,500	
(-) PTU Participación de los Trabajadores en las Utilidades de las empresas.		30,000	37,500
(=)UTILIDAD/PÉRDIDA NETA DEL EJERCICIO.			402,500
Firma de quien lo elabora	Firma de quien lo revisa		



Rescatando mis Aprendizajes

Actividad para el alumno:

EMPRENDEDURISMO

Tema: Control Administrativo, Contable y Financiero.

Subtema: Principales Estados Financieros (Balance General y Estado de Resultados).

Alumno: _____ Grado y grupo: _____

Instrucciones: De manera individual colocar las cuentas del Estado de Resultados en el área que le corresponda, según lo visto con anterioridad.

Una vez que hayas colocado las cuentas, cotejarla con un compañero de trabajo a fin de unificar criterios y reafirmar el trabajo colaborativo.

Cuentas de Resultados: compras netas, ventas totales, inventario inicial, descuentos sobre venta, ISR, inventario final, otros gastos y productos, PTU, devoluciones sobre venta, servicios o gastos generales.



EMPRENDEDURISMO

Cuaderno de Trabajo Cuarto Semestre

Empresa X, S.A. de C.V

Estado de Resultados del ____ al ____ de ____ de 20 ____

Ventas Netas

Costo de lo vendido

UTILIDA BRUTA

Gastos de operación

UTILIDAD DE OPERACIÓN

UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS

UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO.



Para aprender más

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO (EFE).

Flujo: Significa movimiento o circulación de cierta variable en el interior del sistema económico. Es aquél que, en forma anticipada, **muestra las salidas y entradas en efectivo** que se darán en una empresa durante un periodo determinado. Tal periodo normalmente se divide en trimestres, meses o semanas, **para detectar el monto y duración de los faltantes o sobrantes de efectivo.**

Se entiende por EFE al estado financiero básico que muestra los cambios en la situación financiera a través del efectivo y equivalente de efectivo (dinero o lo que representa dinero) de la empresa de acuerdo con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (PCGA) (llamados así con anterioridad), es decir, de conformidad con las Normas de Información Financieras (NIFs).

El EFE ofrece al empresario la posibilidad de conocer y resumir los resultados de las actividades financieras de la empresa o movimientos de dinero en un período determinado y poder inferir las razones de los cambios en su situación financiera, constituyendo una importante ayuda en la administración del efectivo, el control del capital y en la utilización eficiente de los recursos en el futuro.

Empresa X, S.A. de C.V. Estado de Flujo de Efectivo. Dinero en efectivo o en caja

+Dinero en bancos

= Total del efectivo

Efectivo estimado por venta de mercancías

+Clientes

+Otros



= Total de cuentas por cobrar

=Suma de total de efectivo + total de cuentas por cobrar

-Desembolsos totales por mes

=Flujo de efectivo total en bancos y caja chica.⁸



¿Qué Aprendí?

Práctica de un ejercicio completo.

Los siguientes ejercicios están desarrollados de la manera más práctica y sencilla posible a fin que solo se sigan los pasos establecidos para poder realizar los Estados Financieros principales, los cuales son el Estado de Resultados y el Balance General, cabe señalar que dependiendo de cada proyecto de empresa, los conceptos, cantidades o cuentas pueden variar.

Primero se debe de determinar los costos fijos, costos variables, costo total y precio de venta.

Costos Fijos	Costos Variables	Costo Total
Total	Total	Total

Precio de venta= Costo total + Porcentaje de utilidad esperada.

1).- Precio de venta por el número de artículos que se espera vender en undeterminado periodo (días, semana, mes, año)

⁸ El saldo de este renglón será el considerado para el siguiente mes y así sucesivamente.



EMPRENDEDURISMO

Cuaderno de Trabajo Cuarto Semestre

Precio de venta	Artículos estimados a vender	Venta de mercancías
\$100.00	20	\$2,000.00

2).- Se determinaron con anterioridad las compras (adquisición de materia prima). Suponiendo que son \$800.00

3).- Se determinaron con anterioridad los gastos (servicios como luz, agua, sueldos, renta del local, etc.). Suponiendo que son \$500.00

4.- Se realizan los asientos de diario con las cantidades anteriores. (Cada docente determinara las cantidades según el proyecto a realizar).

Nota: En este ejemplo todos los movimientos son pagos con el dinero en efectivo de la empresa que se representa con la cuenta de caja.

Empresa X, S.A. de C.V.				
Asientos de diario del ____ al ____ de ____ del 2019.				
Fecha	Concepto	Parcial	Debe	Haber
día/mes/año	_____1_____			
	Caja		2,000.00	
	Venta de mercancías			2,000.00
día/mes/año	_____2_____			
	Compra de mercancías		800.00	
	Caja			800.00
día/mes/año	_____3_____			
	Gastos o servicios		500.00	
	Caja			500.00

5.- Se realizan los esquemas de mayor con las cantidades de los asientos de diario.

Nota: Las cantidades del registro número 1 (1) se anotan en cada esquema y con un paréntesis (1) se indica que la cantidad corresponde a éste registro lo mismo con el segundo y tercer registro.



EMPRENDEDURISMO

Cuaderno de Trabajo Cuarto Semestre

Empresa X, S.A. de C.V.				
Asientos de diario del ____ al ____ de ____ de 20 ____				
Caja			Venta de Mercancías	
(1)2,000.00	800.00(2)			2,000.00 (1)
	500.00(3)			
2,000.00	1,300.00			
700.00				
Resta entre los 2000 - 1300				
Compra de Mercancías			Gastos	
(2)800.00			(3)500.00	

6.- Con los saldos (cantidades restantes) se realizan los Estados Financieros, el primero a realizar es el Estado de Resultados, ya que es justamente de este resultado (utilidad o pérdida) la cantidad que se toma para completar el Balance General.

