



Desarrollo de Proyectos de Emprendimiento e Innovación

1. Datos de identificación

Academia		Departamento		
Emprendimiento, Innovación y Gestión de la Calidad		Departamento de Estudios Organizacionales		
Carreras	Área de formación		Tipo	
Transversal	Optativa		Curso - Taller	
Modalidad	Ciclo	Créditos	Clave	Prerrequisitos
Presencial	5	8		
Horas	Relación con otras Unidades de Aprendizaje			
Teoría [40] Práctica [40] Total [80]	En el ciclo que se imparte (relación horizontal)		En otros ciclos (relación vertical)	
	Varios semestres			
Saberes previos				
1. Conocimientos previos básicos en la estructura de las áreas funcionales de la empresa: administración de las organizaciones, del área de contabilidad y finanzas básicas, así como en el área de mercadotecnia y cuestiones jurídicas de los negocios. 2. Conocimientos procedimentales con antelación llevar a cabo acciones sistematizadas sobre planes de trabajo en equipo y en lo individual para lograr un cometido. 3. Saberes actitudinales en: actuar de acuerdo con la normatividad y valores, para mantener adecuadas relaciones de cooperación y colaboración en trabajos de equipo.				
Elaboró	Fecha de elaboración	Actualizó	Fecha de actualización	
Mtra. Gabriela Villanueva Lomelí Dr. Luis Aguilar Carvajal Dr. Pedro Daniel Aguilar Cruz Mtra. Aurora Araceli Carvajal Silva Dr. Guillermo José Navarro del Toro Dr. Francisco Partida Hoy	Diciembre 2020	Mtra. Gabriela Villanueva Lomelí Dr. Luis Aguilar Carvajal Dr. Pedro Daniel Aguilar Cruz Mtra. Aurora Araceli Carvajal Silva Dr. Guillermo José Navarro del Toro Mtra. Alejandra Barba Vargas Dra. Gizelle Guadalupe Macías González	12 de julio de 2021 Diciembre 2021 y 10 de enero de 2022	

2. Competencia de la Unidad de Aprendizaje

1. Formula proyectos ejecutivos de negocios, considerando la ética y los principios de desarrollo sustentable". 2. Proyectar ganancias, considerando sus fuentes de ingresos, estructura de costos, margen de utilidad y velocidad de sus recursos. 3. Establece estrategias para la captación, retención y fidelización de clientes a través de una propuesta de valor 4. Demuestran habilidades de liderazgo, toma de riesgo, comunicación y formación de equipos de trabajo.
--

5. Aporte de la unidad de aprendizaje al perfil de egreso

1. Elaborar un proyecto de negocio con viabilidad técnica, financiera y de mercado de producto o servicio. 2. Diseñar la estructura organizacional y administrativa de una empresa, respetando los aspectos legales competentes. 3. Identifica, diseña, desarrolla y da seguimiento a los modelos de empresas a partir de las áreas de oportunidad para generar planes y proyectos de negocios. 4. Desarrolla la visión del emprendedor, para la innovación en los procesos organizacionales y la generación de nuevas oportunidades de negocio, incorporando nuevas tendencias, desde una perspectiva global y sustentable. 5. Tiene las habilidades interpersonales y principios éticos para tomar decisiones, trabajar en equipo, negociar, dirigir y lograr los objetivos organizacionales con apego a las leyes, normas, principios y valores que rigen a la sociedad. 6. Generar una cultura de emprendimiento para el diseño de empresas con un enfoque ético y de responsabilidad social.
--



