

EMPRENDIMIENTO

6to. Semestre

2025-2026B



MÓDULO IV

PROYECTO EMPRENDEDOR Y HABILIDADES PARA EL EMPRENDIMIENTO



ESTUDIANTE

NOMBRE: _____

PLANTEL: _____ GRUPO: _____ TURNO: _____

COLEGIO DE BACHILLERES DE TABASCO

Mtro. Fernando Yrys Hernández

Director General

Mtra. Ana Fanny Hernández Montero

Directora Académica

Lic. Celis del Carmen Ranero Lara

Subdirectora de Planeación Académica.

Mtra. Natividad Vertiz Hernández

Jefa del Departamento Capacitación para el Trabajo

FORMACIÓN LABORAL BÁSICA DE EMPRENDIMIENTO

MÓDULO IV. PROYECTO EMPRENDEDOR Y HABILIDADES PARA EL EMPRENDIMIENTO

SUBMÓDULO I. PROYECTO EMPRENDEDOR

SUBMÓDULO II. HABILIDADES PARA EL EMPRENDIMIENTO

En la realización del presente material participaron:

Coordinadora: Dra. Emma Elizabeth Chablé García. Plantel 4

Asesora: Dra. Griselda Rodríguez Flores. Plantel 4

Participantes: Dra. Karina Meza Zurita. Plantel 1, Dra. Christian Ivett Pérez Vera. Plantel 1,

Dra. Dioselina de la Cruz Ruiz. Plantel 5

Edición: 2025-2026B

Revisado por moderador a cargo del seguimiento académico:

Lic. María Margarita García Vidal

Este material fue elaborado bajo la coordinación y supervisión del Departamento Capacitación para el Trabajo de la Dirección Académica del Colegio de Bachilleres de Tabasco y el contenido del mismo es gratuito, sin fines de lucro y con la responsabilidad de su buen uso para fines educativos www.cobatab.edu.mx

Mensaje de Bienvenida del Director General	5
Presentación Programa de Estudios	6
Programa de Estudios de la Formación Laboral Básica de Emprendimiento	8
Fundamentación de la Formación Laboral Básica en Emprendimiento	9
Justificación de la Formación Laboral Básica en Emprendimiento	12
Ubicación de la Formación Laboral Básica en Emprendimiento	14
Mapa de la Formación Laboral Básica en Emprendimiento	15
Competencias Laborales Básicas	16
Proceso de Evaluación Bajo el Enfoque en Competencias	19
Rol estudiante	21
Simbología	22
Temario	24
Submódulo 1 Proyecto emprendedor	25
Presentación y Propósito del Submódulo	26
Dosificación programática	27
Encuadre del Submódulo	28
Situación didáctica “ ECOAMBIENTIS ESPECIALISTAS EN GESTIÓN MEDIO AMBIENTAL”	29-33
Evaluación diagnóstica	34
Lectura 1. Ecosistema Emprendedor	35-40
Actividad de aprendizaje de reforzamiento No. 1 Mapa conceptual	41
Instrumento de evaluación. Lista de cotejo 1	42
Lectura 2. Estructura del proyecto emprendedor	44-59
Actividad de aprendizaje de reforzamiento No. 2 Presentación y exposición de la estructura del proyecto emprendedor	60
Instrumento de evaluación. Lista de cotejo 2	61
Lectura 3: Resumen Ejecutivo	63-89
Actividad de aprendizaje de reforzamiento No. 3 Resumen ejecutivo	90
Instrumento de evaluación. Lista de cotejo 3	91
Lectura 4. Plan de negocios	93-109
SIGA No.1 Presentación física o digital del plan de negocios	110
Instrumento de evaluación. Lista de cotejo	111
Lectura 5. Gestiones de apoyo a emprendedores	114-118

“Educación que genera cambio”

Lectura 6. Presentación del proyecto emprendedor	119-123
Submódulo II Habilidades para el emprendimiento	125
Presentación y propósito del Submódulo	126
Dosificación programática	127-128
Encuadre del Submódulo	129
Situación didáctica “EUROLIMPIEZAS PANCENSES”	130-134
Evaluación diagnóstica	135
Lectura 1. Habilidades de la comunicación	136-148
Actividad de aprendizaje de reforzamiento No. 1 Mapa mental	142
Instrumento de evaluación. Lista de cotejo 1	143
Lectura 2. Gestión emocional	150-162
Actividad de aprendizaje de reforzamiento No. 2 Infografía	163
Instrumento de evaluación. Lista de cotejo 2	164
Lectura 3. Coaching	166-178
Actividad de aprendizaje de reforzamiento No. 3 Presentación de tipos de coaching	179
Instrumento de evaluación. Lista de cotejo 3	180
Lectura 4. Empoderamiento	182-189
SIGA No.1 Test de diagnóstico de habilidades gerenciales	190-196
Instrumento de evaluación. Lista de cotejo	197
Himno, Porra institucional, Cobachito COBATAB	198-200



Mensaje de Bienvenida del Director General

GUÍA DE ESTUDIANTES

Estimada comunidad estudiantil del Colegio de Bachilleres de Tabasco: quiero hacer énfasis en nuestra Institución, la cual tiene 5 décadas forjando el aprendizaje de cada uno de los jóvenes, hoy muchos de los que han pasado por nuestras aulas de clases son profesionistas exitosos.

Dentro del marco del 50 aniversario COBATAB, me permito como Director General enviarles un cordial saludo y dirigirme a ustedes a través de esta guía de estudio diseñada para acompañarlos como una herramienta en su formación académica y personal.

En esta etapa de su vida, el aprendizaje autónomo es clave para descubrir sus talentos, fortalecer sus habilidades y construir un futuro con propósito. Cada actividad, cada lectura y cada reto que encuentren en esta guía de estudio está pensado para impulsar su Desarrollo integral.

Les invito a asumir con responsabilidad su proceso de aprendizaje, a colaborar con sus compañeros, docentes y a mantener siempre una actitud de respeto y apertura. En el Colegio de Bachilleres de Tabasco promovemos la equidad y creemos firmemente en el potencial de cada uno de ustedes.

Esta guía de estudio busca ser clara y accesible, con objetivos definidos y contenidos relevantes para su contexto. Les animo a aprovecharla al máximo, a preguntar, reflexionar y aplicar lo aprendido en su vida diaria.

Confío en su capacidad para superar desafíos, alcanzar metas y contribuir positivamente a su comunidad. Cuentan con el apoyo de sus docentes y de todos los que integramos esta institución.

Con entusiasmo y compromiso, sigamos construyendo juntos una educación de calidad, que genera cambio.

Con aprecio y confianza,

Fernando Yrys Hernández
Director General
Colegio de Bachilleres de Tabasco



Presentación Programa de Estudios

Desde su creación, el Colegio de Bachilleres de Tabasco tiene como objetivo impartir educación de nivel medio superior en la modalidad de bachillerato general, operando desde el año 2009 un plan de estudios bajo un enfoque por competencias a través del Marco Curricular Común definiendo así los rasgos del perfil del egresado de la EMS en donde las competencias genéricas en su conjunto delinean el perfil deseable del joven bachiller. En 2017 el modelo educativo para la educación obligatoria ratificó la importancia de continuar bajo el enfoque por competencias, sumando los aprendizajes claves, colocando en el centro al estudiante y al aprendizaje. Es importante destacar que, el Sistema Nacional de Bachillerato (SNB) se sustenta en la Reforma Integral en Educación Media Superior (RIEMS); con ésta los diferentes subsistemas del Bachillerato existentes en México, unifican sus criterios de formación académica, pero conservando sus programas y planes de estudio, esto gracias a la construcción de un Marco Curricular Común (MCC) basado en competencias -genéricas, disciplinares y profesionales- que conformarán el perfil de egreso del estudiante.

La importancia del Sistema Nacional de Bachillerato (SNB) radica no sólo en aspirar o llegar a alguno de los niveles, sino en transformar la vida escolar al alinear prácticas, costumbres y procesos en beneficio del plantel y de la comunidad a la cual impacta; es decir, el ingreso y permanencia al Sistema Nacional Bachiller (SNB) han de originarse y articularse en todos los niveles y directrices de la institución educativa. En este sentido, los planteamientos del Marco Curricular Común de la Educación Media Superior (MCCEMS)¹ buscan una formación integral en el estudiantado mediante el desarrollo de la capacidad creadora, productiva, libre y digna del ser humano, con amor al país, a su cultura e historia.

¹ El cual puede ser consultado a través del siguiente enlace:
<https://educacionmediasuperior.sep.gob.mx/work/models/sems/Resource/13516/1/images/Documento%20base%20MCCEMS.pdf>



Por ello, el Bachillerato General plantea las diversas Unidades de Aprendizaje Curricular (UAC) y Formación Laboral para el Trabajo para que con sus estudiantes egresados contribuya al logro de su objetivo específico, el cual radica en la “conformación de una ciudadanía reflexiva, con capacidad de formular y asumir responsabilidades de manera comunitaria, interactuar en contextos plurales y propositivos, trazarse metas y aprender de manera continua y colaborativa”.

El Colegio de Bachilleres de Tabasco a través de su Componente de Formación Laboral Básica ofrece en cuarenta y tres de sus planteles la capacitación de **Emprendimiento** con la cual se busca desarrollar en el estudiantado competencias laborales básicas, que les permitan aplicar en forma integrada los conocimientos, destrezas, habilidades, actitudes y valores con responsabilidad y autonomía para desenvolverse en contextos específicos del desarrollo personal, académico, social y profesional en situaciones de la vida común, de estudio o trabajo a lo largo de la vida.

En ese contexto, conforme a las necesidades sociales, económicas y demográficas en relación y congruencia con los objetivos y líneas de acción del programa institucional para el Colegio de Bachilleres de Tabasco, se presenta la formación laboral básica en **Emprendimiento**, específica del bachillerato general, con objetivos delimitados acorde a las características del subsistema y la necesidad del conglomerado social en el cual será aplicado, situación que deviene de tendencias académicas que obligan a este subsistema a tener en consideración las áreas de conocimiento y perfil profesional y su estrecha relación con la demanda ocupacional y la oferta laboral, esto con plena convicción de que los estudiantes del Colegio de Bachilleres de Tabasco concluyan satisfactoriamente con sus estudios de educación media superior e ingresen a sus estudios de nivel superior con herramientas y conocimientos que son de interés general conforme al área geográfica y entorno social en el que se desarrollen; por lo que el presente documento se encuentra conformado en apartados mediante los cuales describe la justificación y los elementos claves para su implementación en el aula.



“Educación que genera cambio”

Programa de Estudios de la Formación Laboral Básica en Emprendimiento

Semestre	Tercero, Cuarto, Quinto y Sexto	
Créditos	56 totales / 14 por semestre	
Componente	De formación laboral	
Nivel de formación laboral	Básica	
Tiempo asignado	Mediación docente	Estudio independiente
	448 h. totales 112 h. por semestre	112 h. totales 28 h. por semestre
Sector productivo	Servicios profesionales, Científicos y Técnicos. ²	



² Acorde al RENECE – Registro Nacional de Estándares de Competencia por Sector Productivo.
Disponibles en <https://conocer.gob.mx/renece-registro-nacional-de-estandares-de-competencia-por-sector-productivo/>

Fundamentación de la Formación Laboral Básica de Emprendimiento

La Dirección General del Colegio de Bachilleres de Tabasco en coordinación con la Dirección General del Bachillerato (DGB), acorde a la Nueva Escuela Mexicana (NEM) y al Marco Curricular Común de la Educación Media Superior (MCCEMS), y en su responsabilidad de enfrentar tanto los nuevos retos como los objetivos que de estos se desprenden, actualiza el presente Programa de estudios, el cual responde a una visión de educación integral, pertinente, de calidad y excelencia. Dicho programa forma parte del Componente de Formación Laboral Básica del Bachillerato General, el cual busca ser un espacio vinculado con el sector productivo, permitiendo al estudiantado no solo cumplir con su trayecto educativo, sino construir su proyecto de vida, con mayores posibilidades de inserción en el mercado de trabajo.

Esto atendiendo al mandato constitucional que en materia educativa, con base en la Reforma Constitucional a los artículos 3°, 31° y 73° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y de la emisión de la Legislación Secundaria, publicadas el 30 de septiembre de 2019 en el Diario Oficial de la Federación, determinan la reorientación del Sistema Educativo Nacional para “garantizar el derecho a la educación con un enfoque de derechos humanos y de igualdad sustantiva, para incidir en la cultura educativa mediante la corresponsabilidad y el impulso de transformaciones sociales dentro de la escuela y en la comunidad”.

Bajo este contexto, es que el Componente de Formación Laboral Básica, adquiere mayor relevancia, pues tendrá como ejes rectores:

- **Enfoque en competencias**, que busca desarrollar las capacidades y habilidades necesarias para el desempeño laboral.
- **Enfoque humanista**, que valora y respeta la diversidad y la dignidad del estudiantado, su potencial creativo, su participación, su bienestar integral y su compromiso social.



“Educación que genera cambio”

Estos enfoques se orientan a promover una educación inclusiva, equitativa y de calidad, que favorezca el aprendizaje permanente y el máximo logro de los aprendizajes.

Así pues, el Componente de Formación Laboral Básica, busca desarrollar en el estudiantado competencias laborales básicas, que les permitan aplicar en forma integrada los conocimientos, destrezas, habilidades, actitudes y valores con responsabilidad y autonomía para desenvolverse en contextos específicos del desarrollo personal, académico, social y profesional en situaciones de la vida común, de estudio o trabajo a lo largo de la vida.³ Para lograr dicho propósito, lo que a continuación se presenta es una serie de competencias laborales básicas las cuales permitirán al personal docente el abordaje de aprendizajes con la amplitud y profundidad acorde a los diversos contextos. Es decir, a partir de estas competencias, se diseñarán estrategias de enseñanza-aprendizaje que permita a las y los estudiantes ser capaces de conducir su vida hacia el futuro con bienestar y satisfacción, con sentido de pertenencia social, conscientes de los problemas sociales, económicos y políticos que aquejan al país, pero también de su entorno inmediato, dispuestos a participar de manera responsable y decidida en los procesos de democracia participativa y a comprometerse en las soluciones de las problemáticas que los aquejan y que tengan la capacidad de aprender a aprender en el trayecto de su vida.⁴

³ Subsecretaría de Educación Media Superior. (2023b). El currículum laboral en la educación media superior. SEP.

⁴ Subsecretaría de Educación Media Superior. (2023b). El currículum laboral en la educación media superior. SEP.



“Educación que genera cambio”

Para lo cual, es de primordial importancia visualizar que debe existir una articulación contextualizada del Componente Laboral Básico, con el Currículum Fundamental y el Ampliado, para garantizar así la transferencia de los conocimientos, experiencias, habilidades, capacidades, actitudes y valores.

Es decir, esta articulación permitirá:

La transversalidad del conocimiento adquirido en el Currículum Fundamental con las competencias laborales básicas requeridas en el mercado laboral.

- Fomentar el aprendizaje en contextos diversos, utilizando métodos y estrategias de aprendizaje.
- Centrar las necesidades del mercado laboral.
- Aprovechar, mediante el Programa Aula, Escuela, Comunidad (PAEC), todas las oportunidades para poner en práctica lo que se ha aprendido; su aplicación no se limitará solo a los recursos sociocognitivos y a las áreas de conocimiento, sino que abarcará los aspectos funcionales (competencias laborales) y recursos socioemocionales.
- Mejorar la relación entre la escuela y los sectores productivos.⁵

⁵ Subsecretaría de Educación Media Superior. (2023b). El currículum laboral en la educación media superior. SEP.



Justificación de la Formación Laboral Básica en Emprendimiento

La Formación Laboral Básica Emprendimiento se ubica dentro del Área de Conocimiento de las Ciencias sociales, las cuales en el MCCEMS tienen como objeto de estudio el desarrollo de diversos aprendizajes para una formación académica, cultural, socioemocional, laboral y orientar conocimientos y saberes a través de procesos continuos con la intención de generar capacidades en las y los estudiantes para su futuro laboral. Con base en ello, a lo largo del Componente de Formación Laboral Básica, se brindará una formación de carácter genérico y transversal que le permita al estudiantado incorporarse al sector productivo con actividades relativamente sencillas, de autonomía y responsabilidad mínima, así como el enfoque ético, moral y respecto a los derechos humanos para tomar decisiones que mejoren su calidad de vida.

De manera específica, a través de la Formación Laboral Básica de Emprendimiento, el estudiantado conocerá

herramientas para favorecer el desarrollo de habilidades y actitudes en el estudiantado, a fin de que se estructuren

proyectos sustentables, viables y factibles tomando en cuenta el contexto en el que vive, que aporte valor económico y social; además de favorecer a la empleabilidad para que se incorporen al mundo laboral o desarrollen

procesos productivos independientes que le permita construir un espíritu emprendedor y una visión de negocios acorde a la realidad mundial tomando en cuenta sus intereses personales, profesionales, considerando en todo momento las necesidades de su comunidad.

Con base en lo anterior, esta Formación Laboral Básica tiene el propósito de: Detectar oportunidades de Emprendimiento, a través de la identificación de necesidades en su contexto, desde un trabajo colaborativo, creación, liderazgo de actividades, procesos o proyectos



“Educación que genera cambio”

pedagógicos para el beneficio del entorno social y así crear ideas de negocios innovadoras que permitan mejorar sus condiciones de vida centrado en un aprendizaje.

Asimismo, los y las estudiantes son personas egresadas de la Formación Laboral Básica se pueden integrar a la vida laboral tanto en instituciones públicas como privadas en los siguientes perfiles ocupacionales:

Competitivo, ejecutor, planificador, analítico, comunicativo e idealista, son los responsables de planificar, organizar, dirigir y controlar los distintos recursos, emprendedores de proyectos y negocios, gestión administrativa, dirige equipos de trabajo competitivos, acciones y optimiza los recursos, consultoría, asesor personal, negocios familiares en crecimiento, etc.

En cuanto a la aplicación de la Agenda 2030 y en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, se deben tomar medidas para que se produzcan avances significativos, los ODS necesitan decisiones claras y compromisos interconectados que se refieren a la creación y desarrollo de negocios o proyectos que sean social, económica y ambientalmente responsables, y que contribuyan a un desarrollo sostenible, identificando oportunidades y la creación de soluciones innovadoras a problemas o necesidades en el mercado. En la formación laboral de emprendimiento se considera importante para el sector productivo empresarial tanto privado como público buscar labores sociales o alianzas que permitan que las ODS logre cumplir sus metas desde el punto de vista socialmente responsable.

A continuación, mencionamos los objetivos de mayor impacto en nuestro sistema educativo dentro del contexto de formación laboral básica de emprendimiento.