Nota: Hay varias cuentas que no llevan cantidad alguna, esto se debe a que no aparecen en los esquemas de mayor, en caso de que tu empresa tenga alguno de estos conceptos, se requiere que previamente se registre en los asientos de diario y es que más de mayor.



EMPRENDEDURISMO

Cuaderno de Trabajo Cuarto Semestre

Empresa "X", S.A. de C.V.			
Estado de Resultados del ____ al ____ de ____ de ____.			
	Ventas Totales	<input type="text"/>	2,000.00
(-)	Descuentos sobre venta		-
(-)	Devoluciones sobre venta	<input type="text"/>	-
(=)	VENTAS NETAS	<input type="text"/>	2,000.00
	Inventario Inicial		-
(+)	Compras Netas	<input type="text"/>	800.00
(=)	Disponible en Mercancías.		800.00
(-)	Inventario Final	<input type="text"/>	-
	(-)COSTO DE LO VENDIDO.		800.00
(=)	UTILIDAD BRUTA	<input type="text"/>	1,200.00
	GASTOS DE OPERACIÓN		
(-)	Gastos Generales (servicios)	<input type="text"/>	500.00
(=)	UTILIDAD DE OPERACIÓN.		700.00
(+ /-)	Otros gastos y productos	<input type="text"/>	-
(=)	UTILIDAD ANTES DE ISR Y PTU		700.00
(-)	Impuesto Sobre la Renta		-
(-)	Participación de los Trabajadores en las Utilidades de las empresas.	<input type="text"/>	-
(=)	UTILIDAD/PÉRDIDA NETA DEL EJERCICIO.		700.00
		<input type="text"/>	
	Firma de quien lo elabora		Firma de quien lo revisa
		<input type="text"/>	



7.- Ahora se realiza el Balance General, recuerda que, si ya utilizaste una cantidad para el Estado de Resultados, ya no se toma para el Balance General, cabe señalar que dependiendo de cada proyecto de empresa se pueden anotar más cantidades y otros conceptos, para lo cual se recomienda tomar en cuenta la siguiente bibliografía: Lara Flores, Elías, Primer Curso de Contabilidad.

Recuerda que las cantidades se toman de los esquemas de mayor, en este caso solo nos falta por anotar la cantidad de la cuenta de caja, toma en cuenta que la utilidad la tomamos del Estado de Resultados.



EMPRENDEDURISMO

Cuaderno de Trabajo Cuarto Semestre

Empresa "X", S.A. de C.V.						
Balance General al ____ de _____ de _____.						
ACTIVO				PASIVO		
Activo Circulante				Pasivo Circulante		
Caja	700			Documentos por pagar a cortoplazo	0	
Bancos	0			Proveedores	0	
Clientes	0			Acreedores Diversos.	0	
Deudores Diversos	0					0
		700		Pasivo Fijo		
Activo Fijo				Documentos por pagar a largoplazo	0	
Terrenos	0					0
Edificios	0			Pasivo Diferido		
Maquinaria	0			Cobros por anticipado	0	
Mobiliario	0					0
Equipo cómputo	0			TOTAL PASIVO		0
Equipo de transporte	0					
		0		CAPITAL CONTABLE		
Activo Diferido.				Capital social	0	
Pagos por anticipado	0			Utilidad/Pérdida Neta del Ejercicio	700	
		0		TOTAL CAPITAL CONTABLE		700
TOTAL DE ACTIVO		700				
Firma de quien lo elabora				Firma de quien lo revisa		
Activo=Pasivo + Capital Contable						
700=0+700						
700=700						
Si la fórmula anterior te da cantidades iguales						
significa que todo el procedimiento está correcto						
(Asientos de diario, esquemas de mayor, Estado de Resultados y Balance General)						



UNIDAD III



Para aprender más

VENTAJAS, DESVENTAJAS Y DISTINGOS COMPETITIVOS

En equipo establecen las ventajas distingos competitivos.

Todos producto o servicio de una empresa debe ir encaminado a la satisfacción de una necesidad o a la solución de un problema de un segmento de mercado definido. Lo anterior es la base que fundamenta el posible éxito de una empresa, por lo que se deben establecer correcta y concretamente esos elementos de éxito. Si se cumple con ello, los productos y servicios de la empresa poseerán ciertas características particulares, definitivas, que lo diferenciarán de otros similares, presentes en el mercado. Existen dos términos encaminados a describir las características antes señaladas, éstos son:

1. Ventajas competitivas

Son peculiaridades del producto y/o servicio que lo hacen especial, lo cual garantiza su aceptación en el mercado; generalmente, estas características son aspectos que hacen únicos a los productos y/o servicios de la empresa, en comparación con otros que ya existen en el mercado. Algunos ejemplos de ventajas competitivas pueden ser: un nuevo saborizante para dulces, un sistema innovador de calentamiento automático de bebidas (café, té, chocolate, etc.) un nuevo servicio de comunicación vía buzón de voz etc. Como se puede observar, en este caso se trata de productos y/o servicios innovadores, con características excepcionales o fuera de lo ordinario, que los productos y/o servicios en el mercado no poseen aún.

EJEMPLO Para la empresa de “Postres mexicanos, producto: arroz con leche”.