3. Competencias a las cuales contribuye la unidad de aprendizaje

Genéricas	Disciplinares	Profesionales
<p>Se auto determina y cuida de sí 1. Se conoce y valora a sí mismo y aborda problemas y retos teniendo en cuenta los objetivos que persigue.</p> <p>Piensa crítica y reflexivamente 1. Desarrolla innovaciones y propone soluciones a problemas a partir de métodos establecidos.</p> <p>Participa con responsabilidad en la sociedad 1. Contribuye a la equidad, bienestar y desarrollo económico de la sociedad. 2. Contribuye a alcanzar un equilibrio entre el interés y bienestar individual y el interés general de la sociedad.</p>	<p>Ciencias Sociales. 1. Establece la relación entre las dimensiones políticas, económicas, culturales y geográficas de un acontecimiento. 2. Analiza con visión emprendedora los factores y elementos fundamentales que intervienen en la productividad y competitividad de una organización y su relación con el entorno socioeconómico. 3. Propone soluciones a problemas de su entorno con una actitud crítica y reflexiva, creando conciencia de la importancia que tiene el equilibrio en la relación ser humano, naturaleza y comunidad.</p> <p>Ciencias Experimentales 1. Diseña prototipos o modelos para resolver problemas y satisfacer necesidades para la sociedad.</p> <p>Humanidades 1. Aplica las tecnologías de la información y la comunicación en el diseño de estrategias para la difusión de productos y servicios, en beneficio del desarrollo personal y profesional.</p>	<p>1. Identifica oportunidades y necesidades en el mercado mediante la resolución de problemáticas sociales, ambientales, culturales, etcétera, para la introducción de productos y servicios. 2. Identifica, propone y replica una propuesta de valor con elementos de innovación alineada con la necesidad de sus clientes. 3. Detecta y elabora una segmentación de mercado, identificando un mercado meta, potencial, innovador y primeros adoptantes. 4. Elabora un proyecto ejecutivo con una validación técnica, financiera y de mercado con una redacción clara y objetiva. 5. Es capaz de presentar de manera verbal y física un proyecto de negocio de una manera clara y concisa. 6. Genera una corrida financiera a partir de la identificación de presupuestos, costos, gastos y proyecciones de venta. 7. Prototipa productos y/o servicios mediante la utilización de diversas herramientas. 8. Establece una estrategia y proceso de captación y retención de clientes.</p>

4. Contenido temático por unidad de competencia

<p>Unidad de competencia 1: Conceptos básicos de emprendimiento.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Concepto de emprendimiento 2. Características y habilidades del emprendedor 3. Ventajas y desventajas de ser tu propio jefe 4. Comenzar un negocio vs. Comprar un negocio establecido 5. Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). <ol style="list-style-type: none"> a. Impacto social b. Impacto ambiental c. Impacto económico d. Impacto cultural 6. Ecosistema de Emprendimiento e Innovación de la Universidad de Guadalajara y Jalisco, Nacional e internacional. <ol style="list-style-type: none"> a. Vinculación con el Centro de Investigación e Innovación para las Organizaciones (CIIO).
<p>Unidad de competencia 2: Ideación y definición del modelo de negocio.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 2. Creatividad e innovación 3. Design Thinking 4. Megatendencias y oportunidades de mercado 5. Generación de la idea de negocio (Ideación) 6. Definición e importancia de la propuesta de valor 7. Delimitación de tu mercado meta 8. ¿Quiénes intervienen en tu proceso de compra? 9. Tamaño de tu mercado potencial 10. Modelo de negocio: The Business Model Canvas 11. Estrategias y tipos de financiamiento 12. Deuda 13. Capital 14. Crowdfunding (Financiamiento colectivo)