- Objetivo 1. Fin a la pobreza.
- Objetivo 4. Educación de calidad.
- Objetivo 5. Igualdad de género.
- Objetivo 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- Objetivo 12. Producción y consumo responsable.



Ubicación de la Formación Laboral Básica En Emprendimiento

1er. Semestre	2do.Semestre	3er. Semestre	4to. Semestre	5to. semestre	6to. semestre
Cultura Digital I	Cultura Digital II	Ingles III	Taller de Cultura Digital	UACS Optativas	UACS Optativas
Ingles I	Ingles II	Pensamiento Matemático III	Temas Selectos de Matemáticas I		
Pensamiento Matemático I	Pensamiento Matemático II	Taller de ciencias II	Ingles IV		
UACS de 1er. Semestre	Taller de Ciencias I	UACS de 3er. Semestre	UACS de 4to. Semestre	Curriculum Ampliado	Curriculum Ampliado
Curriculum Ampliado	UACS de 2do. Semestre	Formación Laboral Básica en Emprendimiento			

Mapa de la Formación Laboral Básica De Emprendimiento

Módulo I: Fundamentos de Emprendimiento I y II

Submódulo 1	Emprendimiento I
	64 horas de mediación docente 16 horas de estudio independiente 8 créditos
Submódulo 2	Emprendimiento II
	48 horas de mediación docente 12 horas de estudio independiente 6 créditos

Módulo II: Fundamentos Administrativos y Legales

Submódulo1	Fundamentos Administrativos
	64 horas de mediación docente 16 horas de estudio independiente 8 créditos
Submódulo2	Normatividad Legal
	48 horas de mediación docente 12 horas de estudio independiente 6 créditos

Módulo III: Mercadotecnia, Ventas y Recursos Humanos

Submódulo 1	Mercadotecnia y Ventas
	64 horas de mediación docente 16 horas de estudio independiente 8 créditos
Submódulo 2	Recursos Humanos
	48 horas de mediación docente 12 horas de estudio independiente 6 créditos

Módulo IV: Proyecto Emprendedor y Habilidades para el Emprendimiento

Submódulo 1	Proyecto Emprendedor
	64 horas de mediación docente 16 horas de estudio independiente 8 créditos
Submódulo 2	Habilidades para el Emprendimiento
	48 horas de mediación docente 12 horas de estudio independiente 6 créditos

Nota: Elaboración propia.

Competencias Laborales Básicas

Hacen referencia a la capacidad para aplicar conocimientos, destrezas, habilidades, actitudes y valores en el desarrollo personal, académico, social y profesional en situaciones de la vida común, de estudio o trabajo para que el estudiantado desarrolle la formación fundamental o laboral básica, que les permite desempeñar funciones laborales de nivel dos de competencia, aplicando soluciones a problemas simples en contextos conocidos y específicos. Tienen validez oficial dentro del Sistema Educativo Nacional (SEN), lo cual se expresa con la emisión del documento que acredita su formación. Estas competencias se caracterizan por:

- **Pertinencia:** Atiende a las necesidades del sector productivo y son valoradas.
- **Relevancia:** Favorece la empleabilidad y emprendimientos productivos, sin disparidades de género, étnicas o exclusión de grupos vulnerables.
- **Coherencia:** Acorde al tipo educativo de media superior.
- **Suficiencia:** Abarca un proceso completo e independiente a las demás funciones que desempeña quien egresa de la formación para el trabajo, técnica o tecnológica en el sector productivo.
- **Autonomía:** Faculta para el análisis y toma de decisiones.
- **Responsabilidad:** Capacidad para asumir compromisos orientados al logro de objetivos y metas laborales.
- **Variedad:** Abarca la ejecución de actividades rutinarias – no rutinarias, predecibles – impredecibles – contextos diversos.
- **Complejidad:** Moviliza recursos cognitivos, procedimentales y actitudinales en diferentes niveles para la ejecución de actividades y funciones.



“Educación que genera cambio”

De igual forma es importante señalar, que, para el caso de la Formación Laboral Básica, como se señaló anteriormente, se logrará en el estudiantado el nivel de competencia dos, el cual se caracteriza por: Realización de actividades programadas, aplicación de habilidades cognitivas y de comunicación para recibir, transmitir y recordar información, utilizar técnicas, materiales, herramientas y equipamiento que no requieren un nivel de especialización para realizar actividades en contextos conocidos, además del uso de tecnologías de la información y comunicación básicas, actuando con ética, con un enfoque de sostenibilidad y responsabilidad sobre su entorno.⁶

Así mismo, para el caso de la Formación Laboral Básica en Emprendimiento, se considerarán los siguientes Aprendizajes de Trayectoria, los cuales constituyen el perfil de egreso del Componente de Formación Laboral Básica:

1. Identifica en compañía de su docente ideas de negocio, de forma creativa innovadora a través de estrategias en base a las necesidades de su contexto para favorecer el bienestar y la satisfacción de su entorno social.
2. Interpreta la viabilidad de una propuesta de valor para determinar si es competitivo, rentable e innovador para favorecer la toma de decisiones de un plan de negocio de una empresa.
3. Ordena de manera responsable las etapas del proceso administrativo mediante la identificación de su fundamento para la realización de su modelo de negocio considerando las necesidades de su contexto.
4. Clasifica en compañía de su docente los requisitos de identidad y personalidad jurídica de una empresa, registrando la autenticidad y fiabilidad de los diversos documentos legales administrativos y jurídicos para acreditar la actuación o hecho de una organización en su vida laboral.

⁶ Subsecretaría de Educación Media Superior. (2023b). El currículum laboral en la educación media superior. SEP.

“Educación que genera cambio”

5. Explica un plan de mercadotecnia y ventas, utilizando las 4 P’S del Marketing en un producto o servicio para diseñar estrategias para mayor participación en el mercado y satisfacer las necesidades o deseos de sus clientes.
6. Identifica los elementos del proceso de reclutamiento, selección de personal, contratación, capacitación de los Recursos Humanos, analizando sus diferentes etapas para favorecer el trabajo de forma colaborativa, metódica y organizada.
7. Estructura en compañía de su docente un proyecto emprendedor, resuelve y determine la viabilidad de una propuesta de valor en su entorno, con la finalidad de favorecer la creatividad, innovación y el trabajo colaborativo.
8. Distingue las relaciones con las personas para fomentar un pensamiento crítico y reflexivo, integrando los conocimientos y habilidades adquiridas para lograr un impacto positivo en lo económico, social, ambiental y productivo de una determinada región.
9. Distingue las relaciones con las personas para fomentar un pensamiento crítico y reflexivo, integrando los conocimientos y habilidades adquiridas para lograr un impacto positivo en lo económico, social, ambiental y productivo de una determinada región.

Así mismo se señalan algunas normas de competencia laboral vigentes, avaladas por el *Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales*, que podrán servir de guía para el desarrollo de los módulos:

ECO094. Venta de productos, mercancías y servicios de manera personalizada en piso.

ECO373. Elaboración de investigación de mercados cuantitativa

ECO518. Venta especializada de productos y servicios.

ECO993. Creación de negocios con una propuesta de valor sostenible.

ECO996. Elaboración de proyecto de emprendimiento con base en el Modelo de Emprendedores de Educación Media Superior.

EC1001. Gestión del Emprendimiento con base al Modelo de Emprendimiento de Educación Media Superior.

EC1223. Desarrollo de proyectos de emprendimiento



Proceso de Evaluación Bajo el Enfoque en Competencias

La evaluación por competencias es un proceso que permitirá mediante la obtención de evidencias conocer el dominio de conocimientos, habilidades y actitudes socioafectivas desarrolladas por el estudiantado. Dicho proceso deberá ser formativo e integral, es decir, permitirá visualizar no solo el saber, saber hacer y saber ser, sino también el bagaje histórico y cultural lo cual permitirá al estudiantado la comprensión de la realidad social y laboral de los sectores y de la comunidad para a partir de ello lograr su intervención y aporte. Para ello lo que a continuación se presentan son los principios que orientarán el proceso de evaluación:

- **Validez:** debe existir correlación entre los resultados de la evaluación y los resultados esperados en situaciones laborales reales
- **Confiabilidad:** producir resultados consistentes al evaluar en momentos diferentes y en diversos contextos.
- **Accesibilidad:** facilitar el acceso a cualquier persona que pueda ser capaz de demostrar el desarrollo de la competencia.
- **Comunicación:** dar a conocer previamente las condiciones en que se va a evaluar, y posteriormente, los resultados mediante la retroalimentación.
- **Equidad:** evitar cualquier práctica discriminatoria, es decir, el estudiantado será evaluado bajo los mismos criterios e indicadores
- **Flexibilidad:** adaptarse a diferentes modalidades y opciones de formación, así como a las características y necesidades del estudiantado. ⁷

⁷ Subsecretaría de Educación Media Superior. (2023). El currículum laboral en la educación media superior. SEP.



“Educación que genera cambio”

Así pues para poder llevar a cabo lo aquí planteado, se propone la utilización de una amplia gama de instrumentos que permitan visualizar tanto el proceso como el resultado final del aprendizaje del estudiantado, entre los que se encuentran: rúbricas, pruebas de ejecución, portafolios de evidencias, diario de campo o bitácora, organizadores gráficos, ensayos, resolución de ejercicios y problemas, exámenes o pruebas tipo saber, exposición, método de casos, proyectos y debates o discusiones dirigidas, entre otros.

De igual forma, es necesario que la evaluación contemple:

- Autoevaluación: cuando el estudiantado valora su desarrollo y la forma en que aprendió.
- Coevaluación: a través de la retroalimentación entre pares, fomentando la cooperación, la colaboración, la empatía y la crítica constructiva.
- Heteroevaluación: emitida por el personal docente en función de los conocimientos, habilidades, actitudes y valores ponderados en los instrumentos de evaluación.

Finalmente, respecto a los pasos para evaluar las competencias laborales básicas, se presenta a continuación una propuesta elaborada por la Subsecretaría de Educación Media Superior (2023b), la cual ilustra la ruta a seguir y constituye una referencia para el personal docente.

Pasos para evaluar competencias laborales



Fuente: Subsecretaría de Educación Media Superior, 2023b.

Rol estudiante

El rol del estudiantado en el proceso educativo no se limita simplemente a recibir información y repetirla, sino que debe ser un agente activo en la construcción de su propio conocimiento y de su identidad. En este sentido, no sólo se trata de aprender a leer y escribir; implica aprender a narrar y comprender su propia vida, tanto como autor o autora de su historia personal, como testigo de su contexto social y cultural. Este proceso es fundamental para que el estudiantado se convierta en un sujeto consciente y crítico de su realidad.

La educación es un motor de transformación social, pero también puede perpetuar las desigualdades existentes al tratar a todos y todas por igual sin considerar la diversidad inherente al estudiantado. La educación debe empoderarles, dándoles las condiciones necesarias para reconocer y cuestionar las desigualdades que les rodean. Si las y los estudiantes son insertados en una educación que no considera su clase, sexo, género, etnia, lengua, cultura, capacidad, condición migratoria, religión o cualquier otro aspecto de su identidad, es muy probable que se apropien de la idea de que “la escuela no es para ellos y ellas”, ya que se enfrentarían constantemente a comentarios o actitudes que les califican de incapaces, ignorantes, indolentes o inútiles terminando por creerlo y asumirlo como verdad. Esta auto desvalorización es una barrera significativa para su desarrollo ya que puede llevar a creer que el conocimiento y la sabiduría pertenecen únicamente a las y los “profesionales” y no reconocen el valor de su propio conocimiento y experiencia.

El rol de las y los estudiantes, entonces, debe ser el de un sujeto activo que desafía y transforma estas narrativas opresivas que fomentan las desigualdades. Debe aprender a valorar su propia voz y experiencia, y a reconocer su capacidad para conocer y transformar su realidad. La educación debe ser un proceso liberador que les permita verse a sí mismos o mismas como agentes de transformación social, capaces de escribir su propia historia y de participar activamente en la construcción de una sociedad más justa y humana.



Simbología

Icono	Descripción
	Lectura: Indica que se realizará la lectura que contiene información de los conocimientos básicos del Programa de Estudio.
	Material audio visual: Representa recursos adicionales al contenido de los conocimientos básicos del Programa de Estudio a través de un video mostrado por el docente, indicado por QR.
	Actividad: Es momento de realizar una actividad teórica – escrita que contribuye a evidenciar el propósito del aprendizaje esperado de los conocimientos básicos del Programa de Estudio.
	Práctica: Hagamos la práctica guiada, que contribuye a la aplicación de los saberes obtenidos con relación al conocimiento básico del Programa de Estudio, se acompaña con el instrumento de evaluación correspondiente.
	Docente explica: Se sugiere que esta sección el docente profundice los conocimientos para adecuarlos a su contexto.
	Actividad SIGA: Indica el producto que se contempla para la plataforma SIGA.
	Evaluación Diagnóstica: Presenta el momento para llevar a cabo la evaluación diagnóstica del submódulo.
	Instrumento de evaluación: Documento en el que tanto el estudiante como el docente observan los criterios con los que se evaluará el producto a realizar.

“Educación que genera cambio”

Icono	Descripción
	Encuadre: Presenta cada aspecto y el porcentaje de calificación con el que se evaluará el submódulo.
	Dosificación: Muestra las fechas en que los conocimientos básicos del Programa de Estudio se van a desarrollar.
	PEC: Proyecto Escolar Comunitario

Temario

Material disponible para el Modelo Académico Proyecto emprendedor	
Proyecto emprendedor. Material para el estudiante	 SCAN ME
Material disponible para el Modelo Académico Habilidades para el emprendimiento	
Habilidades para el emprendimiento. Material para el estudiante	 SCAN ME





SUBMÓDULO I.

PROYECTO EMPRENDEDOR

6TO. SEMESTRE

PRESENTACIÓN Y PROPÓSITO DEL SUBMÓDULO I

Dar a conocer al estudiante una perspectiva general de los conocimientos, competencias, habilidades y aprendizajes esperados del Submódulo I Proyecto Emprendedor, así como la forma de trabajo con cada una de las dinámicas, tópicos a evaluar, entre otros.

Nombre del submódulo	Horas de mediación docente	Horas de estudio independiente
Proyecto Emprendedor	64	16
Competencias Laborales Básicas para desarrollar		
Estructura en compañía de su docente un proyecto emprendedor, resuelve y determine la viabilidad de una propuesta de valor en su entorno, con la finalidad de favorecer la creatividad, innovación y el trabajo colaborativo.		
Sugerencias de evidencia de evaluación		
Diseña un proyecto emprendedor en base a su plan de negocios, innovando un producto o servicio de su comunidad, trabajando de manera colaborativa. Plantea la viabilidad del proyecto emprendedor, presentando el plan de trabajo de una empresa.		
Sugerencias de contenido		
Ecosistema emprendedor. - Concepto, importancia y utilidad de un Proyecto Emprendedor. Estructura del Proyecto Emprendedor. - Creación del producto y/o servicio viable - Propuesta de valor - Nombre de la empresa - Descripción de la empresa - FODA - Misión - Visión - Objetivos - Productos y/o servicios de la empresa. Resumen ejecutivo. - Naturaleza del proyecto. - El mercado. - Sistema de Producción. - Organización. - Finanzas Plan de negocios - Estructura ideológica - Estructura del entorno - Estructura mecánica - Estructura financiera - Estructura de recursos humanos Gestiones de apoyo a emprendedores. Presentación del proyecto emprendedor		

Dosificación programática

Formación Laboral Básica: Emprendimiento

Módulo IV: Proyecto Emprendedor y Habilidades para el Emprendimiento

Submódulo I: Proyecto Emprendedor Clave: C6EX

Semestre: 6to. Turno: Matutino/Vespertino Periodo: 2025 – 2026B



Submódulo	Momento	Tiempo (minutos)	Conocimientos	Semana	Fecha inicio	Observaciones
Submódulo I: Proyecto Emprendedor	Apertura	350 min	Presentación del Submódulo, Encuadre, reglamento, instrumentos de evaluación, situación Didáctica, evaluación diagnóstica, 1. Ecosistema emprendedor – Concepto, importancia y utilidad de un Proyecto Emprendedor	1	03-06 de febrero de 2026	Inicio del semestre 03 de febrero 2026, suspensión 02 de febrero
	Desarrollo	350 min	2. Estructura del Proyecto Emprendedor -Creación del producto y/o servicio viable -Propuesta de valor -Nombre de la empresa (continua)	2	09-113 de febrero 2026	
		350 min	Descripción de la empresa -FODA (Continuación)	3	16-20 de febrero de 2026	
		350 min	-Misión -Visión -Objetivos -Productos y/o servicios de la empresa	4	23-27 de febrero de 2026	Suspensión 27 de febrero
		350 min	3. Resumen ejecutivo -Naturaleza del Proyecto. -El Mercado. (Continua)	5	02-06 de marzo 2026	Campaña “Te extrañamos en el salón”
		350 min	-Sistema de producción. -Organización -Finanzas	6	09-13 de marzo 2026	Campaña “Te extrañamos en el salón”
		350 min	4. Plan de negocios - Estructuras ideológica Estructura del entorno (Continuación)	7	16-20 de marzo 2026	Suspensión 16 de marzo
	Cierre	350 min	-Estructura mecánica -Estructura financiera -Estructura de recurso humanos	8	23-27 de marzo 2026	 Evaluación sumativa
		350 min	5. Gestion de apoyo a emprendedores 6. Presentación del Proyecto emprendedor	9	13-17 de abril 2026	17 abril reunión de academias

“Educación que genera cambio”

Encuadre Del Submódulo

Nombre del estudiante: _____ Grado y Grupo: _____

Tomando como base el reglamento vigente de control escolar del COBATAB y quienes son formados en la Nueva Escuela Mexicana, se debe especificar la forma en que se trabajará, los medios y herramientas tecnológicas que se empleará, así como apoyo para el proceso didáctico. También especificar la importancia de organizar su tiempo y espacio, concientizando al joven de lo que le corresponde en sus saberes (saber ser, saber hacer, saber saber) como estudiante.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Puntaje
Situación didáctica1. Emprende ahora y alcanza el éxito	20 %
Actividad de aprendizaje de reforzamiento 1. Mapa conceptual	10 %
Actividad de aprendizaje de reforzamiento 2. Presentación y exposición: Estructura del proyecto emprendedor	10 %
Actividad de aprendizaje de reforzamiento 3. Resumen ejecutivo	10 %
SIGA 1: Plan de negocios	30 %
Examen	20%
Total	100%

La calificación evaluativa del PRIMER PARCIAL corresponde a la asignación del 2do.parcial

y final de esta asignatura en SGII.