- Es una nueva modalidad de un postre tradicional mexicano.
- Es un postre listo para comerse, ya sea frío o caliente.
- Es muy nutritivo, ya que está elaborado con arroz y leche (alto contenido proteínico).

2. Distingos competitivos

Son aspectos que forman parte de la estrategia de la empresa, que le dan imagen



a la misma y que inclinarían, en un momento dado, las preferencias del consumidor por los productos y/o servicios de la empresa que los presenta: normalmente, son elementos comunes que existen ya en el mercado, pero a los que se les dará especial atención, para que la empresa se distinga por poseerlos. Algunos ejemplos de distingos competitivos pueden ser: servicio postventa, sistema de distribución, garantía, etc.

EJEMPLO Para la empresa de “Postres mexicanos, producto: arroz con leche”.

- En el empaque proporcionar el número telefónico para cualquier tipo de queja, aclaración o recomendación.
- Evaluaciones periódicas para determinar el gusto del cliente.
- Alta calidad en el servicio.

Ahora en equipo base realizarán las ventajas y distingos competitivos de tu empresa:

VENTAJAS	DESVENTAJAS	DISTINGOS



DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE INNOVACIÓN DEL PROYECTO

Se refiere a la incorporación de tecnologías y/o estrategias novedosas para el éxito del producto o servicio en el mercado. Estas estrategias pueden ser: empaque, forma de promocionarse, ubicación geográfica, tipo de materiales, procesos innovadores, entre otros.

PROCESO DE ELABORACIÓN

Producción: es la transformación de insumos, a través de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores. Tales productos pueden ser bienes y servicios

Producto: es el resultado final de un proceso de producción, el cual puede ser un bien o servicio, que representa un satisfactor para el consumidor.

¿Qué tipo de producción y/o producto se realiza en tu empresa?

En una empresa es importante determinar el diagrama de flujo para la descripción del proceso de producción

El proceso de producción es el conjunto de actividades que se llevan a cabo para elaborar un producto o prestar un servicio. En él se conjuntan la maquinaria, la materia prima y el recurso humano necesarios para hacer realidad el proceso. El proceso de producción debe quedar establecido de manera clara, de modo que permita a los trabajadores obtener el producto deseado con uso eficiente de los recursos necesarios. Debe considerarse también que dicho proceso tendrá que evitar cualquier daño probable al medio o a la sociedad en general.

El proceso de producción se establece siguiendo el procedimiento que a continuación se describe:



- a) Determinar todas las actividades requeridas para producir un bien o prestar un servicio.
- b) Organizar las actividades de manera secuencial.
- c) Establecer los tiempos requeridos para llevar a cabo cada actividad.

La Figura 1 que se muestra el proceso de producción que utiliza la empresa Postres Mexicanos y la figura 2 el de la Republica

Indica el proceso de producción o de prestación de servicios de la empresa (Ejemplo de Postres Mexicanos).

Figura 1

La producción mensual de la empresa será de 30 000 unidades, debido a que la empresa funcionará cinco días a la semana la producción diaria será de 1 500 porciones individuales, elaborándose las mismas en lotes de 300 porciones cada uno.

Para una producción de 300 porciones:

1. Pesado y medición de arroz, la canela en raja, la leche descremada y el azúcar (10 min).
2. Cocción de arroz con agua y canela a 60°C en ollas de presión (20 min)
3. Incorporación de leche descremada y el azúcar (5 min)
4. Cocción a fuego lento, hasta que se evapore un 40% de leche, a una temperatura constante de 80°C (25 min).
5. Enfriar a temperatura ambiente (30 min).
6. Envasado (45 min)
7. Etiqueta (20 min).

Tiempo total del proceso de elaboración: 155 min (2 h 35 min)

Figura 2

Indica el proceso de producción o de presentación de servicios de la empresa (Ejemplo de la empresa la República).



Una vez definido el segmento de mercado se procede a concretar citas y visitar a los clientes potenciales. Después de esta entrevista, la secuencia de acciones es lasiguiente:

1. El departamento de operaciones hace una recomendación acerca de la composición más adecuada para el sitio del cliente (3 horas)
2. El departamento de Mercadotecnia incorpora en análisis y lo entrega al cliente (2horas)
3. El vendedor da seguimiento al cliente (tiempo variable)
4. Si el cliente acepta la propuesta, se cobra un anticipo de 50% (1 hora)
5. El centro de diseño procede a producir la página principal del sitio (1-24 horas)
6. Se presenta la página al cliente para que apruebe, modifique o rechace (2-24horas)
7. El centro de diseño hace los cambios correspondientes hasta que el cliente quede satisfecho (horas)
8. Se diseña el resto de la página (1 hora por página)
9. Se presenta un “demo” al cliente (4 horas)
10. Se espera la aprobación del cliente (8-16 horas)
11. Se da de alta en el servidor la nueva página (1-4 horas)
12. Se archiva la página (5-10 min)
13. Se cobra el 50% restante

DIAGRAMAS

Simulan la representación a través de formas y secuenciales la realización del producto o servicio

Diagrama de flujo del proceso (diagrama de producción)

Es una secuencia de operaciones expresada en forma gráfica. Es una forma de detallar y analizar el proceso de producción, mediante el uso de un diagrama de flujo con una simbología determinada.

Significado Definición

OPERACIÓN Cualquier actividad que de cómo resultado un cambio en un producto o algún componente del mismo.



INSPECCION Cualquier comparación o verificación de características contra estándares de calidad o cantidad establecidas.



TRANSPORTE Cualquier movimiento que no sea parte integral de una operación o inspección.