15. Nuevas formas de hacer negocio online (e-commerce) 16. Prototipo, para que sirve y técnicas de prototipado 17. Protección legal de tu idea de negocios (aspectos generales de propiedad intelectual).
Unidad de competencia 3: Proyecto ejecutivo de negocios.
<ol style="list-style-type: none"> 1. Definición de proyecto ejecutivo 2. Definición de plan de negocio 3. Diferencia entre proyecto ejecutivo y plan de negocio 4. Estructura de un proyecto ejecutivo 5. Definición de cada punto de la estructura del proyecto ejecutivo <ol style="list-style-type: none"> a. Resumen ejecutivo (breve explicación de todo el proyecto, incluyendo viabilidad técnica, financiera y de mercado, se elabora al final) b. Nombre del proyecto c. Descripción general del proyecto (definición clara y breve lo que se pretende lograr con el proyecto) d. Análisis del entorno (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal) e. Problemática o necesidad que resuelve f. Justificación g. Objetivos (General y específicos) h. Metas e Indicadores i. Ubicación de la empresa j. Cronograma de actividades k. Origen y aplicación de los recursos l. Presupuesto m. Viabilidad técnica <ul style="list-style-type: none"> • Factor humano (experiencia del solicitante) • Factor máquinas y tecnología • Factor proveeduría n. Viabilidad de mercado <ul style="list-style-type: none"> • Producto • Competencia • Mercado Meta • Estrategia de comercialización o. Viabilidad financiera <ul style="list-style-type: none"> • Costos y gastos • Proyección de ventas • Punto de equilibrio • Retorno de la Inversión (ROI) • Evaluación de estados financieros p. Referencias q. Anexos o información complementaria
Unidad de Competencia 4: Presentación del proyecto de negocios
<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué es el pitch? 2. Presentación ejecutiva del proyecto (pitch) <ol style="list-style-type: none"> a. formato de presentación específico, exposición, entre otros.

5. Metodología de trabajo docente y acciones del estudiante

Metodología	Acción del docente	Acción del estudiante
<p>Este curso está direccionado a contextualizar al participante en un ambiente real, de tal forma que el desarrollo práctico de este curso le permita experimentar de manera acertada en el ámbito del emprendimiento, la innovación, la administración estratégica de las empresas, la negociación y la importancia de moverse de la zona de confort para crear nuevas oportunidades de negocio. contempla el análisis de la situación, la aplicación talleres, caso de estudio, dinámicas en escenarios reales a través de la didáctica con el propósito de empoderar y hacer más competitivo al participante.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La metodología de centros de interés se utilizará para analizar y estudiar el entorno emprendedor • La metodología de estudios de caso, será valiosa para hacer análisis de iniciativas emprendedoras 	<p>Motivar e incentivar a los alumnos para el desarrollo de habilidades blandas en el emprendimiento, logrando que los proyectos sean implementados en el futuro.</p> <p>Ser empático, flexible y didáctico para que los alumnos se sientan en un ambiente agradable que les permita el pensar, crear y diseñar un proyecto ejecutivo.</p> <p>Mostrar una actitud de emprendedor, presentando distintos casos de negocios para que los alumnos aprendan de ejemplos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El profesorado posibilitará que se conozca un tema "El entorno emprendedor" a partir de su estudio, desde las diferentes vertientes. 	<p>Desarrollo de pensamiento crítico a partir de lecturas de reflexión. Concretar ideas y saber expresarlas de manera clara.</p> <p>Uso de distintas herramientas para la creación de ideas disruptivas, Aprender a presentar y vender su plan de negocio a inversionistas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrolla la creatividad a través de la innovación de alternativas empresariales y/o organizacionales. • El estudiante actúa de manera individual, para llegar a un conocimiento profundo desde lo global hasta el trabajo sistemático de análisis. Establecerá relaciones de causa efecto) y la expresión del conocimiento será a través de



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
CENTRO UNIVERSITARIO DE LOS ALTOS
DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA CULTURA