Normatividad del curso:

1.-

2.-

3.-

Firma y nombre del alumno(a):

Firma y nombre del tutor

Nota: Este modelo se ofrece como ejemplo adaptable a su entorno social y educativo.



Situación Didáctica Submódulo I

Propósito de la Situación Didáctica	Aplicar herramientas que permitan la facilidad de crear un proyecto de emprendimiento, mediante la identificación de una necesidad o problema en su entorno. Esto, con la finalidad de fomentar el espíritu emprendedor y la capacidad de transformar ideas en proyectos viables con un enfoque de responsabilidad social.
Contexto de la Situación Didáctica	En la actualidad muchos jóvenes buscan obtener un empleo después de culminar sus estudios universitarios, sin embargo, no a todos se les presentan las mismas oportunidades o facilidades para encontrar un puesto de trabajo, pero con el conocimiento obtenido de sus estudios, pueden lograr plantearse un proyecto de emprendimiento, que permita obtener recursos económicos y superación personal.
Conflicto Cognitivo	¿Cuáles son las principales dificultades a las que ha tenido que hacer frente María Piedad y Rocío Moreno? ¿Qué habilidades personales consideras clave para emprender? ¿Cuáles son los retos a los que se enfrentaron para crear la empresa ECOAMBIETIS? ¿Consideras poder afrontar las dificultades de la creación de un nuevo proyecto?
Producto esperado	Cuestionario



“Educación que genera cambio”

SITUACIÓN DIDÁCTICA

“EMPRENDE AHORA Y ALCANZA EL ÉXITO”

LECTURA DEL ESTUDIO DE CASO: ECOAMBIENTIS ESPECIALISTAS EN GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL

*Autor: Antonio Chamorro, F. Javier Miranda González y Sergio
Rubio Lacoba*

LA EMPRESA	
Nombre de la empresa:	ECOAmbientis
Año de fundación:	2009
Ubicación:	Almendralejo (Badajoz)
Web:	www.ecoambientis.com

(s. f.). ECOAmbientis — Empresa ambiental.



“Educación que genera cambio”

Muchos jóvenes universitarios sueñan con encontrar un buen puesto de trabajo en una gran ciudad y poder así abandonar el entorno más rural en el que han vivido. No es el caso de María Piedad y Rocío Moreno, todo lo contrario. En 2009, estas dos hermanas, apasionadas del medio ambiente, decidieron volver a su pueblo natal y fundar ECOAMBIENTIS. María Piedad había rechazado continuar trabajando en una consultora ambiental de ámbito nacional y mientras buscaba trabajo sin éxito durante varios meses comienza a plantearse la posibilidad de quedarse en Almendralejo y trabajar por su cuenta. La idea se transforma en un proyecto real cuando se une a ella su hermana menor, Rocío, que hasta entonces había estado trabajando en el Departamento de Calidad y Medio Ambiente de una empresa química nacional.

El paso dado conllevaba sus riesgos, pero a cambio ganaban “poder desarrollarnos profesionalmente, para lo que nos habíamos preparado académicamente, en nuestra propia localidad”.

ECOAMBIENTIS es una empresa del sector de la consultoría medioambiental que se dirige

tanto a entidades públicas como privadas, “trabajando siempre de manera específica, estudiando con detalle tanto al cliente como las necesidades del servicio solicitado, de esta forma podemos conocer la realidad del caso y con ello, ofrecer las mejores soluciones al respecto”. Para ECOAMBIENTIS no existen proyectos grandes o pequeños. En todos se involucran al máximo para “ayudar a garantizar la viabilidad del proyecto y su calidad aportando ideas, soluciones y herramientas eficaces y eficientes, enfocadas a las características de este”. El abanico de servicios ofertados incluye los siguientes:

- Asesoría medioambiental general.
- Redacción de Estudios de Impacto Ambiental, autorizaciones ambientales, Informes de Sostenibilidad Ambiental, y Planes de Vigilancia Ambiental.
- Diseño, implantación, mantenimiento y auditoría interna de Sistemas de Gestión de la Calidad y el Medio Ambiente.
- Desarrollo de Memoria de Sostenibilidad.
- Gestión de Residuos.
- Estudios de eficiencia energética.

“Educación que genera cambio”

– Diseño de proyectos de arquitectura e ingeniería general y sustentable.

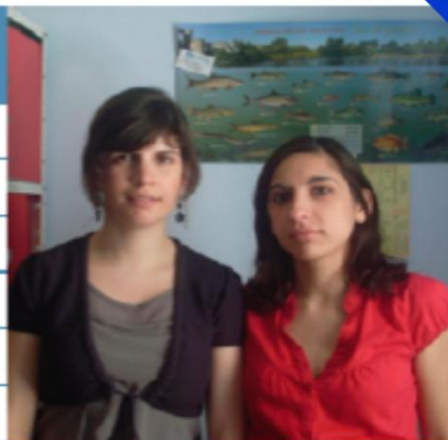
– Educación Ambiental: Elaboración de programas, impartición de jornadas y cursos.

Esta última línea de actuación la consideran fundamental para el desarrollo futuro de su

Como expertas en calidad, María Piedad y Rocío han establecido la *mejora continua* como la base de la filosofía de la empresa. Eso se traduce en dos principios de actuación concretos: la formación y la cooperación. Por un lado, mantienen una formación constante en diferentes áreas y sectores con el objetivo

LAS EMPRENDEDORAS

Nombre y apellidos:	María Piedad Moreno Sánchez
Lugar y fecha:	Almendralejo, agosto de 1982
Estudios cursados:	Licenciada en Ciencias del Mar
Nombre y apellidos:	Rocío Moreno Sánchez
Lugar y fecha:	Almendralejo, junio de 1986
Estudios cursados:	Licenciada en Ciencias Ambientales



negocio y por eso decidieron crear en 2012 un blog propio, *La Isla de las Salamandras Azules*. Se trata de un lugar de encuentro para la difusión, información y sensibilización medioambiental. Cada semana se puede encontrar en él información de interés, artículos, consejos, reflexiones, ... y hasta recomendaciones de películas, libros o música, relacionadas con la protección del entorno natural.

Moreno Sánchez, M. P., & Moreno Sánchez, R. (2022). *Datos biográficos y estudios*. Nombre del sitio o entidad.

“tanto de ofrecer las mejores técnicas en nuestro sector como de conocer aquellos a los que nos dirigimos y con ello, afinar aún más nuestro saber hacer.” Y por otro lado, creen en la colaboración entre profesionales y, por ello, *“la procuramos y facilitamos, para que de la aportación de lo mejor de cada uno surjan proyectos integrales, basados en la calidad, la sustentabilidad y la eficiencia”*.

“Educación que genera cambio”

La protección del medio ambiente es mucho más que un trabajo para María Piedad y Rocío. Es una pasión que se refleja en su día a día y que hace que “en muchas ocasiones me entretengo pensando en soluciones eficientes para pequeños o grandes problemas ambientales”. Para ellas la creatividad debe estar siempre encendida y cualquier hecho cotidiano rutinario para el resto de las personas se puede convertir en

Así un día surgió la idea: ¿por qué no poner un dispositivo que indique el tiempo de permanencia del círculo rojo ayudando a los conductores a decidir si es buena idea apagar o no el motor? Y no tiene que ser complicado o sofisticado, igual que se pone un reloj para avisar a los peatones, se puede utilizar el

un posible proyecto a desarrollar en ECOAMBIENTIS.

Como anécdota, cuentan cómo cada vez que se paran en un semáforo se preguntan si merece la pena apagar el motor del coche para ahorrar combustible y contaminar menos. “Siempre me surge la duda cuando llego a un semáforo en rojo: ¿cuánto tiempo lleva así?, ¿cuánto le quedará?, ¿son de los que duran mucho o poco.

mismo sistema para los conductores, al final investigué y descubrí que ya existen varios proyectos que se están probando”. En aquella ocasión los pensamientos no fueron a más, pero en otras sí y dan lugar, por ejemplo, al “poco ortodoxo sistema de recogida de agua que tengo en casa”.



Trees for the Future. (s. f.). Agroforestry and tree planting for sustainable development. <https://trees.org>



Contesta las siguientes preguntas en el aula para reflexionar sobre la Lectura:

1. ¿Cuáles son las principales dificultades a las que ha tenido que hacer frente María Piedad y Rocío Moreno?
2. ¿Qué habilidades personales consideras clave para emprender?
3. ¿Cuáles son los retos a los que se enfrentaron para crear la empresa ECOAMBIENTIS?
4. ¿Consideras poder afrontar las dificultades de la creación de un nuevo proyecto?



EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA

Nombre del estudiante: _____ Grado y Grupo: _____

APERTURA

Lee y analiza atentamente cada pregunta y responde a cada una de ellas de acuerdo con los conocimientos previos que posees.

Nombre: _____

Fecha: _____

— CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN

Instrucciones

Lee y analiza atentamente cada pregunta y responde a cada una de ellas de acuerdo con los conocimientos previos que posees.

1. Para ti, ¿Qué es el ecosistema emprendedor?
2. Sabes ¿Qué es un proyecto emprendedor?
3. ¿Cómo te imaginas que es la estructura de un proyecto emprendedor?
4. ¿Qué entiendes por plan de negocios?
5. ¿Qué entiendes por resumen ejecutivo?
6. ¿Conoces alguna institución que brinde apoyo a emprendedores? Si es si, ¿cuál?

Comparte tu respuesta con tus compañeros y maestro



LECTURA 1. ECOSISTEMA EMPRENDEDOR

Constantemente surgen proyectos de negocios que se consolidan como emprendimientos. Estas pequeñas empresas aspiran a crecer y a alcanzar el éxito, sin embargo, no todas lo consiguen, de acuerdo con estudios más del 65 % de los negocios desaparecen después de 10 años.

Todas las grandes compañías comenzaron con una idea y un deseo por emprender. ¿Por qué algunas tuvieron éxito y otras no? Uno de los factores esenciales detrás del éxito empresarial es la creación de un buen ecosistema emprendedor.

Concepto

Un ecosistema emprendedor consiste en el conjunto de factores y elementos que facilitan el surgimiento y desarrollo de empresas y proyectos empresariales en una determinada región. Estos incluyen capital, talento humano, cultura emprendedora, infraestructura, organizaciones de apoyo, y una buena relación entre startups, gobierno, universidades, centros de investigación e iniciativa privada que trabajen de forma cooperativa.



Chala, M. (2025, septiembre 4). Semanas de ecosistema: Cómo una maratón de eventos impulsa el crecimiento emprendedor. Creador de empresas emergentes B2B SaaS - SquadS Ventures. <https://squads.ventures/semanas-de-ecosistema-como-una-maraton-de-eventos-impulsa-el-crecimiento-emprendedor/>

“Educación que genera cambio”

Un buen ecosistema es el que tiene buena relación entre los startups, donde la colaboración público-privada es constante, donde fluye el capital y el acceso a talento especializado. Debe de existir una actitud y cultura emprendedora tanto en la población, como en las instituciones, universidad abierta a startups, grandes empresas.



Estay, LAY (2025, 31 de marzo). El Ecosistema emprendedor, ¿Sabemos realmente de qué hablamos? LinkedIn.com.
<https://es.linkedin.com/pulse/el-ecosistema-emprendedor-sabemos-realmente-de-qu%C3%A9-yumha-estay-d9xee>

Todos esos elementos propician la existencia y el fortalecimiento de un emprendimiento. Esto incluye a los trabajadores, clientes, inversores, herramientas, instituciones financieras y recursos detrás de la operatividad de la empresa, entre muchos otros.

Importancia

El ecosistema emprendedor es un pilar fundamental en el desarrollo de todo proyecto corporativo. Cuando se crean buenas relaciones de inversión, laborales y financieras, las empresas aseguran un buen crecimiento. Pero cuando este conjunto de recursos no es sólido, cambia o no es comprometido, se favorece a la inestabilidad del negocio.

Por tanto, el objetivo es crear redes de apoyo estables que contribuyan de forma contundente al emprendimiento. De este modo, habrá suficiente presupuesto para afrontar situaciones adversas, así como buenas relaciones laborales que garanticen la productividad y el número de clientes que apoyan al negocio.

“Educación que genera cambio”

Además, rodearse de agentes proactivos puede ayudar a que los jefes de estos negocios tengan una mentalidad asertiva, productiva y centrada en el entorno empresarial. Por ello, los emprendimientos suelen colaborar también con otros para asegurar un crecimiento común.

También sirve para crear una conciencia cultural sobre la importancia de los negocios y fomentar la inversión en los pequeños negocios. Esto activa la economía y facilita el crecimiento financiero de las organizaciones.

Elementos del ecosistema emprendedor

Los ecosistemas emprendedores son una red de agentes que crean un complejo entramado de relaciones. Esto hace que su estructura dependa de una gran cantidad de elementos.

A continuación, se muestran algunos de ellos:



1. Personal

Toda empresa es una suma de fuerzas. En gran medida, estas surgen por el esfuerzo humano. Tanto gerente, empleados, trabajadores en planta y supervisores son la materia prima de una compañía y sin ellos sería imposible que un emprendimiento despegue.

Hoy, las pequeñas compañías promueven el bienestar del capital humano como el mejor medio para asegurar su productividad. Al crear un ecosistema laboral sano y sólido, mejoran también el emprendimiento.

2. Infraestructura

Un factor que se entrelaza con la plantilla de una empresa es la infraestructura que sostiene las operaciones cotidianas de la organización. Oficinas, plantas de producción,



“Educación que genera cambio”

maquinaria y tecnología son algunos de los elementos materiales y físicos que determinan la naturaleza de su ecosistema.

Cuando una empresa invierte en crear ambientes físicos adecuados, armónicos y a la vanguardia, se asegura de que la vida laboral dentro de ellos sea óptima y que la interacción interna se dé en un espacio de comodidad y confianza.

3. Cultura

Otro aspecto interno de gran relevancia es la cultura. Este factor incluye los valores, misión y visión de un negocio, así como en la forma en que estos aspectos se viven dentro del entorno laboral.

La cultura es también un pilar del ecosistema, ya que permite que las organizaciones se asocien con personas e instituciones que compartan los mismos valores y códigos de ética. Solo de este modo, pueden ser coherentes en el crecimiento estructural y crear ambientes interorganizacionales con principios comunes.

4. Capital

El capital es uno de los factores externos con más influencia en la constitución de un negocio. Este elemento determina el alcance de un proyecto empresarial, los objetivos que pueden perseguir y las relaciones que se pueden crear entre los trabajadores o con otras empresas.

Este puede ser propiedad de los emprendedores, depender de la inversión de particulares o de las inyecciones por parte de instituciones financieras. Por ello, la red de un emprendiendo depende también de los agentes que lo financian.

5. Mercado

Toda empresa está enmarcada dentro de un mercado específico. En una gran proporción, otras empresas, los consumidores y las vías de distribución afectan el modo en que crece un emprendimiento.

Incluso, en algunos casos, el mercado puede ser muy agresivo, lo que hace que un ecosistema sea más difícil de manejar. Por el contrario, cuando un emprendimiento abre



“Educación que genera cambio”

un nuevo mercado, el ecosistema puede ser más reducido y este tendría que definir la lógica del ambiente en el que se inserta.

6. Gobierno

De la mano con el mercado, el gobierno es determinante para el crecimiento de un emprendimiento. Todos los negocios se tienen que someter a las políticas empresariales que dictan las leyes: el pago de impuestos, los fomentos al emprendimiento, las normas laborales, etc.

Además, hay ecosistemas emprendedores en donde hay mayor inversión pública en el crecimiento empresarial. Asimismo, en algunos contextos, se crean programas de inclusión para promover las comunidades de emprendimientos, lo que afecta sus ecosistemas.

7. Empresas

Es imposible pensar en un emprendimiento sin la existencia de otras empresas, puesto que los negocios requieren apoyarse en proveedores, maquiladoras, empresas de logística y hasta servicios externos para cumplir con su cadena productiva, de ventas y marketing. Todos los negocios son parte de un ecosistema, ya que sin otras organizaciones es imposible cumplir con los objetivos concretos y alcanzar el éxito esperado.

Utilidad de un Proyecto Emprendedor

Hablar del ecosistema emprendedor no es significativo si no lo vemos reflejado en casos concretos. A nivel internacional, el ejemplo más reconocido es Silicon Valley. Se trata del centro líder para la innovación y el desarrollo de alta tecnología que concentra universidades, corporativos, startups e inversionistas, incluso recibe un tercio del total de la inversión del capital de riesgo en Estados Unidos.



“Educación que genera cambio”

De manera similar, en México también han surgido iniciativas que demuestran la importancia del ecosistema emprendedor para transformar ideas en proyectos y casos de éxito con impacto social, de los cuales te hablamos a continuación.

Thermy

En México, uno de los ejemplos más inspiradores es Thermy, un proyecto desarrollado por estudiantes del Instituto Politécnico Nacional, que consiste en un dispositivo médico para la detección temprana de anomalías relacionadas con el cáncer de mama, combinando imágenes termográficas con inteligencia artificial, dando como resultado un estudio indoloro y preciso.



Mecalco, M. (2025, septiembre 9). ¿Cómo funciona el Ecosistema Emprendedor en México? Ernesto Reséndiz López
<https://ernestoresendizlopez.com/blog/ecosistema-emprendedor-en-mexico/>

El cáncer de mama es una enfermedad caracterizada por el crecimiento anormal y descontrolado de células en el tejido mamario, las cuales pueden formar tumores malignos con capacidad de invadir tejidos cercanos y diseminarse a otras partes del cuerpo (metástasis).

Su origen es multifactorial, ya que intervienen factores genéticos, hormonales, ambientales y de estilo de vida. La detección temprana mediante autoexploración, mastografía y estudios clínicos es fundamental, ya que incrementa significativamente la supervivencia y la efectividad del tratamiento.

Gracias al capital humano formado por desarrolladores, investigadores y especialistas en salud, Thermy pudo diseñar una solución tecnológica innovadora. La infraestructura médica y tecnológica les permitió ofrecer un proyecto de calidad, mientras que una cultura empresarial con propósito social orientó su estrategia hacia el impacto en la salud pública.