RETRASO Cualquier periodo en el que un componente del producto esté esperando para alguna operación inspección o transporte.

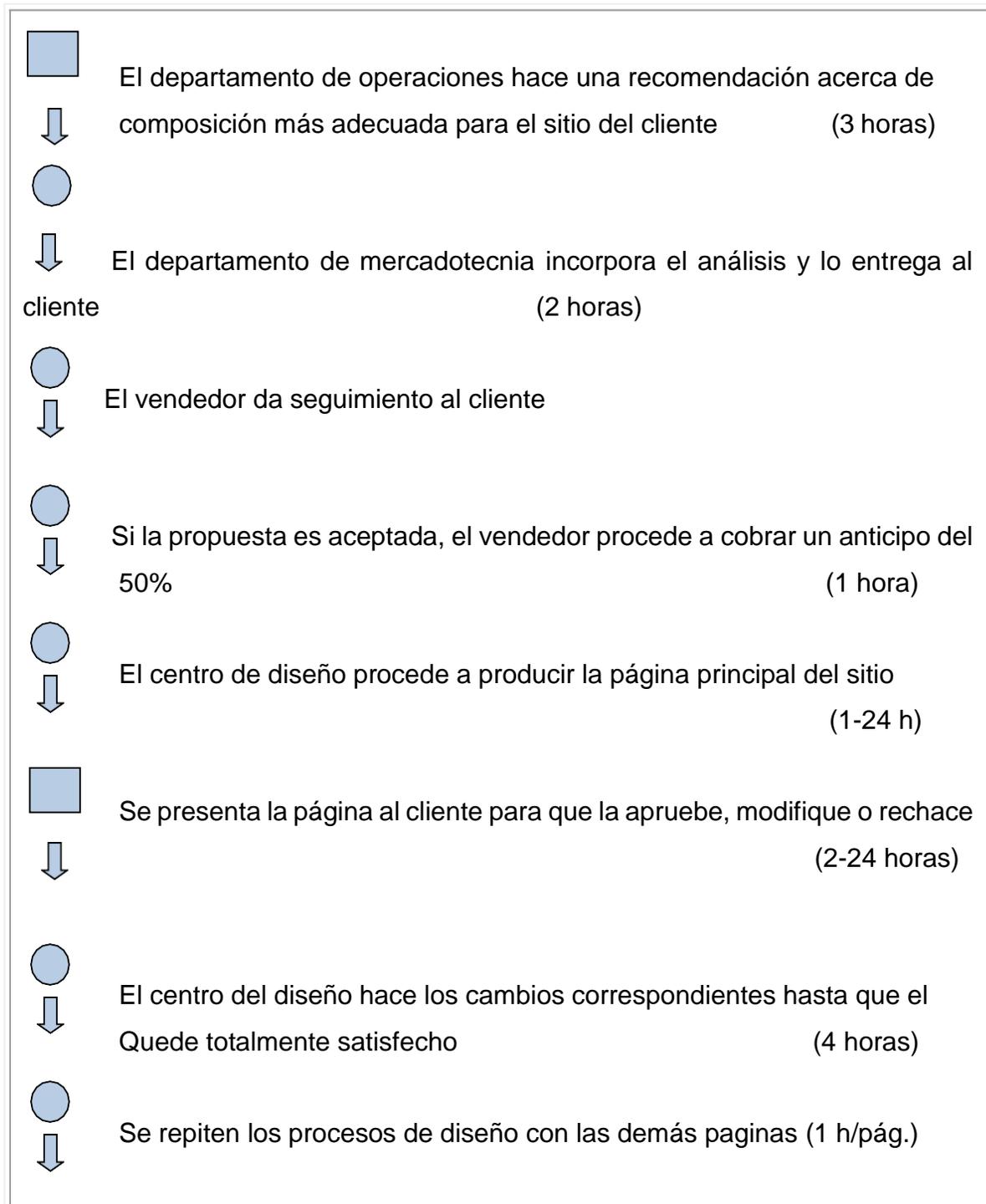


ALMACENAMIENTO Mantener un producto o materia prima en el almacén, hasta que se requiera para su uso o venta.

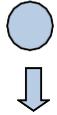


Figura 2

Muestra el diagrama de flujo utilizado para el diseño de cada sitio (puede haber más de uno por cliente).





-  Se vacía la información a la computadora y se le presenta un “demo” al cliente (4 hora)
-  Se espera la aprobación del cliente (8-16 h)
- 
-  Se da de alta en el servidor la nueva página (1-4 h)
- 
-  Se archiva la página para futuras modificaciones (5-10 min)
- 
- 
-  Se procede a cobra el 50% restante (1 hora)



Ejercitando mi habilidad.

Actividad diseña tu diagrama del proceso de tu producto basándote en los ejemplos

Características de la tecnología

Es importante determinar la tecnología disponible para elaborar el producto. Es necesario especificarla porque a través de ello es posible:

- Asegurar que se usara un nivel de tecnología apropiada al tipo de proyecto ya la región donde se piensa desarrollar
- Tener en mente todas las alternativas de tecnología, para considerarlas en la selección. Cuando se elige la tecnología, es necesario tomar en cuenta aspectos tales como:

Facilidad para adquirir la tecnología

Condiciones especiales para hacer uso de ella (pago de patentes, acuerdo, etc.)

Aspectos técnicos especiales de la tecnología, al aplicarla al proceso de producción (capacitación, equipo, instalaciones, etc.)

Posibilidades de copiado (si la tecnología es original, lo más conveniente es buscarlas formas de registro y protección legal).