<ul style="list-style-type: none">• Y la metodología por proyecto, tomando en cuenta la importancia del medio y del producto, fortalecería esta área.• Es deseable incorporar la metodología de sumar actividades extracurriculares como: un taller de emprendimiento que se ofrezca por externos como INADEM o a su vez conferencias de financiamiento, registro de propiedad intelectual entre otros.	<p>Diseñará estrategias que permitan la observación, asociación. Así también realiza actividades para que el proceso creativo del estudiantado se genere en lo individual y posteriormente se comparta con un equipo</p> <ul style="list-style-type: none">• En los estudios de caso, el personal docente facilita estructuras y modelos de negocio y de estudios de caso.• En la metodología por proyecto, el docente propicia en los equipos el debate y análisis de la matriz de ideas para elegir el proyecto y acompaña en el diseño y elaboración de cada apartado del modelo o plan de negocios.• Establecer el contacto, agendar, organizar y prever la incorporación de talleres, pláticas, conferencias que abonen al proyecto de la construcción del plan de negocios.	<p>materializar y crear personalmente, (dibujos, símbolos, códigos, tablas comparativas y matrices de ideas innovadoras)</p> <ul style="list-style-type: none">• El estudiantado analiza la estructura de modelos de negocio y de casos con la intención de vincularse y desarrolla una mentalidad emprendedora.• El estudiantado adquiere las habilidades y conocimientos para generar un ente económico en México al elaborar su plan de negocios.• Atender las actividades extracurriculares y participar activamente en las actividades, asistiendo y realizando las estrategias que se indiquen por ejemplo simulación de emprendimiento, entre otros.
--	---	---



6. Criterios generales de evaluación (desempeño)

Actividad	Producto
<p>Unidad 1.</p> <p>1.1 Diseña un esquema de manera individual (mapa conceptual, cuadro sinóptico, mapa mental, infografía, etc.) en la cual se representen los conceptos básicos de emprendimiento, características y habilidades que debe poseer un emprendedor y que englobe su percepción del ecosistema de emprendimiento en Jalisco.</p> <p>1.2 Elabora un cuadro comparativo de casos prácticos (ejemplos) de empresas (preferentemente mexicanas, no multinacionales) de cómo han aplicado el Desarrollo Sostenible y el desarrollo sostenible en sus modelos de negocio y cuáles han sido sus impactos y beneficios tanto en la sociedad como propios.</p> <p>Unidad 2.</p> <p>2.1 Diseña de manera individual una idea de negocio con el formato de ideación, posteriormente compartirlo con su equipo y definir una sola idea de negocio para desarrollar el resto del semestre.</p> <p>2.2. Definir en equipo tu segmento de mercado:</p> <p>2.2.1 Características demográficas, psicológicas, conductuales, etc. del segmento de mercado;</p> <p>2.2.2 Descripción del cliente "target" o "típico" (nombre, edad, aspecto físico, hábitos de consumo, donde vive, con quién se relaciona, qué le gusta, en qué trabaja, qué le motiva, por qué le interesará tu producto/servicio/idea, etc.)</p> <p>2.2.3 ¿Cuál es tu mercado potencial?</p> <p>2.3 Definir en equipo el entorno de su proyecto de negocio, mediante la investigación de datos secundarios en fuentes confiables</p> <p>2.4 Diseña en equipo un modelo de negocio</p> <p>Unidad 3.</p> <p>3.1 Elabora en equipo los puntos del proyecto ejecutivo, dividido en 5 entregables</p> <p>Unidad 4</p> <p>4.1 Elabora un resumen ejecutivo del proyecto ejecutivo anteriormente realizado y un prototipo para ser expuesto de su idea de negocio.</p> <p>4.2 En equipo realizar un pitch utilizando como guía la plantilla: "The Pitch CANVAS" para ser presentado con los lineamientos presentados en la convocatoria de cada semestre</p>	<p>Unidad 1. De manera individual, presenta una infografía del ecosistema de emprendimiento, actitudes y mentalidad emprendedora, los principios de la responsabilidad social empresarial, así como la importancia de la creatividad y la innovación aplicada al emprendimiento. Reflexión a través de un foro de discusión explicará con sus propias palabras la importancia de considerar los fundamentos de la propiedad intelectual en su plan de negocios.</p> <p>Unidad 2. De manera colaborativa en equipo, los estudiantes generan una idea de negocio creativa e innovadora que solucione una problemática social actual que presente un enfoque social, económico, ambiental o tecnológico. Basado en el modelo de negocio, y dicha propuesta se le identifique un potencial de escalabilidad en los próximos años.</p> <p>Unidad 3. De manera colaborativa en los equipos ya establecidos los estudiantes retoman la idea trabajada previamente para desarrollar un plan de negocios que sustente una viabilidad técnica, financiera y de mercado.</p> <p>Unidad 4. El equipo ya establecido realiza la presentación resumida del plan de negocios trabajado en la Unidad 3, así como el prototipo a través de un formato Pitch ante los compañeros del grupo, donde el profesor seleccionará de una a dos de las mejores propuestas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cédula de asesoría (registros firmados por los estudiantes y el profesorado y rúbrica de proyecto ejecutivo/ plan de negocios • Cuestionarios • Formato CANVAS, CANVAS SOCIAL y migración digital • Rúbrica de presentación final. • Registro de Auto-Evaluación, coevaluación y evaluación de asesores y docentes. • *Asistencias- diploma