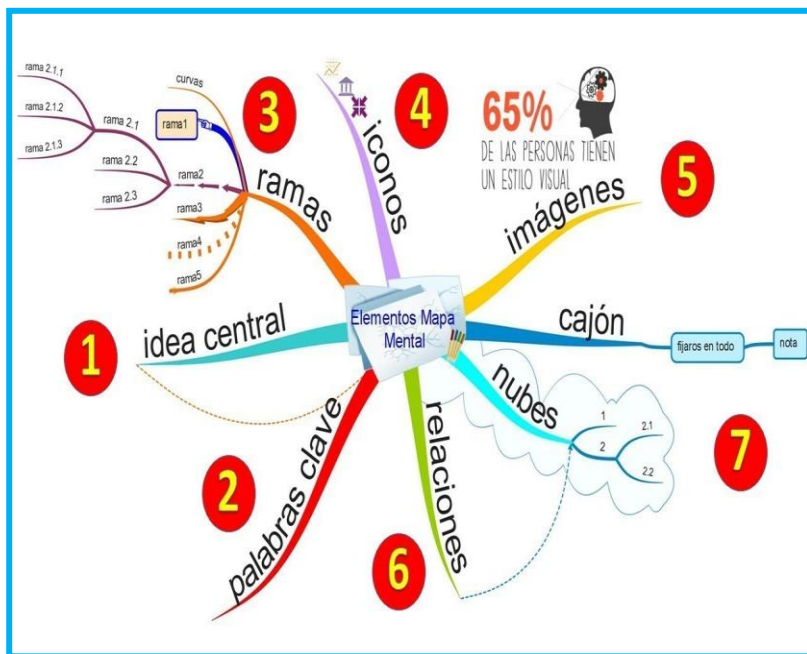


ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE DE REFORZAMIENTO NO. 1: MAPA CONCEPTUAL

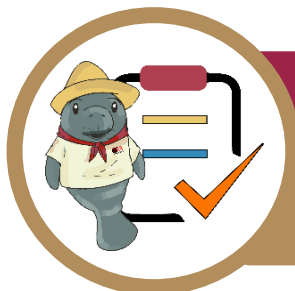
Propósito: El estudiante elaborará un mapa conceptual, esta actividad busca que el alumno comprenda qué es un ecosistema emprendedor, por qué es relevante en el desarrollo económico y social, y cómo sus componentes favorecen la creación y consolidación de proyectos emprendedores. A través de esta representación gráfica, se fortalecerán habilidades de análisis, síntesis y pensamiento crítico.

Producto Esperado: Mapa Conceptual

Instrucciones: Forma equipos colaborativos de 5 integrantes y con la información abordada en el aula de clases sobre el tema: Ecosistema Emprendedor, elabora un mapa conceptual que se enfoque en el concepto, importancia y utilidad de un proyecto emprendedor.



Canva. (s. f.). Elementos del mapa mental [Imagen]. Canva. <https://www.canva.com>



INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

LISTA DE COTEJO 1

Actividad 1: “Mapa Conceptual”

DATOS GENERALES						
Nombre(s) del alumno (s)		Matriculas(s)				
Producto: Mapa Conceptual		Fecha				
Formación Laboral Básica: Proyector Emprendedor		Periodo:2025-2026B				
Nombre del docente:		Firma del docente				
CRITERIO	INDICADORES	VALOR OBTENIDO		PONDERACIÓN	CALIF.	OBSERVACIONES Y/O SUGERENCIAS
		SI	NO			
1	Describe con claridad la idea de ecosistema emprendedor.			2		
2	Describe la importancia del ecosistema emprendedor			2		
3	Describe la utilidad de un proyecto emprendedor			2		
4	Es evidente la jerarquización de la información.			1		
5	Utiliza conectores en todas las ideas.			1		
6	Redacción clara.			1		
7	Entrega y socializa la actividad oportunamente.			1		
				CALIFICACIÓN		
Logros				Aspectos de Mejora		

Referencias

Referencias:

Clavijo, C. (2023, 21 de noviembre). Ecosistema emprendedor: qué es, elementos, importancia y ejemplos. Hubspot.es. <https://blog.hubspot.es/sales/ecosistema-emprendedor>

Mecalco, M. (2025, septiembre 9). ¿Cómo funciona el Ecosistema Emprendedor en México?

Ernesto Reséndiz López. <https://ernestoresendizlopez.com/blog/ecosistema-emprendedor-en-mexico/>



DESARROLLO

LECTURA 2. ESTRUCTURA DEL PROYECTO EMPRENDEDOR



Tomada de Rosales C., M. I. (2022, March 10). *Planificación de un Proyecto; Definición, Fases y Ejemplos*. Web y Empresas. <https://www.webyempresas.com/pla-nificacion-de-un-proyecto/>

El término proyecto proviene del latín proiectus y cuenta con diversas significaciones. Un proyecto se refiere a un conjunto articulado y coherente de actividades orientadas a alcanzar uno o varios objetivos, siguiendo una metodología definida para lo cual precisa de un equipo de personas idóneas, así como de otros recursos cuantificados en forma de presupuesto, que prevé el logro de determinados resultados sin contravenir las normas y buenas prácticas establecidas, y cuya programación en el tiempo responde a un cronograma con una duración limitada. Un proyecto inicia con una idea que se materializa poniendo en práctica una metodología.

Tipos de proyectos

Se puede decir que hay cuatro tipos de proyectos:

- 1.- Proyectos de emprendimiento.** Aquellos que nacen desde cero y que su objetivo final es obtener un rendimiento económico en un plazo determinado.
- 2.-Proyectos empresariales.** Un proyecto empresarial puede estar dirigido a cualquier área de la empresa. Para medir si el proyecto ha tenido éxito, evaluamos los indicadores de gestión, los



“Educación que genera cambio”

cuales tratamos de una u otra manera de pasarlos a unidades monetarias para poder medirlos o ver el real efecto que los mismos tienen en las empresas.

3.-Proyectos sociales. La peculiaridad más grande de estos proyectos se encuentra en que persiguen mejorar la calidad de vida de un grupo específico de personas. La evaluación de este tipo de proyectos se realiza antes, durante y tres años después de finalizado el proyecto. Los indicadores son de corte social, como el desempleo; el ingreso per cápita de una familia; el analfabetismo; el número de familia en donde el jefe de familia es una mujer.

4.-Proyectos de investigación. Este tipo de proyectos tienen frecuentemente una inversión realizada, la cual no necesariamente se puede medir como una recuperación, ya que mucho de esto genera es nuevas tecnologías que en algún momento pueden ser utilizadas.

En general, no hay un solo método a seguir para generar proyectos de emprendimiento, pero se puede decir que todos surgen con una idea que puede ser factible o viable.

Creación del producto y/o servicio viable

El lanzamiento de nuevos productos o servicios es una labor necesaria para las empresas que quieran tener un objetivo de supervivencia a largo plazo.

Los productos lanzados al mercado deben cumplir la condición de poder satisfacer las necesidades de los clientes y debe ir acompañada de la puesta en marcha de otras variables que hagan de este lanzamiento un éxito.

El proceso de creación de nuevos productos o servicios es una tarea difícil y continua. Es una actividad que no debe parar nunca si la empresa tiene vocación de continuidad.

Las fases que se han de seguir son las siguientes:



“Educación que genera cambio”

1. Obtención de ideas sobre nuevos productos. Es el punto de partida necesario para determinar las necesidades en el mercado. Se trata, pues, de una labor continua que la empresa debe realizar. La información recibida del mercado a través de los distintos canales (informales y formales) permitirá detectar cambios en los usos, gustos y costumbres de los consumidores que permitirán cambios en los productos actuales para adaptarlos a las nuevas circunstancias o para crear nuevos.

2. Decisión sobre las ideas aportadas. Una vez aportadas las ideas sobre los posibles nuevos productos se impone hacer un análisis riguroso sobre la viabilidad del mismo: - Necesidad real por parte del mercado.

- Viabilidad financiera para llevarlo a cabo (Inversiones en maquinaria, canales de distribución, personal técnico necesario...)

- Compatibilización con el portafolio de la empresa para evitar solapamiento o canibalización no deseada de productos.

3. Viabilidad del producto. Una vez superadas las dos fases anteriores, la empresa debe hacer un plan de viabilidad financiero en base a una estrategia de Marketing previa en el que se desarrollen las acciones a llevar a cabo con el producto con cada una de las variables de Marketing:

- Canal de distribución - Envases, etiquetas - Promoción, publicidad

- Mercado y segmento de población

- Posicionamiento

- Competencia a tener en cuenta.

Todo esto nos permitirá poder cuantificar a nivel monetario el lanzamiento del producto y, por lo tanto, saber la viabilidad del mismo en base a las estructuras productivas, materiales, financieras y técnicas de la empresa.

“Educación que genera cambio”

4. Test de producto. Si el producto supera las fases anteriores, el siguiente paso es hacer un prototipo para poder testarlo y analizar así la aceptación del mismo. Este test abarca desde la comparación con productos de la competencia hasta la prueba directamente con consumidores para ver la reacción de éstos ante el producto. Se trata de una prueba reducida y muy controlada. Si la respuesta inicial no es demasiado adversa se pasa al siguiente paso, que es hacer esta prueba de aceptación a un nivel más amplio. Para ello utilizamos un lugar geográfico de aplicación y a su vez en zonas que sean representativas de la media del público objetivo al que nos vamos a dirigir.

Sin duda esta prueba permite a la empresa reducir los riesgos al lanzar un producto sin hacer grandes despliegues de medios y con inversiones reducidas. En caso de fracaso las pérdidas serán menores que en el caso de un lanzamiento en todo el mercado.

La creación de un producto o servicio viable se centra en el desarrollo de un **Producto Mínimo Viable (PMV/MVP)**. El PMV es una versión del producto o servicio con las características esenciales y suficientes para atraer a los primeros usuarios, validar la idea de negocio en el mercado real con el menor esfuerzo posible, y recopilar aprendizaje validado para iteraciones futuras.



Tomada de Rosales C., M. I. (2022, March 10). *Planificación de un Proyecto; Definición, Fases y Ejemplos*. Web y Empresas. <https://www.webyempresas.com/pla-nificacion-de-un-proyecto/>

“Educación que genera cambio”

Lanzar una versión funcional de un producto (o servicio) tiene claras ventajas:

Tienes un producto mínimo viable y estás listo para el lanzamiento. Existe pasos estratégicos que debes seguir:

1. Asegúrate de que el producto mínimo viable está alineado a tus objetivos.
2. Identifica problemas específicos que quieres resolver.
3. Crea un plan de acción para implementar las funcionalidades para tu producto mínimo viable.

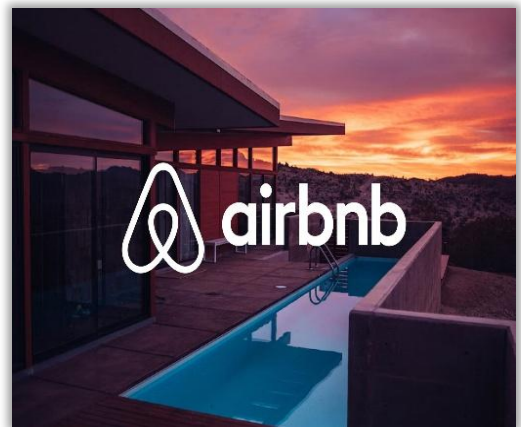
Estos son algunos ejemplos de grandes marcas que han creado un producto mínimo viable:

– Airbnb

Para poner a prueba su idea de alquilar viviendas a corto plazo eliminando intermediarios, los fundadores aprovecharon una gran conferencia en San Francisco para ofrecer a los participantes un lugar donde alojarse en la ciudad. Todo lo que tenían que hacer era sacar unas cuantas fotos de su desván y ponerlas en una página web básica. La idea funcionó rápidamente: la gente dijo que estaba interesada en alquilar su piso.



Tomado de Ortega, C. (2022, February 20). *Producto mínimo viable: Qué es y cómo definirlo*. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/producto-minimo-viable/>



Tomado de Estefanía, M. D. (2025, January 29). “Mejor un Airbnb” la campaña que logra conectar con las personas. Revista de Mercadotecnia y Publicidad; +Merca.

– Instagram

Al principio, la aplicación sólo ofrecía compartir fotos y vídeos. La interfaz funcionó y creó expectación entre los usuarios. Poco a poco, la empresa fue añadiendo otros formatos de contenido (Stories, Reels, etc.), luego otras funciones (mensajería instantánea), después las marcas pudieron integrar en la aplicación una tienda con fichas de productos, etc.



Tomado de García, J. M. (2015, December 3). *Cómo funciona Instagram - Tutorial paso a paso*. Josemiguelgarcia.net; José Miguel

García. <https://josemiguelgarcia.net/como-funciona-instagram-tutorial/>

Propuesta de valor

El lienzo de la propuesta de valor es un método de representación visual que se compone de tres partes: el perfil del cliente, donde se describen las características de un determinado grupo de personas, y el mapa de valor, donde se especifica cómo se pretende crear valor para ese determinado segmento de clientes. Se consigue el encaje, el tercer elemento del modelo, cuando ambas partes coinciden.

El perfil del cliente agrupa de la manera más estructurada y detallada posible las tareas, frustraciones y alegrías de un segmento de clientes:

- ✓ Tareas: aquello que los clientes intentan resolver en su vida personal o laboral.
- ✓ Frustraciones: son los riesgos u obstáculos a los que se enfrentan los clientes cuando realizan esas tareas.



“Educación que genera cambio”

- ✓ Alegrías: son los resultados que quieren conseguir los clientes o los beneficios concretos que buscan.

Por su parte, el mapa de valor describe las características de una propuesta de valor específica de un modelo de negocio.

Está compuesto por productos y servicios, aliviadores de frustraciones y creadores de alegrías:

- ✓ Productos y servicios: es una lista alrededor de la cual se construye una propuesta de valor.
- ✓ Aliviadores de frustraciones: describen cómo los productos y servicios aplacan las frustraciones del cliente.
- ✓ Creadores de alegrías: es una descripción de cómo los productos y servicios crean alegrías al cliente.

El encaje del modelo se consigue cuando el mapa de valor coincide con el perfil del cliente, cuando los productos y servicios generan aliviadores de frustraciones y creadores de alegrías que coinciden con alguna de las tareas, frustraciones y alegrías importantes para el cliente.

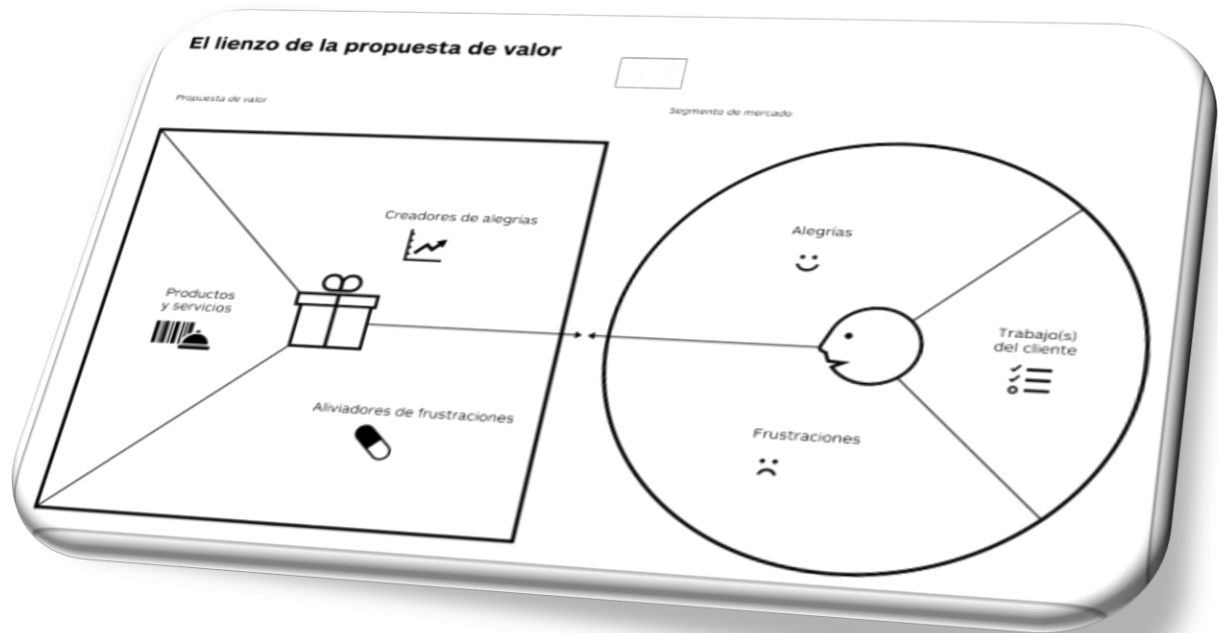
Las propuestas de valor pueden involucrar a varias personas en la búsqueda, evaluación, compra y uso del producto o servicio. Por ejemplo, piensa en una familia que tiene intención de comprar una consola de juegos.

En esa situación existen diferencias entre el comprador, la persona influyente, el que toma la decisión, los usuarios finales y los saboteadores. Por lo tanto, tiene sentido esbozar un lienzo de propuesta de valor para cada parte interesada. Analiza también cómo se vende un producto o servicio. Si se hace a través de un intermediario se necesita, en realidad, complacer a dos clientes: al final y al propio intermediario. Sin una clara propuesta de valor al intermediario, puede que la oferta no llegue al cliente final o, al menos, no con el mismo impacto. Este es el lienzo de la propuesta de valor en blanco:



“Educación que genera cambio”

Veamos cómo funciona el modelo con un ejemplo sencillo: imagínate que el propietario de una cadena de salas de cine quiere diseñar propuestas de valor nuevas para sus clientes.



Tomado de Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (n.d.). *Diseñando la propuesta de valor*. Gob.Mx. Retrieved November 19, 2025, from

Nombre de la empresa

Se entiende por Naming el conjunto de criterios, reglas con el que ponemos un nombre a una marca, un producto o un servicio. El nombre nos posiciona, asocia conceptos, nos define e identifica.

El proceso del Naming, es un proceso creativo, pero debemos tener en cuenta que debe ir asociado a Se entiende por *Naming* el proceso estratégico y creativo de crear el nombre de una marca, producto o servicio para que sea distintivo, memorable y represente su esencia.

Existen cuatro categorías para este proceso.

TIPOS DE NAMING

DESCRIPTIVO

Como el propio nombre indica describe lo que la compañía, producto, servicio es o hace. Este tipo de nombres posicionan a la marca, suelen asociarse con sus beneficios, pero también tienen sus contras, pueden resultar restrictivos y perder credibilidad.

Quando hablamos de que son restrictivos nos referimos a que debemos tener en cuenta que los proyectos, las marcas son entes vivos que cambian constantemente. Si elegimos un nombre muy asociado a nuestros servicios y estos cambian o se amplían perderemos potencial.

Las marcas personales, es nuestro nombre la propia marca. Este tipo de Naming es descriptivo, nosotros podemos ser una marca, y además con mucha personalidad. Este tipo de Naming va ganando terreno en el mercado.