A continuación, se ejemplifica la evaluación de la tecnología empleada por PostresMexicanos, figura 1, la figura 2 la tecnología de la empresa Republica

Figura 1

Menciona las características y especificaciones de la tecnología que utiliza, que utilizara para desarrollar el producto o servicio de su empresa

La tecnología necesaria es sencilla en cuanto a la producción de arroz con leche. En los casos de conservación y envasado no requerimos de tecnología muy avanzada; sin embargo, acudiremos a asesoría profesional en estas áreas. Respecto a la conservación y envasado, preguntaremos al doctor Ramiro Mendoza, catedrático del Departamento de Tecnología de Alimentos (ITESM, Campus, Monterrey), para obtener la información necesaria. En relación con el proceso del arroz con leche, se emplea una estufa con cuatro quemadores, ollas de aluminio inoxidable (de presión), cucharas, recipientes para medir volúmenes y una báscula. El etiquetado es manual. En caso de un producto similar al nuestro, podemos ofrecer a los consumidores variedades de productos tales como preparado de arroz integral, o bien que presente sabores diferentes, como arroz con leche sabor chocolate y sabor vainilla.

Figura 2

Mencione las características y especificaciones de la tecnología que utilizara peradesarrollar el producto o servicio de su empresa.

El desarrollo de sitios de internet involucra la tecnología más avanzada en programación, software y telecomunicaciones. Hace 10 años este lenguaje simplemente no existía. En cuanto a especificaciones técnicas, el programa de software para crear una página es un editor de HTML. Dos de los más comunes, a nivel profesional, son Hot Dog y Web Edit. Estos programas son esencialmente plataformas que permiten al usuario escribir los códigos de HTML. Una nueva generación de editores WYSWYG (What You See is What You Get. Lo que ves es lo que obtienes). Surgieron al año pasado; de estos los mejores son FrontPage



y Net Fusión. Aunque son mucho menos poderosos que los editores tradicionales, pueden usarse sin tener que aprender HTML, lo que es una ventaja para aprender HTML. Una comparación sería que los editores HTML, son como un lienzo en blanco para artistas, los programas WYSWYG con como una hoja para pintar por números que pueden llegar a hacer un cuadro atractivo sin requerir talento.

Equipo e instalaciones

El proceso productivo permite determinar las actividades a realizar, así como el equipo, herramientas e instalaciones requeridas para llevar a cabo la elaboración de productos y/o servicios de la empresa. Para esto se quiere:

- a) Descomponer el proceso en actividades específicas
- b) Elaborar un alista de todo el equipo requerido para cada actividad
- c) Elaborar una lista de todas las herramientas requeridas para cada actividad
- d) Calcular la materia prima requerida en el proceso
- e) Determinar el espacio necesario para llevar a cabo cada actividad
- f) Establecer cualquier requerimiento especial de instalación o facilidades para llevar a cabo cada actividad

Además, es necesario proveer un sistema de mantenimiento al equipo, a fin de garantizar un adecuado funcionamiento del mismo.

El equipo, las herramientas e instalaciones que utilizara Postres Mexicanos se presentan en la cedula de la figura 1 y el equipo de la empresa Republica en la figura 2

Figura 1

Determine el equipo, las herramientas e instalaciones que utilizara, para desarrollar su producto o servicio, así como el plan de mantenimiento del equipo (Ejemplo de Postres Mexicanos).

Equipo/Herramienta	Cantidad	Marca
Estufa industrial	1	Denort
Fregadero	1	Italmex
Refrigerador	1	Denort
Mesa	1	Italmex
Bascula	1	Denort
Ollas de presión	5	Oneida
Cucharas	3	Oneida
Recipientes de plástico	5	Trupper
		Total \$43,000.00

Los servicios necesarios para la producción de arroz con leche son: gas natural, electricidad y agua potable.

En cuanto a las instalaciones no se requiere ningún en especial; se cuenta con espacio de planta de 30 m².

Respecto al mantenimiento del equipo, se realizará lo siguiente:

- Limpieza de la estufa del fregadero, 2 veces al día.
- Lavado de utensilios, 5 veces al día, cada vez que termine una serie de producción.
- Limpieza de la meza de envasado, 5 veces al día, después cada serie de producción.

Figura 2

Determinar los equipos, las herramientas e instalaciones que utilizara para desarrollar su producto o servicio, así como el plan de mantenimiento del equipo (Ejemplo de la Republica)

Equipo	Cantidad	Marca
Computador personal	2	Clon
Computadora personal	1	COMPAQ
Escáner	1	HP Scan Jet 5p
Modem	1	Motorola Lifetyle 28.8
Muebles de oficina	Cantidad	Marca
Modem	1	Motorola Lifetyle 33.3
Impresor	1	HP 540 C
Escritorio	5	
Mesa con 5 sillas	1	
Teléfonos	2	Telmex
Línea telefónica	2	Telmex
		Total \$45, 600.00



EMPRENDEDURISMO

Cuaderno de Trabajo Cuarto Semestre

Los servicios que República requiere para atender a sus clientes son: acceso a Internet, servidor, teléfono (estos servicios son de pago mensual) y energía eléctrica (con pago bimestral).

Las instalaciones necesarias son conexiones eléctricas estándar (por lo menos 8) y línea telefónica (por lo menos 3) en un área física de 15 metros cuadrados.