6. Criterios generales de evaluación (desempeño).

Actividad	Unidad1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4
Actividad 1	20%	10 %	5%	NA
Actividad 2	20%	10 %	5%	NA
Actividad 3	NA	10 %	5%	NA
Actividad 4	NA	10 %	5%	NA
Actividad 5	NA	10 %	5%	NA
Producto final de la Unidad	60 %	50 %	75%	100%
Puntaje final por Unidad	15 %	15 %	50 %	20 %

Instrumento- objetivo	Puntaje
Cédula de asesoría – Evaluar los avances constantes en plazos semanales y asistencia individual y de equipo	40%
Auto-evaluación, coevaluación y evaluación docente-asesoría – Evaluar el trabajo individual y de equipo	15%
Proyecto ejecutivo (documento extenso, resumen-ppt, presentación, video)- Evaluación de proyecto	45%
Asistencia conferencias, talleres, concursos etc. – Evaluar actividades extracurriculares y distinciones	+1-5 %

7. Perfil deseable del docente

Saberes / Profesión	Habilidades	Actitudes	Valores
La asignatura se sugiere sea impartida por un docente creativo, con espíritu emprendedor e innovador con habilidades y valores, que aplique las herramientas intelectuales para propiciar en el estudiante el aprendizaje significativo. Preferentemente haya tenido un negocio propio y haber cursado la certificación en emprendimiento que ofrece la Unidad de Centros de Emprendimiento e Innovación de la Red Universitaria.	En las áreas económicas administrativas (finanzas, contabilidad, administración, negocios nacionales e internacionales o economía). Las que se otorgan en la certificaciones de los cuatro estándares de competencia en emprendimientos e innovación "CONOCER"	Motivador, creativo, innovador, crítico, dinámico, flexible, proactivo, planificado y asertivo.	Coherencia, tolerancia, respeto, responsabilidad y honestidad; y todos los que el código de ética vigente que la institución establezca.

8. Bibliografía

Básica para el alumno

Autor(es)	Título	Editorial	Año	URL
Rafael Alcaraz Rodríguez	El emprendedor de éxito	Mc Graw Hill	2015-2020	



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
CENTRO UNIVERSITARIO DE LOS ALTOS
DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA CULTURA

Complementaria

Autor(es)	Título	Editorial	Año	URL
Gil Estallo, María de los Ángeles	Cómo crear y hacer funcionar una empresa	Alfaomega	2012	
Lerma Kichner, Alejandro E. et. al.	Sí, yo soy empresario pero ¿De qué tamaño?	Miguel Ángel Porrúa	2014	
Arechavala Vargas, Ricardo	Liderazgo emprendedor. Cómo ser un emprendedor de éxito y no morir en el intento	CENGAGE Learning	2007	
Aguilar Morales, Silvia et. al.	De emprendedor a empresario	Grupo editorial Patria	2014	
Balanko Dicson, Greg	Cómo preparar un plan de negocios exitoso	Mc Graw Hill	2008	
Ferrón Solís, J. M. et. al.	La sucesión e institucionalización de la empresa familiar en México	IMEF	2016	
Macías González, Gizelle Guadalupe	Empresas familiares avícolas en Los Altos de Jalisco. Trayectorias, gestión y perspectivas de continuidad	MAPorrúa	2018	http://repositorio.cualtos.udg.mx:8080/jspui/handle/123456789/820
Almaráz, Araceli y Luis Alfonso Ramírez	Familias empresariales en México. Sucesión generacional y continuidad en el siglo XX	El Colegio de la frontera Norte	2016	