ACRÓNIMO

Está formado por las siglas que define el nombre. Muchos nombres descriptivos acaban en acrónimo.

Por ejemplo, Smart (Servicios Mutualizados para Artistas) Es el acrónimo de la propuesta de valor del servicio Smart.



Marketing Estratégico. (2023). Naming: valores, emociones y experiencias [Infografía]. Marketing Digital Hoy. <https://www.marketingdigitalhoy.com/naming-infografia>

ABSTRACTOS

Los nombres abstractos son palabras inventadas. Estos nombres pueden ser poderosos, no tienen una historia detrás, son palabras vacías que con nuestro trabajo las iremos dotando de conceptos, valores, etc.

Descripción de la empresa

Una descripción de la empresa es un resumen que presenta la información esencial de un negocio, incluyendo su historia, misión, valores, estructura y personal.

Sirve para que partes interesadas como inversionistas y clientes comprendan rápidamente qué hace la empresa, su propuesta de valor y cómo se posiciona en el mercado. Debe ser clara, concisa y adaptable según el contexto, ya sea para un plan de negocios, sitio web o materiales promocionales.

Componentes clave de una descripción de empresa

- **Información general:** Qué hace la empresa, su historia y su estructura legal.
- **Propuesta de valor:** Qué la hace única y por qué es valiosa para los clientes.
- **Misión, visión y valores:** El propósito fundamental, la dirección futura y los principios que guían a la empresa.
- **Personal y equipo directivo:** Quiénes son las personas detrás del negocio.
- **Contexto de mercado:** Dónde se ubica la empresa y cómo se diferencia de la competencia.
- **Resultados y proyecciones:** Para inversionistas, se pueden incluir datos financieros y proyecciones de valor de mercado.

FODA

El Análisis **FODA** consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir las oportunidades y amenazas.

Es un ejercicio introspectivo de diagnóstico empresarial, en donde se realiza la identificación a través de un análisis previo, con la mayor objetividad posible, de las características propias de la organización o persona que la hacen fuerte ante los competidores, y que la distinguen de la competencia.

Función que realiza la organización de manera correcta, como son ciertas capacidades especiales por las que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia. Son los recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se tienen y actividades que se desarrollan positivamente.

FORTALEZAS

Función que realiza la organización de manera correcta, como son ciertas capacidades especiales por las que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia. Son los recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se tienen y actividades que se desarrollan positivamente.

- ¿Qué cosas son las que tu empresa hace muy bien, mejor que muchas otras?
- ¿Tu empresa es fuerte en el mercado o en el segmento al que apunta? ¿Por qué?

“Educación que genera cambio”

- ¿El equipo de gente está comprometido con la empresa y con la visión a futuro?

OPORTUNIDADES

Variables que resultan positivas, favorables, explotables y que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, ya que permiten obtener ventajas competitivas con respecto a otras.

- ¿El mercado en el que opera tu empresa está en crecimiento?
- ¿Los productos o servicios satisfacen las tendencias de consumo, o podrían adaptarse para hacerlo?
- ¿Existen nuevas tecnologías o cambios en el marco regulatorio que tu empresa pueda aprovechar para superarlas?

DEBILIDADES

Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. Son los recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc. pero que podemos tener influencia sobre ellas al conocerlas, para reducir sus efectos en la empresa.

- ¿Cuáles son las razones de los problemas existentes?
- ¿Los defectos vienen de la mano de insuficientes recursos de una mal asignación de los mismos?



AMENAZAS

Situaciones que provienen del entorno (variables externas) y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización, difícilmente podemos incidir en estas, sin embargo, es esencial conocerlas para minimizar la capacidad que tienen de afectarnos.

- ¿Qué cosas hacen los competidores de mejor forma que tu empresa?
- ¿Qué obstáculos legales, impositivos o normativos enfrenta tu negocio?
- ¿Existen nuevas tecnologías o modas de consumo que amenazan el futuro de tus productos o servicios?



Análisis FODA: diagnóstico para decidir. Equipo Editorial Buenos Negocios [en línea] 17 de diciembre 2012 [4 de septiembre 2014] Disponible desde Internet: <www.buenosnegocios.com/notas/231-analisis-foda-diagnostico-decidir>.

Características del análisis FODA

Permite valorar la posición de la empresa en el tiempo, ya que sus componentes son dinámicos y no estáticos.

Su implementación en el proceso de planeación estratégica se considera funcional cuando las debilidades se ven disminuidas, las fortalezas son incrementadas, el impacto de oportunidades es capitalizado en el alcance de los objetivos de la empresa, los cuales principalmente son:

- Supervivencia en el mercado y elevar el nivel de ganancias.
- Sirve como un filtro que reduce nuestro universo de análisis, disminuyendo nuestra necesidad de procesamiento.

“Educación que genera cambio”

- Es una herramienta de mucha importancia para identificar los giros estratégicos que los empresarios tienen que realizar en ocasión de mantener sus empresas a flote y un mejor manejo.
- Busca detectar y aprovechar las oportunidades particulares para un negocio en un momento dado, eludiendo sus amenazas, mediante un buen
- uso de sus fortalezas y una neutralización de sus debilidades.
- Brinda información de diagnóstico para la adecuada toma de decisiones.

FODA

Ejemplos de análisis FODA

Lista de Oportunidades O1. Subsidios a los productores de tabaco por parte del gobierno. O2. Mayor capacidad de adquisición del producto. O3. Preferencia del mercado por la demanda.	Lista de fortalezas F1. Escuelas de venta con alta experiencia. F2. Antigüedad del personal. F3. Área administrativa capacitada. F4. Producto orientado a la demanda.
FO (Maxi-Maxi) Estrategia para maximizar tanto las F como las O. 1. Continuar con la capacitación del personal administrativo y de ventas para servir al mercado. 2. Estar atento a nuevas estrategias de mercado.	DO (Mini i-Maxi) Estrategia para minimizar las D y maximizar las O. 1. Capacitar al personal en atención al cliente. 2. Mejorar los servicios de ventas. 3. Evaluar costos de ventas.
Lista de Amenazas A1. Prácticas de especulación de la competencia. A2. Estrategia de mercado de la competencia. A3. Cambio de preferencia del mercado de comercialización.	FA (Maxi-Mini) Estrategia para maximizar las fortalezas y minimizar las amenazas. 1. Abrir más oficinas al mercado. 2. Copiosidad constante al personal. 3. Buscar nuevos puntos estratégicos para la expansión.
DA (Mini-Mini) Estrategia para minimizar tanto las A como las D. 1. Definir un mejor control entre los vendedores de ventas y los analistas del mercado de la empresa.	

http://infomipyme.tmp.vis-hosting.com/Docs/NI/Offline/uam/Analisis_FODA%20_UAM_IADE.pdf

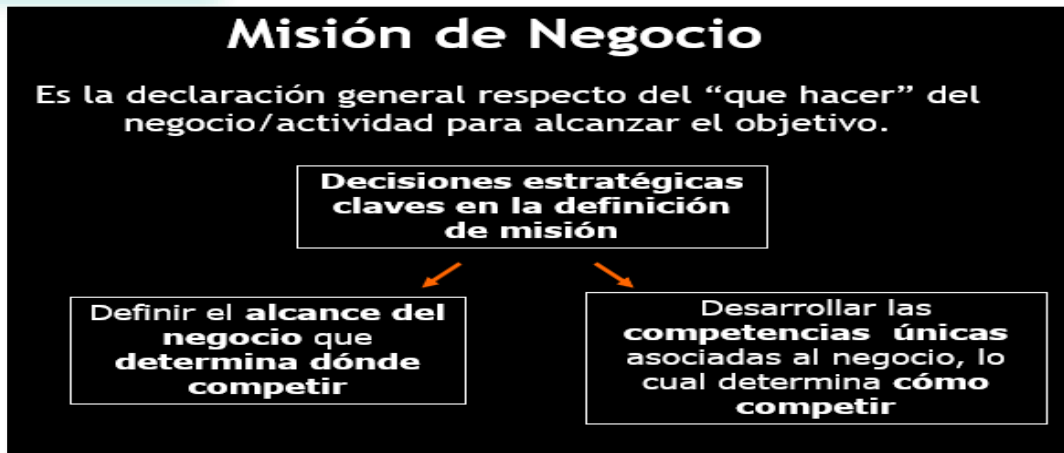
MATRIZ FODA CON LAS FUERZAS DE LA INTERSECCIÓN DE FACTORES INTERIORES Y EXTERIORES PARA LA DETERMINACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MEJORA PARA EL NEGOCIO.

Fortalezas	Debilidades	Estrategia de mejora
1. Continuar en el servicio de la fabricación de tabaco. 2. Ser proveedores de la empresa. 3. Alta capacidad de adaptación a cambios y servicios. 4. Personal capacitado y con experiencia en el manejo de clientes. 5. Productos de alta calidad.	1. Falta de control de calidad en el producto. 2. Falta de atención al cliente. 3. Falta de capacitación al personal. 4. Falta de control de costos. 5. Falta de control de inventarios.	1. Mejorar la calidad del producto. 2. Mejorar la atención al cliente. 3. Capacitar al personal. 4. Controlar los costos. 5. Controlar los inventarios.

<http://132.248.52.100:8080/xmlui/bitstream/handle/132.248.52.100/3462/castellanosdominguez.pdf?sequence=1>

Análisis FODA: Un instrumento de aplicación práctica para las MYPIMES. Equipo Editorial Buenos Negocios. Managua, Niguaragua [en línea] Junio 2002 [4 de septiembre 2014] Disponible desde Internet:<http://infomipyme.tmp.vishosting.com/Docs/NI/Offline/uam/Analisis_FODA%20_UAM_IADE.pdf>.

Misión



Como construir una misión

✓ ¿Qué ofrecemos?

(amplia descripción de los productos y beneficios que genera)

✓ ¿Qué necesidades satisfacemos?

✓ ¿A quién satisfacemos?

(amplia descripción de los mercados)

✓ ¿Dónde?

(alcance de la cobertura geográfica del negocio)



Visión

La visión de una empresa es una declaración concisa que describe las aspiraciones y metas a largo plazo de una organización, respondiendo a la pregunta "¿dónde queremos estar en el futuro?". Actúa como una guía o faro que orienta los esfuerzos y recursos de la empresa hacia un estado ideal deseado y ayuda a tomar decisiones estratégicas.

Como construir una Visión

- ✓ ¿Declara o manifiesta hacia dónde va dirigida la empresa?
- ✓ ¿En qué pretende convertirse?
- ✓ ¿Qué quiere a futuro?

Objetivos

Los objetivos son metas o fines concretos que se pretenden alcanzar y que guían las acciones de un proyecto o individuo. Sirven como una hoja de ruta, definiendo la dirección a seguir y permitiendo evaluar el éxito al comparar los resultados con lo planteado. Para que sean efectivos, los objetivos deben redactarse con verbos en infinitivo, ser claros, realistas y medibles.



Productos y/o servicios de la empresa

Las empresas dentro de una industria de servicios ofrecen productos o servicios específicos que satisfacen una necesidad o que son útiles para los clientes. A diferencia de la fabricación o la producción, las industrias de servicios no dependen de la venta de bienes o productos físicos.



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>



ACTIVIDAD DE REFORZAMIENTO NO. 2: PRESENTACIÓN Y EXPOSICIÓN DE LA ESTRUCTURA DEL PROYECTO EMPRENDEDOR

Propósito: El estudiante realizará una presentación y exposición oral sobre la estructura de un proyecto emprendedor, con el propósito de identificar y explicar de manera clara y ordenada cada uno de sus componentes. Mediante esta actividad, se busca que el alumno comprenda cómo se integran los elementos de un proyecto emprendedor para transformar una idea en una propuesta viable, considerando su contexto y posibles oportunidades de mejora.

Producto Esperado: Presentación y exposición de la estructura del proyecto emprendedor.

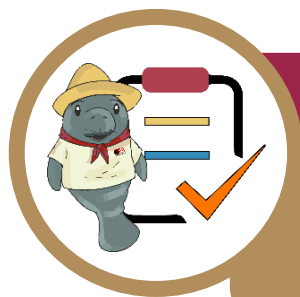
Instrucciones: El docente después de haber proporcionado el conocimiento de una estructura de un proyecto emprendedor, solicita a los estudiantes que se integren en equipos, para que realicen una **investigación de una propuesta de valor/empresa** donde llegó el momento de aplicar todas las especificaciones necesarias para la operación de un emprendimiento.

Pasos a seguir:

1. Forma equipos colaborativos de 5 integrantes
2. Realiza la investigación de una propuesta de valor/empresa
3. Elabora una presentación que incluya los elementos de la estructura del proyecto
4. Realiza la presentación de tu proyecto emprendedor.

NOTA: Guíate de los puntos solicitados en la lista de cotejo.





INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

LISTA DE COTEJO 2

Actividad 2: “Presentación y exposición estructura del proyecto emprendedor”

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN					
LISTA DE COTEJO					
PRESENTACIÓN Y EXPOSICIÓN ESTRUCTURA DEL PROYECTO EMPRENDEDOR					
DATOS GENERALES					
Nombre(s) del alumno(s)			Semestre Grupo:		
Producto: Presentación y exposición estructura del proyecto emprendedor			Fecha:		
Materia: Proyector Emprendedor			Periodo: 2025-2026B		
Nombre del docente:			Firma del docente:		
VALOR DEL REACTIVO	CARACTERÍSTICAS A CUMPLIR	VALOR OBTENIDO		CALIF.	OBSERVACIONES Y/O SUGERENCIAS DE MEJORA
		SI	NO		
2	La presentación al inicio incluye una portada, con el nombre o los nombres de los participantes y se incluye el tema que se aborda.				
1	Al inicio de la exposición, el equipo presentó el tema y dio una síntesis de la temática que se iba a abordar				
2	Todos los integrantes hablan con fluidez y demuestran conocimiento del tema.				
2	Todos los integrantes manejan los materiales y recursos visuales presentados.				
1	El equipo aporta ejemplos pertinentes que ayudan a reforzar la temática.				
1	Todos los integrantes del equipo responden a las preguntas planteadas acerca del tema expuesto por sus compañeros de clase y profesor				
1	Al final de la presentación se integran las referencias bibliográficas que fueron utilizadas para construir la temática.				
10	Calificación				

Referencias

Análisis FODA: diagnóstico para decidir. Equipo Editorial Buenos Negocios [en línea] 17 de diciembre 2012 [4 de septiembre 2014] Disponible desde Internet: <www.buenosnegocios.-com/notas/231-analisis-foda-diagnostico-decidir>.

Análisis FODA: Un instrumento de aplicación práctica para las MYPIMES. Equipo Editorial Buenos Negocios. Managua, Niguaragua [en línea] Junio 2002 [4 de septiembre 2014] Disponible desde Internet:<http://infomipyme.tmp.vishosting.com/Docs/NI/Offline/uam/Analisis_FODA%20_UAM_IADE.pdf>.

Google search. (n.d.). Google.com. Retrieved November 19, 2025, from https://www.google.com/search?q=descripci%C3%B3n+de+la+empresa&oq=&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUqCQgAEcMYJxjqAjlCAAQlXgnGOoCMgkIARajGCcY6glyCQgCEcMYJxjqAjlJCAMQlXgnGOoCMgkIBBAjGCcY6glyCQgFECMYJxjqAjlJCAYQlXgnGOoCMgkIBxajGCcY6gLSAQo0MDM3ODFqMGo3qAllsAIB8QVDM91iNIGaxQ&sourceid=chrome&ie=UTF-8

lo dejamos atrás., E. E. G. V. a. H. de L. P. A. del N. E. P. Q. P. B. M. V. N. A. y. (n.d.). *GUÍA PARA SOCIOS/AS SMART.* Smart-Ib.Coop. Retrieved November 19, 2025, from https://smart-ib.coop/media/uploads/2020/05/NAMING_EBOOK.pdf

NewsMDirector. (2021, February 17). *8 claves para elegir un buen naming para tu marca o producto.* MDirector. <https://www.mdirector.com/blog/buen-naming-marca-producto/>

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (n.d.). *Diseñando la propuesta de valor.* Gob.Mx. Retrieved November 19, 2025, from https://sinca.gob.mx/pdf/comunidad/Resumen_propuesta_de_valor.pdf

Tomado de Estefanía, M. D. (2025, January 29). “Mejor un Airbnb” la campaña que logro conectar con las personas. Revista de Mercadotecnia y Publicidad; +Merca. <https://publicidadymercados.com/mejor-un-airbnb-la-campana-que-logro-conectar-con-las-personas/>

(N.d.). Edu.Ec. Retrieved November 4, 2025, from <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5649/1/Proyectos%20de%20Emprendimiento%20.pdf>

(N.d.-b). Eoi.Es. Retrieved November 4, 2025, from <https://www.eoi.es/sites/default/files/savia/documents/componente45111.pdf>



LECTURA 3. RESUMEN EJECUTIVO

El resumen ejecutivo es una sección concisa y estratégica. Debe redactarse al final, aunque se coloca al inicio del documento extenso (como un plan de negocios o una propuesta de proyecto).

Definición

Según Asana (2025) y ThePowerMBA (2025), Un resumen ejecutivo es una versión condensada y esencial de un informe o plan detallado, que tiene como finalidad principal proporcionar a lectores con poco tiempo (frecuentemente ejecutivos o inversores) toda la información crucial en no más de una o dos páginas. Su objetivo es captar el interés del lector, ofrecerle una visión general clara de la oportunidad o problema y la solución propuesta, e incluir los datos



<https://share.google/images/5A1GuEiBEoLmRO6XY>

clave y las previsiones financieras más importantes, para que pueda tomar una decisión informada sobre si debe o no revisar el documento completo (Asana, 2025; ThePowerMBA, 2025).

El resumen ejecutivo es la carta de presentación de cualquier plan de negocios. Su función es atraer la atención del lector, generalmente un inversionista o evaluador presentando, de forma breve, clara y convincente, los aspectos más relevantes del proyecto. Autores como Longenecker, Petty, Palich y Hoy (2020) señalan que un buen resumen ejecutivo debe transmitir qué problema se resuelve, cómo se soluciona, quién es el mercado, qué tan viable es producir y vender, y cómo se sostienen las finanzas para que el negocio sea rentable.

De los planes de negocios, 60% son rechazados por posibles inversionistas en la etapa preliminar de su análisis, debido a una presentación incompleta o mal desarrollada del resumen ejecutivo,



“Educación que genera cambio”

por lo que es muy importante redactarlo teniendo en mente al inversionista, es decir, pensando en cuál es la información del negocio que le gustaría conocer para decidirse a invertir.