El personal del Centro de Diseño y Operaciones Está capacitado para dar al equipo todo el mantenimiento que necesita, como revisión continua del servidor, verificaciones contantes y pruebas de calidad de las páginas y del servicio, así que por este concepto no se tiene costos adicionales. El mantenimiento es el siguiente:

- Revisiones periódicas en busca de virus en el software
- Mantenimiento periódico al software con Norton Utilities (Desfragmentación de los discos, optimización, arreglo de clusters)

Materia prima

La materia prima de refiere a los elementos, partes o sustancias de las que está el compuesto el producto da empresa o a los insumos necesarios para prestar un servicio. Es conveniente que cuando se especifiquen las cantidades a utilizar de materia prima, se contemple cuanto se requiere por volumen dado de producción o en relación con cierto periodo.

La figura 1, muestra la materia prima requerida para Postres Mexicanos. Le empresa Republica no necesita materia prima, solo el equipo y el personal.

En el caso de Postres Mexicanos, se optó por establecer la materia prima necesaria, requerida por lote de producción; es decir, 300 porciones (porciones de 150 g c/u)

Materia Prima	Cantidad/Lote
Arroz	7.5 kg
Azúcar	300 g
Canela	96 g
Agua	28.51
Leche descremada	14.11
Envase y tapa de plástico	300 unidades
Etiqueta	300 unidades
Por lote de producción se estimó un total de	\$250.40



Mano de obra

La mano de obra se refiere a las personas que forman parte del proceso productivo o prestan servicio, que con su esfuerzo y trabajo transforman la materia prima y obtienen el producto terminado. Planear la mano de obra para la producción o prestación de servicio significa definir características que la persona debe poseer para desempeñar un trabajo.

La figura 1, muestra la determinación de la mano de obra requerida, por Postres Mexicanos, como preparación o características con las cuales debe contar para el desempeño adecuado del trabajo y en la figura 2, se presentan las características del personal requerido por la empresa la Republica.

Figura 1.

Postres mexicanos

Actividad	Núm. De personas	Tipo de habilidad
Pesar, cocinar, envasar, etiquetar	4	Saber cocinar

Mano de obra total requerida: 4 personas en el área de producción, dos en el turno matutino, y dos en el turno vespertino. Cada turno de 6 horas

Figura 2.



Empresa Republica.

Actividad	Núm. De personas	Tipo de habilidad
Desarrollo de imagen	1	Experiencia en programas de arte gráfico. Bilingüe, conocimientos de mercadotecnia
Vender el servicio y programar	4	Experiencia en HTML, Java script, CGI, Cascading Style Sheet y DHTML. Conocimiento y habilidades para ventas
Asuntos financieros y contables	1	De preferencia, con estudios de contaduría y experiencia en programación

Identificación Proveedores y cotizaciones

Esto facilitara el inicio de actividades productivas. Para ser más eficiente en la selección de proveedores, es indispensable establecer criterios; entre estos se encuentra:

- Cumplimiento en fechas de entrega
- Calidad
- Precio
- Servicio que ofrece
- Créditos
- Localización del proveedor

Si son identificados los proveedores, se facilitará el proceso de selección de tipo de materia prima que se desee utilizar en el proceso de producción del bien. Es recomendable identificar a varios proveedores, y llevar a cabo la evaluación de cada uno de ellos con base a los criterios establecidos anteriormente.

Así mismo es conveniente diversificar la adquisición de la materia prima entre varios proveedores para no establecer un lazo de dependencia única con uno solo, ya que esto puede llegar a presentar problemas en el área de producción si se tiene desacuerdos con el proveedor o si presenta desabasto de una materia prima en particular.

La selección de proveedores realizada por Postres Mexicanos se muestra en la figura 1.

Ejemplo de Postres Mexicanos

Materia Prima	Proveedor	Precio	Calidad	Proveedor seleccionado
Arroz	Centro de abastos Seleccionadora de granos	\$8.90/kg	Buena	X
		\$8.16/kg	Buena	
Azúcar	Centro de abastos Ingenio Azucarero	\$6.60/kg	Buena	X
		\$7.00/kg	Buena	
Canela	Centro de abastos Cinnamon del norte	\$250.00/kg	Buena	X
		\$280.00/kg	Regular	
Leche	Productos La laguna Pasteurizadora Santa Rosita	\$5.36/lt	Buena	
		\$5.36/lt	Regular	
Envase	Envases del norte Envase con tapa de Plástico Envasadora de plásticos			X
		\$0.950	Buena	
		\$1.00	Buena	
Etiqueta	Imprestec Etimont, S.A.	\$0.50 por etiqueta	Buena	x
		\$0.70 por etiqueta	Regular	

La empresa República no utiliza materia prima para la prestación de servicios, pero si requiere de empresas, sin las cuales sería imposible atender a sus clientes. En la figura 2, se enlistan los proveedores de los servicios que necesita la empresa Republica.

Servicio	Proveedor
Acceso a internet	Telmex
Servidor	Web and Internet services
Teléfono	Telmex

Capacidad Instalada

La capacidad instalada se refiere a nivel máximo de producción que puede llegar a tener una empresa con base en los recursos con los que cuenta, refiriéndose principalmente a maquinaria, equipo e instalaciones físicas.



La determinación de la capacidad instalada de la empresa permitirá determinar tiempos de respuesta (entrega) al mercado y conocer las posibilidades de expansión o requerimientos de inversión a largo plazo.

La capacidad instalada debe ser acorde con el mercado (mercado potencial y planes de ventas), así como con los recursos limitantes de la empresa (mano de obra, disponibilidad de materia prima, etc.)