No.	Bibliografía
1	Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G. & Smith, A. (2014). Value Proposition Design. Wiley (Este libro está en inglés y español).
2	Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation. Wiley. (También está en inglés y español).
3	Bland, D. & Osterwalder, A. (2020). Testing Business Ideas. Wiley
4	Osterwalder, A., Pigneur, Y., Etienne, F. & Smith, A. (2020). The Invincible Company. Wiley
5	Ries, E. (2011). The lean startup, How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses. Crown Business. (Inglés y español).
6	Ries, E. (2018). El camino hacia el lean startup: Cómo aprovechar a la visión emprendedora para transformar la cultura de su empresa. Paidós.
7	Bidwell, J. (2019). Disrupt! 100 lessons in business innovation. Spring wise.
8	Bill, A. (2018). Disciplines entrepreneurship Workbook. Wiley



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
CENTRO UNIVERSITARIO DE LOS ALTOS
DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA CULTURA

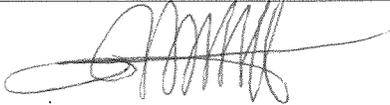
9	Bill, A. (2013). Disciplines entrepreneurship. 24 steps to a successful startup. Wiley.
10	Gassmann, O., Frankenberger, K. & Csik, M. (2014). The Business Model Navigator 55 Models that will revolutionise your business. ET Publishing.
11	Neck, H., Brush, C. & Allen, E. (2009). The landscape of social entrepreneurship. Business Horizons, 52(1), 13-19.
12	Afuah, A. (2018). Business Model Innovation: Concepts, Analysis and cases. Routledge

Otros recursos

Plantillas:
1. The Business Model CANVAS - Strategyzer https://www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas
2. Value Proposition CANVAS - Strategyzer https://www.strategyzer.com/canvas/value-proposition-canvas
3. The B Business Model - INNODRIVEN https://innodrivem.com/es/download/canvas-b/
4.Formato de ideación
Recursos web:
The Business Model Innovation Lab - https://bnilab.com/
Sistema B - https://sistemab.org/empresas-b/
The Pitch CANVAS - Best 3 Minutes - https://best3minutes.com/wp-content/uploads/2018/06/The-Pitch-Canvas%C2%A9_V7_9.pdf

Tepatitlán de Morelos, Jalisco a 10 de enero del 2022

Nombre y firma del Jefe del Departamento de Estudios Organizacionales



Dr. Francisco Partida Hoy

Nombre y firma del presidente de la Academia de Emprendimiento e Innovación



Dr. Guillermo José Navarro del Toro



ANEXO 1. ESTRUCTURA DEL PROYECTO EJECUTIVO.

a.	Resumen ejecutivo (breve explicación de todo el proyecto, incluyendo viabilidad técnica, financiera y de mercado, se elabora al final).
b.	Nombre del proyecto
c.	Descripción general del proyecto (definición clara y breve lo que se pretende lograr con el proyecto).
d.	Análisis del entorno (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal)
e.	Problemática o necesidad que resuelve
f.	Justificación
g.	Objetivos (General y específicos)
h.	Metas e Indicadores
i.	Ubicación de la empresa
j.	Cronograma de actividades
k.	Origen y aplicación de los recursos
l.	Presupuesto
m.	Viabilidad técnica
	· Factor humano (experiencia del solicitante)
	· Factor máquinas y tecnología
	· Factor proveeduría
n.	Viabilidad de mercado
	· Producto
	· Competencia
	· Mercado Meta
	· Estrategia de comercialización
o.	Viabilidad financiera
	· Costos y gastos.
	· Proyección de ventas.
	· Punto de equilibrio.
	· Retorno de la Inversión (ROI).
	· Evaluación de estados financieros.
p.	Referencias
q.	Anexos o información complementaria