El resumen ejecutivo debe elaborarse con una estructura fácil de entender, seleccionando palabras clave y los elementos sobresalientes que lleven al inversionista potencial a interesarse cada vez más en el proyecto; se ubica al principio del plan de negocios, a manera de presentación del documento completo. Un buen resumen es muestra de un buen plan de negocios y éste, a su vez, la pauta de un posible buen proyecto, por tanto, es indispensable dedicar el tiempo necesario para obtener un excelente resumen ejecutivo, el cual será la carta de presentación del proyecto y del emprendedor mismo.

no debe exceder dos cuartillas para proyectos escolares o emprendedores pequeños; máximo tres cuartillas en planes de negocio más completos.

Elementos del Resumen Ejecutivo

Para que un resumen ejecutivo cumpla adecuadamente con su propósito, es necesario que incorpore un conjunto de elementos esenciales que permitan comprender el proyecto de manera integral. Estos componentes ofrecen una visión organizada y coherente sobre lo que se pretende lograr, explicando desde la esencia del emprendimiento hasta la forma en que este operará en el mercado real. En primer lugar, el resumen debe presentar claramente la naturaleza del proyecto, es decir, qué se propone, cuál es su propuesta de valor y por qué su existencia responde a una oportunidad identificada. Posteriormente, es fundamental describir el mercado, detallando a quién está dirigido el producto o servicio, qué necesidades atiende y cuál es el comportamiento de los consumidores potenciales.

Asimismo, debe incorporarse una explicación del sistema de producción o del modo en que se entregará el bien o servicio, lo que permite entender los recursos, procesos y etapas involucradas. Del mismo modo, resulta indispensable incluir la estructura organizativa, definiendo los roles, responsabilidades y la forma de operación del equipo emprendedor. Finalmente, se deben



“Educación que genera cambio”

integrar los aspectos financieros básicos, ya que estos permiten evaluar la viabilidad económica del proyecto y la manera en que se espera alcanzar la rentabilidad.

Todos estos elementos, al presentarse de forma articulada, brindan al lector una comprensión completa y rápida del emprendimiento. A continuación, se presentan y explican de manera detallada cada uno de los componentes que integran un resumen ejecutivo.

Naturaleza del proyecto

El negocio propuesto es un emprendimiento (puede ser un producto o servicio físico) que surge de una oportunidad concreta, identificada tras analizar ideas de negocio y su viabilidad. Según Schnarch (2022), lo importante no es solo tener una idea, sino diferenciar una idea de una oportunidad realizable con potencial de crecimiento. Osterwalder y Pigneur (2014) destacan que la propuesta de valor debe ser clara y fácilmente comunicable.



<https://share.google/images/5AJGuEjBEoLmRO6XY>

Se plantea una empresa con propósito y modelo de negocio claro, que combina creatividad con una gestión sólida para generar valor.

Esta sección explica de manera concreta qué es el proyecto, por qué existe y qué valor aporta.

Respecto a la naturaleza del proyecto, la información que se incluirá en el resumen es:

- **Nombre del proyecto o empresa**
- **Misión abreviada** (razón de ser)
- **Descripción del producto o servicio** en pocas líneas



“Educación que genera cambio”

- **La oportunidad detectada** (explicada sin detalles técnicos)
- **Ventaja competitiva principal**
- **Ubicación o zona de operación**

El siguiente ejemplo muestra la naturaleza del proyecto:

dedicado a la producción y venta de botanas saludables elaboradas con fruta deshidratada. Surge ante la creciente demanda de alimentos nutritivos y accesibles para jóvenes y adultos. Su principal ventaja competitiva es la elaboración artesanal sin conservadores y el uso de empaques ecológicos. Operará en la zona escolar del municipio, donde se concentra su mayor mercado potencial.”



<https://share.google/images/5AJGuEjBEoLmRO6XY>

El mercado

La investigación de mercado es el proceso mediante el cual un emprendedor recopila y analiza información sobre los consumidores, la competencia y el entorno para comprender si existe una oportunidad real para su producto o servicio. Kotler, Kartajaya y Setiawan (2021) explican que conocer el mercado permite diseñar ofertas que respondan verdaderamente a las necesidades del cliente y no únicamente a las suposiciones del emprendedor.

Comprender el mercado implica identificar quiénes son los clientes, qué requieren, cómo toman decisiones y qué alternativas existen para resolver sus problemas. Según Malhotra (2020), este análisis debe apoyarse en datos verificados, obtenidos mediante técnicas sistemáticas que permitan reducir la incertidumbre y tomar decisiones fundamentadas.

Un componente fundamental de la investigación es la segmentación, que consiste en dividir a los consumidores en grupos similares con necesidades o características afines.

Esta práctica ayuda a dirigir la propuesta de valor a quienes realmente pueden adoptarla (Kotler et al., 2021). De manera complementaria, Osterwalder y Pigneur (2010) destacan que el análisis del segmento elegido debe permitir



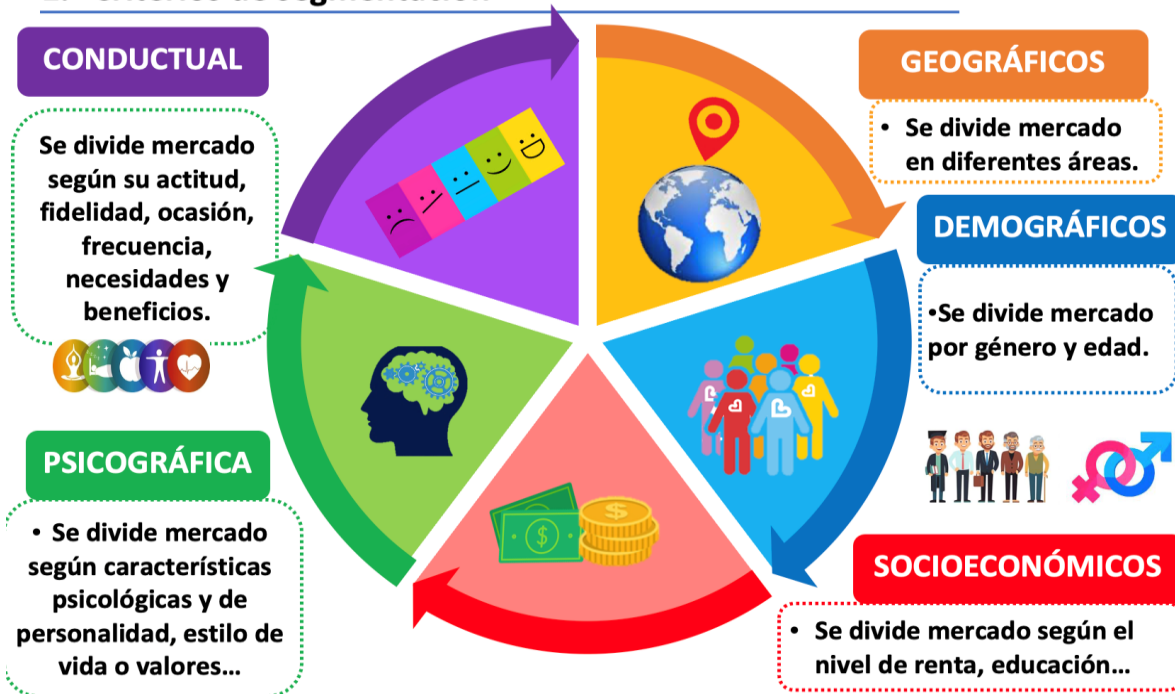
<https://share.google/images/5AJGuEjBEoLmRO6XY>

“Educación que genera cambio”

identificar sus motivaciones, frustraciones y comportamientos, lo cual orienta la construcción de propuestas de valor atractivas.

La medición del tamaño del mercado es otro paso esencial. Malhotra (2020) señala que estimar cuántos clientes existen, cuánto consumen y cuál es su capacidad de compra permite evaluar la viabilidad económica del proyecto. Para ello se suelen emplear métricas como TAM, SAM y SOM, que ayudan a diferenciar entre el mercado total posible, el mercado al que se puede acceder y el mercado que realmente se puede conquistar en una primera etapa.

1. Criterios de segmentación



Economía y Marketing. (2024). ¿Cuáles son los tipos de mercado? [Infografía]. <https://www.economiaymarketing.com/tipos-de-mercado-infografia>

“Educación que genera cambio”

Abordaremos de manera más detallada métricas para medición del tamaño del mercado.



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>

✓ **TAM / SAM / SOM.**

Cuando un emprendedor analiza su idea de negocio, es importante que entienda cuántas personas podrían comprar su producto o servicio, y para eso se utilizan tres conceptos clave: TAM, SAM y SOM. Estos ayudan a visualizar el tamaño real de la oportunidad y a planear metas alcanzables.

✓ **TAM – Mercado Total Disponible**

El TAM representa todas las personas que podrían necesitar o desear un producto como el que ofrece el emprendimiento, sin importar límites de dinero, ubicación o capacidad. En otras palabras, es el mercado más grande posible. Sirve para entender la magnitud completa de la idea.

Ejemplo:

Si un negocio vende aplicaciones para aprender inglés, su TAM sería todas las personas que buscan aprender inglés en general.

✓ **SAM – Mercado Disponible al que Sí Puedo Llegar**

El SAM es una parte del TAM. Aquí ya se considera a quién puede atender realmente el emprendimiento, tomando en cuenta la zona donde opera, los recursos disponibles y la forma en que vende.

Es decir, el SAM es el mercado que el negocio puede atender de manera realista según su modelo de trabajo.

Ejemplo:

Del TAM anterior, el SAM serían las personas que aprenden inglés en tu país o región, y que sí puedes alcanzar con tu publicidad o con tu plataforma.



✓ **SOM – Mercado Objetivo o Mercado Obtenible**

El SOM es todavía más específico. Representa a las personas que el negocio puede captar al inicio, considerando el presupuesto, la competencia y la experiencia del emprendedor.

Este es el mercado más realista para empezar, y ayuda a calcular ventas y metas del primer año.

Ejemplo:

Siguiendo el caso anterior, el SOM serían los estudiantes que realmente podrían pagar y empezar a usar tu aplicación durante los primeros meses.

Resumen las métricas quedaría así:

- **TAM** = todas las personas que podrían necesitar el producto.
- **SAM** = las personas a las que puedo llegar con mis recursos actuales.
- **SOM** = las personas que probablemente sí comprarán al inicio.

Para qué sirven en emprendimiento

Estos tres conceptos permiten que:

- No exagere el tamaño de tu idea.
- Sepas calcular metas reales.
- Tengas claro dónde debe concentrar esfuerzos al comenzar.
- Evalúes si un negocio tiene oportunidad o necesita ajustes.

En el proceso de investigación se utilizan métodos cualitativos, como entrevistas y observación, útiles para explorar motivaciones profundas, y métodos cuantitativos, como encuestas, adecuados para medir la magnitud de ciertos comportamientos o necesidades (Malhotra, 2020).

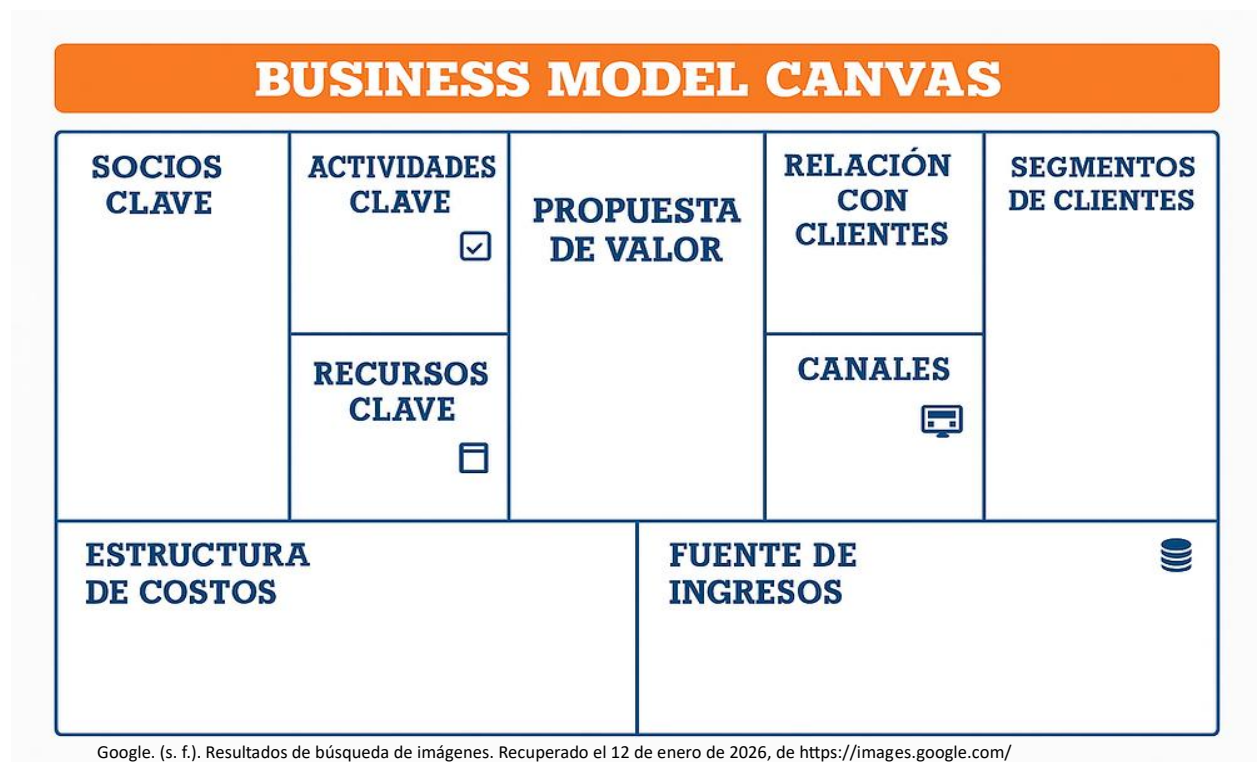


“Educación que genera cambio”

En emprendimiento moderno, estas técnicas se combinan con enfoques experimentales. Ries (2011) propone el uso de productos mínimos viables con los que el emprendedor puede obtener retroalimentación directa de los usuarios, probar hipótesis y aprender rápidamente.

Del mismo modo, Blank (2006) plantea que los emprendedores deben validar sus ideas directamente con los clientes mediante el modelo de *Customer Development*, que busca descubrir quién es el cliente, qué problema realmente tiene y cómo reaccionan frente a la solución propuesta. Esto requiere salir al mercado, observar comportamientos y ajustar la propuesta con base en lo aprendido.

Una herramienta que integra los descubrimientos del mercado es el Business Model Canvas, que permite visualizar la relación entre clientes, propuesta de valor, canales, ingresos y recursos clave. Osterwalder y Pigneur (2010) sostienen que utilizar este esquema ayuda a conectar el análisis del mercado con el diseño integral del negocio y facilita identificar ajustes necesarios antes de invertir recursos significativos.



“Educación que genera cambio”

Para definir el mercado, se hace un estudio para encontrar quién necesita el producto, cuáles son sus características y qué tan amplio es. (2022- Schnarch) propone realizar un análisis FODA para evaluar oportunidades y amenazas externas, así como fortalezas internas. Además, se analiza la competencia y las tendencias del mercado, aprovechando también las nuevas metodologías (incluye, de forma práctica, el uso de un “plan de negocio + enfoque lean”) para adaptar la oferta al contexto y a las necesidades reales.

Aquí se muestran los datos esenciales del estudio de mercado que validan la viabilidad comercial del proyecto, este Incluye:

- **A quién va dirigido** (segmento de clientes)
- **Demanda potencial** (qué tan solicitado puede ser)
- **Principales resultados de encuestas, entrevistas o investigación secundaria**
- **Competidores directos e indirectos**
- **Resumen del plan de ventas** (cómo se venderá)

Kotler y Armstrong (2017) subrayan que conocer al cliente es fundamental para definir la estrategia comercial. Malhotra (2008) sostiene que la investigación de mercados permite identificar hábitos de consumo, evaluar competencia y justificar decisiones de marketing. A continuación, se muestra un ejemplo de mercado.

“El mercado objetivo está formado por estudiantes de entre 15 y 22 años y adultos jóvenes que buscan opciones rápidas y saludables. En una encuesta aplicada a 80 personas, el 74% indicó que compraría fruta deshidratada si el precio fuera accesible. Los principales competidores son tiendas que venden botanas industrializadas; sin embargo, EcoSnack se diferencia por su frescura, calidad y empaque sustentable. El plan de ventas se centrará en puntos escolares, venta directa y redes sociales.”



Actividad sugerida: El docente solicita a los estudiantes que se integren en equipos de 5 integrantes para iniciar el resumen ejecutivo del proyecto. Para lo cual considera los dos elementos abordados del resumen ejecutivo: naturaleza del proyecto y mercado. Al finalizar presenta el resumen ejecutivo

NOMBRE DEL PROYECTO:	
Describe la naturaleza del proyecto.	Describe el Mercado.

¡MUY BIEN CONTINUA!



Sistema de producción

Definición de sistema de producción

Un sistema de producción es el conjunto de actividades, recursos y procesos que transforman insumos en bienes o servicios terminados. Su propósito es coordinar personas, maquinaria, materiales e información para lograr productos con calidad, al costo adecuado y en el tiempo requerido (Heizer & Render, 2021).

Tipos de sistemas de producción

Los modelos de producción pueden clasificarse en:

- **Por proyectos:** productos únicos y de alta personalización.
- **Por lotes:** cantidades moderadas que se producen en grupos.
- **En masa o continua:** gran volumen y procesos altamente estandarizados.
- **Por taller o procesos:** organizado por funciones, útil cuando hay variedad de productos.

Esta clasificación permite seleccionar métodos de control, programación y diseño de planta adecuados (Slack, Brandon-Jones & Johnston, 2022).

Indicadores clave

Los indicadores básicos en producción incluyen la productividad, la calidad y los tiempos de entrega, además del control de inventarios y la capacidad de respuesta ante variaciones en la demanda. Estos factores permiten medir el desempeño global del sistema (Heizer & Render, 2021).

Técnicas y herramientas esenciales

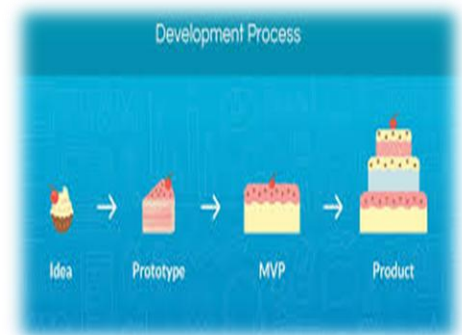
Existen herramientas para mejorar la operación, como el diseño de layout, el Just in Time (JIT) y los enfoques Lean, que ayudan a eliminar desperdicios y optimizar los flujos. También se emplean diagramas de proceso, hojas de ruta y controles visuales para coordinar actividades de forma más eficiente (Slack et al., 2022).