Básicamente es necesario determinar dos factores:

Capacidad instalada (potencial)

Nivel de producción adecuado (requerido)

Es necesario tomar en cuenta el mantenimiento preventivo que requerirán instalaciones, equipo y herramientas utilizadas en el proceso.

La figura 1, presenta la capacidad de la empresa Postres Mexicanos y la figura 2, presenta las capacidades de la empresa Republica.

Ejemplo de Postres Mexicanos

En el caso de los Postres Mexicanos, su capacidad instalada y su capacidad actual de producción son equivalentes. La capacidad actual de producción corresponde a la demanda potencial actual del producto (previamente determinada en el capítulo 5)

Periodo	Cantidad de producto
1 día	1 500 porciones de 150 g
1 semana	7 500 porciones de 150 g
1 mes	30 000 porciones de 150 g

La figura 2, menciona la capacidad instalada de la planta: cantidad de productos a producir, o servicios que la empresa puede prestar por día, semana y mes.



Ejemplo de la empresa la Republica

Respecto a la capacidad instalada de la empresa, cabe mencionar que aunque los elementos de una página de internet y de un sitio en sí varían de lo simple a lo complejo, una fórmula de capacidad estándar es producir una página cada cinco horas. Cabe mencionar que este es un promedio, ya que por lo general se requiere más tiempo para hacer la página inicial que para los demás.

Periodo	Capacidad de Productos
1 día	1.6 página web
1 semana	9.6 página web
1 mes	41.28 página web

PROGRAMA DE TRABAJO

Es la relación de todas las actividades calendarizadas y secuenciales (cronograma) que se deben realizar para obtener lo que se propone en el proyecto; puede estar dividido en subprogramas. Para cada actividad se deben indicar el período de realización (inicio y término), la meta de la actividad (número de productos, tipo de servicio, duración y alcance, entre otros) y el nombre del responsable.

Si el programa no está sujeto a una fecha de inicio ya determinada, el calendario de las actividades del programa debe expresarse como cantidad en días o semanas, empezando por día 1, día 2, etc. o semana 1, semana 2.⁹



Ejemplo:
Cronograma de actividades

Actividad	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7
Investigar una serie de actividades para el público en general en donde no esté involucrado el uso de un dispositivo móvil o herramienta de comunicación							
Investigar con personas profesionales, para saber científicamente las consecuencias de las redes sociales.							
Realizar Carteles informativos y folletos informativos para y repartirlos entre el público							
Conseguir el permiso del espacio donde se desarrollarán las pláticas informativas							
Capacitar 1 o 2 personas para el apoyo de las actividades.							
Conseguir apoyo para material gubernamental para asignar espacios públicos donde se lleven a cabo las reuniones							
Agendar citas en escuelas para brindar las pláticas informativas							

Actividad desarrolla tu propio programa de trabajo de acuerdo a las actividades propias de tu proyecto.

⁹ Fuente: Espíritu, A. (2018), Uso desmedido de las redes sociales, México, Guanajuato

VIABILIDAD DEL PROYECTO

Lo primero que tenemos que hacer, antes de entrar de lleno en el análisis del término viabilidad, es determinar su origen etimológico. Y esa tarea nos lleva a descubrir que aquel procede del francés viable, que a su vez se compone de dos vocablos latinos: vita, que puede traducirse como “vida y el sufijo –bilis, que es equivalente a “posibilidad Viabilidad es la cualidad de viable (que tiene probabilidades de llevarse a cabo o de concretarse gracias a sus circunstancias o características). El concepto también hace referencia a la condición del camino donde se puede transitar. Se conoce como análisis de viabilidad al estudio que intenta predecir el eventual éxito o fracaso de un proyecto. Para lograr esto parte de datos empíricos (que pueden ser contrastados) a los que accede a través de diversos tipos de investigaciones (encuestas, estadísticas, etc.).



VIABILIDAD TÉCNICA:

El conjunto de estudios y análisis indicados, que brindan información sobre el grado de viabilidad derivado de las aptitudes técnico-operativas de una organización dan cuenta de su importancia. Es conocido que en buena parte de los proyectos la existencia de alguna de las debilidades descritas es fuente de dificultades, demoras, incrementos en los costos, demoras en la producción de beneficios, aparición de impactos negativos y otras contingencias de diferente magnitud. Puede apreciarse aquí que los atributos específicos de la capacidad técnico – operativa se solapan con los correspondientes a la capacidad institucional – organizativa. Tal como se mencionó, esto ocurre en el análisis de las distintas dimensiones de la viabilidad, dado que los límites son difusos e - incluso - pueden parecer arbitrarios. No obstante, la verificación de estos límites difuminados entre los distintos análisis el procedimiento muestra gran utilidad, pues permite precisar mejor las particularidades propias de cada dimensión.

COSTO – BENEFICIO (VIABILIDAD FINANCIERA)

La viabilidad Financiera de un proyecto informa sobre la disponibilidad de recursos monetarios en los momentos en que la ejecución o la operación del Proyecto los necesita. En el caso que el ejecutor previsto sea un ente Público se focaliza la atención en el análisis de los recursos presupuestarios, previstos y ejecutados, en la calidad de la gestión y en el dinamismo exhibido para la ejecución y disposición de los fondos, en la existencia o no de ampliaciones presupuestarias en ejercicios precedentes y en el grado de ejecución logrado en términos históricos. En el caso de actores públicos o privados debe considerarse la magnitud de los fondos requeridos por el Proyecto en relación con las magnitudes habitualmente gestionadas por los entes respectivos.



En estos casos, la profundidad de los análisis está relacionada con la complejidad y magnitud de los Proyectos. Corresponde, según el caso, explorar las previsiones financieras realizadas, las formas 11 habituales de gestión y disposición de los fondos, verificar la existencia de los acuerdos y decisiones necesarios, correspondientes a los órganos de decisión y administración. No supone valoración alguna del costo de oportunidad de su disposición ni de las distintas combinaciones posibles de magnitudes a utilizar de distintas fuentes externas. Refiere solo a la relación entre el ejecutor responsable de la gestión de la iniciativa y el grado de suficiencia de los fondos de que dispone en forma preliminar. Es de notar que la información para este estudio proviene del análisis del Flujo de Fondos y que esta herramienta se utiliza también para obtener estimadores relativos al desempeño financiero de la iniciativa (TIR, VAN, etcétera), por lo cual los resultados se obtienen en forma paralela y simultánea. Asimismo, cuando los fondos disponibles, en forma preliminar, son insuficientes y se exploran opciones de financiamiento complementario, las distintas posibilidades que se analizan para viabilizar el financiamiento se exponen con sus costos y perfiles de repago asociados de modo tal que viabilidad y desempeño financiero, se obtienen en forma conjunta.

Aquí puede residir la confusión generalizada entre viabilidad y rentabilidad. Ambos conceptos provienen del análisis financiero, viabilidad informa la sobre el grado de seguridad de la disposición de los fondos necesarios mientras que rentabilidad es una de las medidas de desempeño financiero que mide la aptitud del Proyecto para satisfacer ese objetivo. La ausencia de estudios de viabilidad se verifica frecuentemente, tanto en los Proyectos públicos como en los privados.

En el caso de los proyectos públicos es frecuente subestimar su importancia, o incluso, ignorar u ocultar sus resultados, en el entendimiento que una iniciativa en preparación o ejecución, aunque muestre riesgo de paralizarse por falta de fondos, genera adhesiones y - paradójicamente, fortalezas - que facilitan ampliaciones en el financiamiento originalmente previsto. Este estilo de gestión de inversiones públicas está presente en numerosos cuadros medios y altos de la AP, e incluso suele ser legitimado con argumentos vulgares del tipo del “mal menor”, cuando en realidad



constituye uno de los mecanismos más frecuentes para reducir la calidad de la inversión pública.

En el caso de proyectos privados es frecuente la subestimación de los estudios de viabilidad, particularmente en inversiones de mediano y pequeño porte. A simple vista pueden observarse numerosos emprendimientos fallidos a “mitad de camino”, a causa de imprevisiones sobre el financiamiento e imposibilidad de sostener los resultados previstos inicialmente, por los costos incrementados de hecho para resolver la contingencia financiera.

VIABILIDAD SOCIAL:

Independientemente de que un proyecto sea técnica y financieramente viable, debe revisarse la conveniencia o no de realizarlo, considerando el efecto que puede tener en las relaciones existentes entre las personas y los grupos de la comunidad y entre ambos y el medio ambiente, lo anterior considerando el corto, mediano y largo plazos.

RESULTADOS

Se deberá especificar en caso de proyectos de investigación tecnológica, cuál es el resultado de su proyecto una vez que se ha definido todos los aspectos del proyecto y de las pruebas y/o aplicaciones que se hayan realizado durante la elaboración del proyecto, deberán presentarse con números, gráficos, estadísticas para su mejor interpretación

CONCLUSIONES

Es el análisis de los resultados que permiten comprobar si tu proyecto es funcional o no y se basa en la comparación de tus resultados obtenidos contra los ya comprobado



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

-  DEMAC: Desarrollo de Emprendedores. Ed. Mc Graw Hill
-  Bancanet. Revista negocios internacionales. Revistas fiscales, revistas entrepreneur.
-  Internet. www.sat.gob.mx, www.imss.gob.mx, www.wikipedia.com, www.sfa.guanajuato.gob.mx, www.mildinamicas.com
-  REYES PONCE, Agustín. Administración de empresas. Ed. Trillas  LISR, LIVA, LIETU, CFF, LSS, LFT y diversos prontuarios fiscales.  ALCARÁZ, Rafael. El Emprendedor de éxito. Ed. Mc Graw Hill
-  Experiencias personales.
-  Larouse, diccionario Enciclopédico 1997, 3ª. Edición, Editorial Larouse.
-  Munich, Galindo Lourdes. Fundamentos de Administración, 7ª. Ed. México. Trillas 2006. 
- Espíritu, A, (2018), Uso desmedido de las redes sociales, México, Guanajuato
-  Aguirre, M, García, S, Espíritu, A, (2015) Prototipo didáctico Enjoy in Family, México, Gto.
-  Fuente:http://www.slideshare.net/orientacionliceo/el-alumno-con-tdah-gua-prctica-para-educadores?redirected_from=save_on_embed (El Alumno con TDAH Guía Práctica para Educadores).
-  Amorós, Víctor; Estudios de Viabilidad; Ediciones Gestión 2000, Barcelona, pags 1 a 4. BacaUrbina, Gabriel; Evaluación de Proyectos, 3ª Edición, Mc Graw-Hill, 1997. Blanco Ramos Francisco y Bolado, Máximo Ferrando; Dirección financiera de la empresa; Pirámide, 1996, Madrid.
-  Cohen, Ernesto; Franco, Rolando; Evaluación de proyectos sociales; Siglo XXI, 2004, Buenos Aires Coss Bu, Raúl, Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión Limusa, 2000, pags 16,17.



EMPRENDEDURISMO