En el **Sistema de producción** se describe cómo se va a producir el bien o servicio: recursos materiales, equipo humano, proveedores y el proceso de producción. (Schnarch, 2022) en la estructuración de negocios podemos basarnos en modelos



como Canvas y estrategias de validación de ideas (producto mínimo viable, pruebas de concepto).

Asimismo, se plantea un sistema progresivo: primero un prototipo o mínimo viable, validación con clientes, luego escalado si la demanda lo justifica. Eso minimiza riesgos y optimiza recursos.



En cuanto al sistema de producción, la información que se incluirá en el resumen es:

- Proceso de producción (simplificado y resumido).
- Características generales de la tecnología.
- Necesidades especiales de equipo, instalaciones, materia prima, mano de obra, etcétera.
- Resume cómo se elaborará el producto o cómo se prestará el servicio.

Incluye:

- Proceso productivo simplificado (máximo 5–7 pasos)
- Equipo o tecnología necesaria
- Requerimientos básicos de instalaciones y mano de obra
- Proveedores clave

“Educación que genera cambio”

Chase, Jacobs y Aquilano (2019) señalan que un sistema de producción eficiente debe optimizar recursos, garantizar calidad y minimizar tiempos. Además, la filosofía de “Producto Mínimo Viable” (Ries, 2011) permite validar el producto con inversiones pequeñas antes de escalar. El ejemplo siguiente nos muestra el sistema de producción.

“La producción se realizará en una cocina equipada con deshidratador, mesas sanitizadas, báscula y selladora térmica. El proceso incluye: selección de fruta, lavado y corte, deshidratado, porción empaquetado y etiquetado. Los proveedores serán productores locales de fruta para asegurar frescura y costos accesibles.”

Organización

¿Qué es la organización?

La organización es el proceso mediante el cual una empresa estructura y distribuye sus recursos —personas, actividades, información y materiales para alcanzar sus objetivos de manera eficiente. Consiste en definir tareas, asignar responsabilidades, establecer relaciones de autoridad y coordinar los esfuerzos colectivos dentro de una estructura formal (Robbins & Coulter, 2022).

Importancia de la organización

Organizar adecuadamente permite que las operaciones fluyan con claridad, evita duplicidad de funciones, facilita la comunicación interna y aumenta la productividad. Una estructura bien planteada ayuda a que cada área conozca su papel dentro del negocio y contribuya al cumplimiento de los objetivos estratégicos (Chiavenato, 2020).



Elementos de la organización

División del trabajo: separar las actividades en tareas específicas para mejorar la eficiencia.

1. **Departamentalización:** agrupar actividades en áreas o departamentos (por funciones, productos, procesos, clientes o ubicación).
2. **Jerarquía y autoridad:** definir quién toma decisiones y quién supervisa a quién.
3. **Coordinación:** asegurar que todas las áreas colaboren y trabajen alineadas.
4. **Tramos de control:** número de personas que un supervisor puede dirigir de manera efectiva.

Estos elementos permiten construir estructuras claras y funcionales (Koontz & Weihrich, 2013).

Tipos de estructuras organizacionales

- **Estructura funcional:** se organiza por áreas como finanzas, operaciones, ventas, etc. Es simple y eficiente, aunque puede generar aislamiento entre departamentos.
- **Estructura por productos:** cada línea de producto tiene su propia área de administración. Favorece la especialización.
- **Estructura matricial:** combina dos dimensiones (por ejemplo, función y proyecto). Facilita la colaboración, aunque puede generar doble autoridad.
- **Estructura horizontal o por procesos:** se centra en flujos de trabajo y equipos autónomos. Aporta flexibilidad e innovación.

Estas estructuras ayudan a las empresas a adaptarse a su entorno y a sus objetivos (Robbins & Coulter, 2022).

La organización en el resumen ejecutivo explica cómo se administrará el negocio y quién realizará cada función, incluye:



“Educación que genera cambio”

- Organigrama básico
- Roles y funciones de cada integrante
- Marco legal sugerido (persona física, sociedad, etc.)

Manuales y herramientas organizativas

Para sostener la organización se usan herramientas como:

- **Organigramas:** representación gráfica de los niveles, puestos y relaciones de autoridad.
- **Manuales de organización:** describen funciones, responsabilidades y procedimientos.
- **Descripciones de puesto:** especifican tareas, requisitos y responsabilidades individuales.

Estas herramientas son esenciales para lograr claridad y coordinación dentro de la empresa (Chiavenato, 2020).

Centralización y descentralización

La **centralización** significa que las decisiones importantes se toman en los niveles altos de la organización, lo que permite un mayor control estratégico.

La **descentralización**, en cambio, delega autoridad hacia niveles inferiores, ofreciendo rapidez, flexibilidad y motivación al personal.

El grado adecuado depende del tamaño de la empresa, su cultura y el tipo de decisiones necesarias (Koontz & Weihrich, 2013).

Robbins y Coulter (2018) mencionan que una estructura organizacional clara evita duplicidad de funciones y facilita la toma de decisiones. Schnarch (2022) recalca que la gestión administrativa es tan importante como la creatividad del producto.



“Educación que genera cambio”



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>
Continuado con el ejemplo aplicado de organización sería el siguiente:

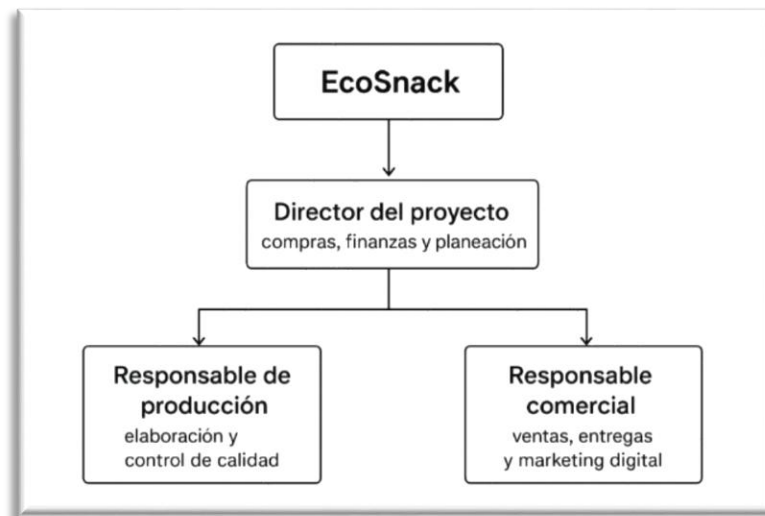
“El equipo estará conformado por:

1. Director del proyecto: compras, finanzas y planeación;
2. Responsable de producción: elaboración y control de calidad;
3. Responsable comercial: ventas, entregas y marketing digital.

El emprendimiento iniciará como persona física con actividad empresarial.”

El organigrama de acuerdo a la estructura quedaría de la siguiente manera:

Organigrama del emprendimiento EcoSnack.



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>

Actividad Sugerida. Organigrama de la empresa.

Instrucción: Integrados en equipos de 5 integrantes realiza un organigrama de la empresa (emprendimiento) en formato digital o físico. Previamente leer la lectura y consultar el ejemplo.



¡MUY BIEN CONTINUA!



Finanzas

Función de las finanzas

Las finanzas permiten decidir cómo obtener y administrar el dinero de un negocio, asegurando su operación y crecimiento. Comprenden la administración de ingresos, costos, inversiones y flujo de efectivo, elementos fundamentales para evaluar la salud financiera de cualquier proyecto (Brealey, Myers & Allen, 2021).



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes.
Recuperado el 12 de enero de 2026, de
<https://images.google.com/>

Estados financieros básicos

Estado de resultados: resume ingresos, gastos y utilidad de un periodo.

- **Balance general:** muestra activos, pasivos y capital en una fecha específica.
- **Flujo de efectivo:** registra entradas y salidas reales de dinero, clave para la liquidez.

Estos tres documentos permiten evaluar si una empresa puede operar y cumplir sus obligaciones (Brealey et al., 2021).

Conceptos financieros esenciales

- **Ingresos y utilidad:** no son lo mismo; la utilidad es lo que queda tras restar costos e impuestos.
- **Costos fijos y variables:** los fijos permanecen constantes; los variables dependen del nivel de producción.
- **Punto de equilibrio:** nivel de ventas donde no hay pérdida ni ganancia.
- **Flujo de caja:** refleja el dinero real disponible, independientemente de la utilidad contable.

Estos conceptos permiten diagnosticar viabilidad y estabilidad financiera (Brealey et al., 2021).

Razones financieras básicas

- **Razón corriente:** capacidad de cubrir deudas a corto plazo.
- **Margen de utilidad:** porcentaje de ganancias respecto a las ventas.
- **Índice de endeudamiento:** proporción de activos financiados con deuda.

Estas métricas facilitan evaluar la posición financiera general del emprendimiento (Brealey et al., 2021).

Fuentes de financiamiento

Los pequeños emprendedores suelen recurrir a ahorros propios, microcréditos, préstamos bancarios o aportes de familiares e inversionistas iniciales. Cada opción implica costos y compromisos distintos, por lo que debe analizarse según la capacidad de pago y el riesgo del proyecto (Brealey et al., 2021).

Ross, Westerfield y Jordan (2019) explican que las decisiones financieras deben basarse en estimaciones realistas sobre inversión, flujos y riesgos. Longenecker et al. (2020) señalan que los inversionistas requieren ver cifras claras y supuestos bien explicados.

Expone la viabilidad económica y financiera del proyecto de forma breve.

Incluye:

- Capital inicial
- Costos fijos y variables estimados
- Proyección de ingresos
- Punto de equilibrio
- Modelo de financiamiento (propio, crédito, inversionistas)
- Indicadores financieros básicos

Ejemplo aplicado:

“La inversión inicial es de \$9,000 MXN destinados a equipo básico e insumos. Los costos mensuales suman alrededor de \$2,200 MXN. Con un precio promedio de \$20 por paquete y una venta proyectada de 180 unidades por semana, el punto de equilibrio se alcanzaría en el tercer mes de operación. El proyecto se financiará con aportación propia de los integrantes.”



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>



EJEMPLO DE RESUMEN EJECUTIVO YA ELABORADO

EcoSnack – Botanas Saludables Artesanales

EcoSnack es un microemprendimiento dedicado a la elaboración y venta de botanas saludables de **fruta deshidratada**, orientado a consumidores que buscan opciones nutritivas, accesibles y prácticas. El proyecto surge ante la creciente tendencia hacia alimentos naturales y la necesidad de alternativas más saludables para jóvenes y adultos.

Naturaleza del Proyecto

Nombre de la empresa: EcoSnack

Misión abreviada: Ofrecer snacks naturales elaborados con fruta deshidratada, promoviendo hábitos alimenticios más saludables.

La oportunidad detectada: Aumento en la demanda de opciones nutritivas y libres de conservadores entre estudiantes y adultos jóvenes.

Ventaja competitiva principal: Proceso artesanal, ingredientes naturales y empaques ecológicos.

Ubicación inicial: Zona escolar del municipio y comercio local.

El Mercado

El mercado objetivo está compuesto por estudiantes, deportistas y adultos jóvenes que buscan alternativas saludables para su consumo diario.

“Educación que genera cambio”

Una encuesta aplicada a 80 personas mostró que el 74% estaría dispuesto a comprar fruta deshidratada a precio accesible.

Los competidores principales son tiendas que venden botanas industrializadas; sin embargo, EcoSnack destaca por su calidad, frescura y propuesta ecológica.

El plan de ventas incluye distribución en escuelas, puntos estratégicos y redes sociales.

Sistema de Producción

El proceso de producción se basa en un método artesanal:

1. Selección y lavado de fruta fresca.
2. Corte y preparación.
3. Proceso de deshidratado.
4. Porción y etiquetado.
5. Empaquetado ecológico.

El equipamiento requerido incluye deshidratador semiindustrial, báscula, mesas sanitizadas y selladora térmica. Los insumos provienen de productores locales.

Organización

El emprendimiento inicia con un equipo pequeño y funciones claras:

- **Dirección del proyecto:** compras, finanzas y planeación.
- **Producción:** preparación, control de calidad y almacenamiento.
- **Ventas y marketing:** promoción, redes sociales y entregas.

El proyecto operará inicialmente como persona física con actividad empresarial.



Finanzas

Inversión inicial estimada: \$9,000 MXN (equipo, insumos, empaque).

Costos mensuales: \$2,200 MXN aproximadamente.

Precio promedio por unidad: \$20 MXN.

Con ventas proyectadas de 180 unidades semanales, el punto de equilibrio se alcanzaría alrededor del tercer mes de operación. El financiamiento será con aportación propia del equipo.



Síntesis Final

EcoSnack representa una oportunidad de negocio viable y alineada con las tendencias actuales hacia el consumo saludable. Su modelo operativo compacto, baja inversión inicial y enfoque ecológico lo convierten en un proyecto competitivo con potencial de crecimiento en el mercado local.



Resumen Ejecutivo (Ejemplo en un solo párrafo)

EcoSnack es un microemprendimiento dedicado a la elaboración y venta de botanas saludables a base de fruta deshidratada, creado para atender la creciente necesidad de consumidores que buscan opciones nutritivas, accesibles y naturales. El proyecto identifica una oportunidad en el mercado local, especialmente en zonas escolares y espacios comunitarios donde existe alta demanda de snacks rápidos, pero pocas alternativas saludables. El producto se diferencia por su proceso artesanal, el uso de ingredientes frescos y empaques ecológicos, lo que constituye su principal ventaja competitiva. El mercado objetivo está compuesto por estudiantes, deportistas y adultos jóvenes, y un estudio exploratorio realizado mediante encuestas reveló que el 74% de los participantes estaría dispuesto a adquirir productos naturales siempre que mantengan un precio accesible y buena calidad. La producción se llevará a cabo en una cocina equipada con un deshidratador semiindustrial, báscula, mesas sanitizadas y selladora térmica, siguiendo un proceso eficiente que incluye selección, lavado, deshidratación, porción y empaquetado. La organización inicial se integrará por tres funciones principales: dirección del proyecto, responsable de producción y responsable comercial. La inversión inicial estimada es de \$9,000 MXN, destinada a equipo, insumos y materiales de empaque; los costos mensuales ascienden a aproximadamente \$2,200 MXN, y con un precio promedio de \$20 por unidad y una venta proyectada de 180 unidades por semana, se prevé alcanzar el punto de equilibrio alrededor del tercer mes de operación. En conjunto, EcoSnack se presenta como un proyecto viable, sostenible y acorde con las tendencias actuales de consumo responsable, con posibilidades reales de crecimiento dentro del mercado local.



Ejemplo de resumen ejecutivo completo utilizando plantilla



RESUMEN EJECUTIVO

EcoSnack – Botanas Saludables Artesanales

EcoSnack es un microemprendimiento dedicado a la elaboración y venta de botanas saludables de fruta deshidratada, orientado a consumidores que buscan opciones nutritivas, accesibles y prácticas.

El proyecto surge ante la creciente tendencia hacia alimentos naturales y la necesidad de alternativas más saludables para jóvenes y adultos.



Naturaleza del Proyecto

- **Nombre de la empresa:** EcoSnack
- **Misión abreviada:** Ofrecer snacks naturales elaborados con fruta deshidratada, promoviendo hábitos alimenticios más saludables.
- **La oportunidad detectada:** Aumento en la demanda de opciones nutritivas y libres de conservadores entre estudiantes y adultos jóvenes.
- **Ventaja competitiva principal:** Proceso artesanal, ingredientes naturales y empaques ecológicos.



Organización

- El emprendimiento inicia con un equipo pequeño y funciones claras.
- **Dirección del proyecto:** compras, finanzas y planeación,
- **Producción:** preparación, control de calidad y almacenamiento.
- **Ventas y marketing:** promoción, redes sociales y entregas.



Sistema de Producción

- **El proceso de programación** se basa en un método artesanal:
 - Selección y lavado de fruta fresca.
 - Corte y preparación.
 - Proceso de deshidratado.
 - Porción y etiquetado.
 - Empaquetado ecológico.
- Equipamiento requerido incluye deshidratador semiindustrial, báscula, mesas sanitizadas y selladora térmica.



Finanzas

- **Inversión inicial** est. \$9,000 MXN (equipo, insumos, empaque).
- **Costos mensuales:** \$2,200 MXN aproximadamente.
- **Precio promedio** por unidad: \$20 MXN
- Con ventas proyectadas de 160 unidades semanales.
- El punto de equilibrio se alcanza a reeb del tercer mes de operación.

Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>



ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE DE REFORZAMIENTO

NO. 3: RESUMEN EJECUTIVO

Propósito: El estudiante elaborará un resumen ejecutivo con el propósito de sintetizar de manera clara, precisa y coherente la información más relevante de un proyecto emprendedor. Se busca que el alumno desarrolle habilidades de análisis, síntesis y redacción, así como la capacidad de comunicar de forma efectiva la idea central, los objetivos, la propuesta de valor y la viabilidad del proyecto, facilitando la comprensión del mismo.

Producto esperado: Resumen ejecutivo

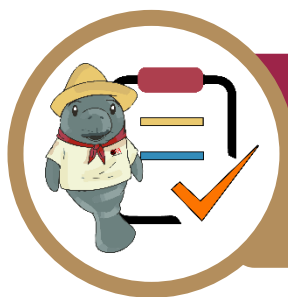
Instrucciones: Integrados en equipos de 5 estudiantes el docente solicita la elaboración del resumen ejecutivo de su proyecto, para ellos retoma el resumen ejecutivo que trabajaron con anterioridad e integran en su desarrollo la estructura de un organigrama, calculen los costos y requerimientos financieros de su proyecto, al finalizar realiza una presentación del resumen ejecutivo en formato digital y/o físico.

- 1.-Leer la lectura
- 2.- Integren todos los puntos del resume ejecutivo por área
- 3.- Elaboren un resumen integrando todos los elementos (máximo 2 cuartillas) recuerda que este tema debe despertar el interés en el inversionista
- 4.- Al finalizar el docente solicita expongan por equipos el resumen ejecutivo elaborado para realizar la retroalimentación grupal

NOTA: Guíate de los puntos solicitados en la lista de cotejo.



“Educación que genera cambio”



INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

LISTA DE COTEJO 3

Actividad 3: “Resumen Ejecutivo”

DATOS GENERALES						
Nombre(s) del alumno (s)		Matriculas(s)				
Producto: Resumen Ejecutivo		Fecha				
Formación Laboral Básica: Proyecto Emprendedor		Periodo:2025-2026B				
Nombre del docente:		Firma del docente				
CRITERIO	INDICADORES	VALOR OBTENIDO		CAL	OBSERVACIONES Y/O SUGERENCIAS	
		SI	NO			
1. Claridad del objetivo del proyecto	Explica con precisión qué es el negocio y su propósito.			1		
2. Oportunidad detectada	Justifica por qué existe una necesidad real en el mercado.			1		
3. Propuesta de valor	Se muestra la ventaja competitiva del proyecto.			1		
4. Mercado	Describe segmento, demanda y hallazgos del estudio.			1		
5. Competencia	Identifica competidores y la diferenciación.			1		
6. Producción	Explica el proceso productivo de forma breve.			1		
7. Organización	Presenta roles básicos y estructura clara.			2		
8. Finanzas	Indica inversión inicial, costos, punto de equilibrio y financiamiento.			1		
9. Redacción	El texto es claro, coherente, sin secciones rígidas.			1		
				CALIFICACIÓN		
				Aspectos de Mejora		

Referencias

- Asana. (2025). *Cómo redactar un resumen ejecutivo (incluye ejemplos)*. Recuperado de <https://asana.com/es/resources/executive-summary-examples>
- Blank, S. (2006). *Los cuatro pasos hacia la epifanía*. Wiley.
- Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2021). *Principios de finanzas corporativas* (13.ª ed.). McGraw-Hill.
- Chase, R. B., Jacobs, F. R., & Aquilano, N. J. (2019). *Administración de operaciones: Producción y cadena de suministros* (15.ª ed.). McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (2020). *Introducción a la teoría general de la administración* (10.ª ed.). McGraw-Hill.
- Heizer, J., & Render, B. (2021). *Principios de administración de operaciones*. Pearson.
- MidJourney.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de marketing* (13.ª ed.). Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Tecnología para la humanidad*. LID Editorial.
- Koontz, H., & Weihrich, H. (2013). *Administración: una perspectiva global y empresarial* (14.ª ed.). McGraw-Hill.
- Longenecker, J. G., Petty, J. W., Palich, L. E., & Hoy, F. (2020). *Administración de pequeñas empresas: Lanzamiento y crecimiento de iniciativas empresariales* (18.ª ed.). Cengage Learning.
- Malhotra, N. K. (2020). *Investigación de mercados* (6.ª ed.). Pearson.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2014). *Generación de modelos de negocio*. Deusto.
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup*. Crown Business.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2022). *Administración* (15.ª ed.). Pearson.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2019). *Fundamentos de finanzas corporativas* (12.ª ed.). McGraw-Hill.
- Schnarch Kirberg, A. (2022). *Emprendimiento exitoso: Cómo mejorar su proceso y gestión* (2.ª ed.). Ecoe Ediciones.
- Slack, N., Brandon-Jones, A., & Johnston, R. (2022). *Gestión de operaciones*. Pearson.
- ThePowerMBA. (2025). *Resumen ejecutivo: qué es, cómo hacerlo y ejemplos reales*. Recuperado de <https://www.thepowermba.com/lt/blog/resumen-ejecutivo-que-es>



LECTURA 4. PLAN DE NEGOCIOS

Convertirse en un emprendedor, o mejor aún un empresario es todo un proceso, saber preparar un buen plan de negocios solo es una parte, pero es de vital importancia dentro de dicho orden, pues no se trata simplemente de redactar un documento con todas las ideas que vienen a la mente, si no de una actividad que requiere de un pensamiento honesto sobre su concepto de negocio, el panorama competitivo, las claves para el éxito y las personas que estarán involucradas. De lo contrario una idea sin plan de negocios genera incertidumbre y obstáculos para emprender, debido a que en el mundo actual un inversionista/institución financiera sofisticada rara vez considerará invertir en un nuevo negocio sin antes haber revisado un desarrollo apropiado. (Antonio Castelán Valdivia, 2011)

Un plan de negocios es un documento en donde el emprendedor detalla la información relacionada con el proyecto de su empresa. El plan de negocio organiza la información y supone la plasmación en un documento escrito de las estrategias, políticas, objetivos y acciones que el emprendedor desarrollará en el futuro. (Emprende).



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>

“Educación que genera cambio”

Hacer el Plan de su negocio es trazar un mapa para lograr éxito para su empresa, para su actividad productiva. El plan será una guía para llegar desde, dónde se está hoy a dónde se quiere llegar en



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de

el futuro. Planificar es necesario para hacer de manera eficiente todo aquello que incluye varios pasos. Por tanto, planificar es clave para llevar adelante un emprendimiento, tarea que incluye muchas actividades como comprar insumos, producir, vender, distribuir, contratar empleados. Hacer el plan toma tiempo y a veces nos podemos sentir un poco brumados y tentados de no seguir adelante.

Sin embargo, sabemos que puede lograrse. Podemos empezar de manera simple: escribir algo en un papel. (Empretec) .

Un plan de negocios se deberá de hacer para sobrevivir dentro de un ambiente empresarial y que tiene que ser indispensable el hacer un plan, darles forma a las ideas y hacerse conscientes de que a través de la planeación es posible materializarlas, siempre y cuando sea lógico real y sobre todo apegado a la realidad que la sociedad esté en espera. (Antonio Castelán Valdivia, 2011)

¿Qué es un plan de negocios?



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>

Un Plan de Negocios es un documento que describe los objetivos de un emprendimiento y las acciones que deben darse para alcanzarlos. Tener el plan disminuye los riesgos. Se puede hacer para llevar adelante una idea de negocio nueva o para hacer crecer un negocio ya existente. (Empretec)

“Educación que genera cambio”

Un plan de negocios "es un documento escrito de manera sencilla y precisa, el cual es el resultado de una planificación. Este documento muestra los objetivos que se quieren obtener y las actividades que se desarrollarán para lograr dichos objetivos".

De igual manera, se puede explicar "un plan de negocio como un instrumento de gestión de la empresa que sirve de guía para el emprendedor o empresario implemente un negocio. Es decir, el plan de negocio es un instrumento de planificación que permite comunicar una idea de negocio para gestionar su financiamiento". Todo plan "tiene etapas predecibles que involucran una serie de tareas delimitadas en un tiempo, es decir, comienzan con el estudio de una idea y terminan con la entrega de un plan de negocio concluido".

“Un plan de negocios es útil para ayudar a conocer el negocio en detalle, es decir, sus antecedentes, las estrategias, factores de éxito o fracaso y las metas”. (Andía Valencia & Paucara Pinto, 2013)

El plan de negocios es un documento de análisis, realizado por el empresario, cuya finalidad es la de documentar la información más importante relacionada con la empresa y su mercado. El plan de negocios tiene entre sus características ser un documento demostrativo de las áreas de oportunidades, en el que se evidencia la rentabilidad y viabilidad de un proyecto. (Antonio Castelán Valdivia, 2011)



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>

¿Cuál es el objetivo?

Concretar la viabilidad y rentabilidad de un proyecto a mediano y largo plazo. Esto nos permitirá llegar a conclusiones y decidir si finalmente debe constituirse la empresa, asumiendo riesgos controlados, o si debe mejorarse la idea de negocio, evitando de esta manera un fracaso seguro. (Económico, 2024)

Los objetivos de un plan de negocios son múltiples y variarán según las necesidades de cada empresa. Sin embargo, existen algunos objetivos comunes que suelen ser los pilares de cualquier plan bien estructurado:



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes.
Recuperado el 12 de enero de 2026, de
<https://images.google.com/>

- **Definir la estrategia de negocio:** Un plan de negocios te ayuda a establecer claramente la dirección que tomará tu empresa, identificando las oportunidades en el mercado y cómo aprovecharlas.
- **Atraer inversión:** Un plan sólido es crucial para convencer a inversionistas, bancos o socios estratégicos de que tu empresa es una inversión segura. En este contexto, tener una cuenta empresarial, como la Cuenta Pyme BBVA, puede ser un factor adicional de confianza para quienes revisan tu plan.
- **Gestionar y planificar el crecimiento:** Establecer metas claras y detalladas en tu plan de negocios permite medir el progreso de la empresa y realizar ajustes según sea necesario para asegurar el crecimiento.

- **Identificar riesgos y cómo trabajarlos:** Un buen plan de negocios también considera los posibles desafíos que tu empresa podría enfrentar y propone estrategias para superarlos.



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>

Estos objetivos de un plan de negocios son esenciales para que tu empresa tenga un camino definido y se mantenga en la dirección correcta, permitiéndote tomar decisiones informadas.

(BBVA, 2025)

¿Qué es importante un plan de negocios?

Un plan de negocio define los objetivos a corto, medio y largo plazo con un cronograma que facilita la visualización de la planificación temporal de cada una de las fases diseñadas como parte de la estrategia empresarial.

A ello se suma el hecho de que realiza un análisis pormenorizado del producto o servicio, por lo que se conoce en profundidad el mismo y su comportamiento con respecto a la competencia. Este aspecto es realmente importante puesto que ayuda en la detección de debilidades y la implementación de acciones de mejora destinadas a ofrecer la respuesta más adecuada a las necesidades reclamadas por nuestros consumidores.

Por último, la elaboración de un buen plan de negocio es fundamental a la hora de buscar las primeras líneas de financiación para nuestro producto o servicio, dado que da la posibilidad a los inversores de comprobar la viabilidad económica del proyecto en cuestión.

(Santander, 2025)



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>

¿Para qué sirve un plan de negocios?

El plan de negocios es una herramienta básica para darle consistencia y dirección a la empresa, además que ayuda a enfocarla a fin de alcanzar los objetivos, asegurando los intereses de la empresa. Permite organizar los recursos y las tareas que logran la excelencia y crecimiento de la empresa.

Para ser más precisos un plan de negocios sirve para:

- Definir el producto o servicio que se pretende comercializar.
- Analizar el capital que se requiere para cada fase del proyecto.
- Permite conocer la visión del proyecto de inversión.
- Especificar la estructura física y humana.
- Estudiar el mercado de interés.
- Estudiar estrategias de comercialización y los canales de distribución.
- Analizar el tiempo requerido para empezar a generar ingresos
- Analizar las formas de obtener el financiamiento más conveniente
- Buscar una asociación con inversionistas importantes
- Enfrentar los problemas que se nos pueden presentar en un futuro y de esta manera poderse adaptar con facilidad a los cambios sin que afecte demasiado.
- Para demostrar que el proyecto es viable. (Antonio Castelán Valdivia, 2011)



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes.
Recuperado el 12 de enero de 2026, de
<https://images.google.com/>

“Educación que genera cambio”

Permite al emprendedor llevar a cabo un exhaustivo estudio de todas las variables que pueden afectar a su idea, aportando la información necesaria para determinar la viabilidad del proyecto.

El Plan de Negocio es la carta de presentación de los emprendedores y del proyecto ante terceras personas como entidades financieras, inversionistas, organismos públicos, etc. Antes de realizar un plan de negocio se debe tener clara la idea de lo que queremos emprender. (Económico, 2024)



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>

Ventajas de un plan de negocios

- **Funciona como guía para el proyecto:** Tener una documentación, donde se detalla cada aspecto importante, ayuda a establecer objetivos claros, estrategias y pasos puntuales para alcanzarlos. Esto evita improvisaciones y mantiene el rumbo hacia las metas principales.
- **Facilita el financiamiento e inversión:** La estructura de un plan de negocios también sirve para comunicar el proyecto de forma clara y completa a posibles inversionistas y socios. Gracias a que incluye datos sobre viabilidad, costos, proyecciones y gráficas, genera confianza y demuestra que la propuesta está bien pensada y respaldada por los análisis correspondientes.
- **Ayuda a tomar mejores decisiones:** Otro de los beneficios de un plan de negocios es que ofrece información precisa sobre riesgos, oportunidades y recursos, que son datos que facilitan la toma de decisiones y sirven para actuar con seguridad frente a cambios del mercado.
- **Mejora la comunicación interna y externa:** Un plan de negocios también fortalece la comunicación dentro del equipo y con personas externas al proyecto. Define responsabilidades, metas y procedimientos, para que todos trabajen con un mismo enfoque. (Cecilia, 2025).

Estructura del plan de negocios



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>

El plan de negocios es un documento escrito que incluye básicamente los objetivos de tu empresa, las estrategias para conseguirlos, la estructura organizacional, el monto de inversión que requieres para financiar tu proyecto y soluciones para resolver problemas futuros (tanto internos como del entorno).

Contrario a lo que algunos emprendedores imaginan, desarrollar un plan de negocios resulta menos complicado de lo que parece. Si bien cada proyecto es diferente, todo parte de tener una idea y materializarla por escrito con base en cinco puntos básicos:

- Estructura ideológica.** Incluye el nombre de la empresa, así como la misión, visión, valores y una descripción de las ventajas competitivas del negocio.
- Estructura del entorno.** Se fundamenta en un análisis de las fortalezas y debilidades de la empresa, así como del comportamiento del sector en el que se desarrolla, tendencias del mercado, competencia y clientes potenciales.
- Estructura mecánica.** Aquí se enlistan las estrategias de distribución, ventas, mercadotecnia y publicidad, es decir, qué acciones hay que ejecutar para lograr el éxito de la idea de negocios.
- Estructura financiera.** Este punto es esencial pues pone a prueba –con base en cálculos y proyecciones de escenarios– la viabilidad de la idea, hablando en términos económicos, y si generará un margen de utilidad atractivo.

“Educación que genera cambio”

-Recursos humanos. Ayuda a definir cada uno de los puestos de trabajo que se deben cubrir y determina los derechos y obligaciones de cada uno de los miembros que integran la organización. No importa si estás arrancando tú solo, esto será tu base para asegurar el crecimiento de tu empresa.

Todo plan de negocio debe contener a detalle cada una de las cinco estructuras básicas que integran un plan de negocios, los que se muestran a continuación:



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes.
Recuperado el 12 de enero de 2026, de
<https://images.google.com/>

Estructura ideológica

Esta primera estructura equivale al alma de una empresa. Aquí se presenta y describe la idea de negocio, así como los objetivos que se pretenden alcanzar. Lo valioso de esta sección es que se trata de la tarjeta de presentación frente a tus colaboradores e inversionistas potenciales.



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes.
Recuperado el 12 de enero de 2026, de
<https://images.google.com/>

“Educación que genera cambio”

La estructura ideológica se integra por los siguientes puntos:

– **Nombre de la empresa.** Éste debe reflejar de manera sencilla a lo que se dedica el negocio y el giro en el que se desenvuelve. Lo mejor es que sea corto, fácil de pronunciar y recordar. Haz una búsqueda en Internet para saber los nombres utilizados por tu competencia y darte una idea de cuál elegir. Una vez definido, regístralo ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI).

– **Misión.** Es el propósito por el que surge una empresa y es lo que le da identidad. Se compone de tres elementos:

- Descripción de lo que hace el negocio.
- A quién va dirigido el producto y/o servicio que ofrece.
- Qué lo hace diferente frente a sus competidores.

– **Visión.** Es una imagen de la compañía a futuro y su función es inspirar a los colaboradores, inversionistas y público meta para llegar hasta donde se propone. Ésta se caracteriza por ser:

- Realista, con objetivos viables y alcanzables.
- Motivadora.
- Clara, sencilla y fácil de comunicar.

– **Valores.** Son las reglas bajo las que se conducirá la organización a la hora de cerrar un trato con clientes, proveedores, inversionistas y colaboradores. Lo importante de este apartado es que los valores siempre guiarán tus prácticas de negocio dentro y fuera de éste.

– **Ventajas competitivas.** Refleja los motivos por los que tu producto y/o servicio tendrá éxito en el mercado. Esto dependerá tanto de su valor agregado como de tus habilidades y experiencias.



Estructura del entorno



shutterstock.com · 2413111423
Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>

Esta sección del plan de negocios es una radiografía de la industria y el mercado en los que se desarrollará tu empresa. Conocer el comportamiento del sector al que pertenece tu oferta, cómo se han comportado las ventas de productos y/o servicios similares al tuyo en los últimos 12 meses y qué es lo que demanda tu público meta, te ayudará a reafirmar si tu idea es viable o hay que reformularla.

Se da inicio al análisis FODA: esta metodología te permite conocer, por un lado, las fuerzas y debilidades del negocio, es decir, variables internas que puedes controlar. Y aunque tanto las oportunidades como las amenazas son externas y más impredecibles, si cuentas con un plan previsor puedes aprovecharlas y evitarlas, respectivamente.

Las variables que incluye son:

- **Fortalezas.** Se refiere a aquellas características que hacen de la empresa única y diferente a sus competidores.
- **Oportunidades.** Aquí el emprendedor debe enumerar qué demanda el mercado y cómo su negocio podrá satisfacer esas necesidades a resolver.
- **Debilidades.** La honestidad es muy importante en esta variable, pues hay que reconocer cuáles son los defectos del producto y/o servicio.

“Educación que genera cambio”

– **Amenazas.** El empresario debe conocer muy bien la industria en la que participa, porque sólo así detectará de dónde puede venir un golpe de la competencia o qué le exigirá su consumidor en el corto, mediano y largo plazo.

Estudio de mercado:

-Describir tu público meta. ¿Quién te comprará? ¿Son hombres o mujeres? Define edades, ingreso promedio, hábitos y costumbres, profesiones, etc. Recuerda que todo dato aporta información que te será de gran utilidad.



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>

-Investigar datos demográficos del mercado. Incluye crecimiento del sector en los últimos tres años, compañías líderes del sector, tendencias de consumo y perspectivas de crecimiento a corto, mediano y largo plazo, etc.

-Saber con qué frecuencia se adquiere tu producto y/o servicio. Este dato es vital para calcular el tiempo para completar tu ciclo de venta y así determinar, por ejemplo, tus costos de almacenamiento y distribución.

-Estudiar a tus competidores. Investiga el valor agregado de la oferta de tu competencia, los precios que ofrecen y los canales de distribución que utilizan. También presta atención a sus estrategias de venta y mercadotecnia. Consejo: no los imites y mejor usa esa información para depurar tus ideas.

CIERRE

Estructura mecánica



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>

Aquí se encuentran incluidos los objetivos de la compañía y las estrategias para lograrlos, así como los plazos en los que se deben reportar los primeros resultados. La estructura mecánica fungirá a manera de bitácora y será la que te ayudará a detectar errores y cambiar de táctica de inmediato en caso de ser necesario.

Con base en la “Estructura del entorno”, determina qué estrategias implementarás para crear un plan de ventas y de mercadotecnia que garantice un flujo constante de ingresos en la empresa.

Por lo tanto, tendrás que definir estos puntos:

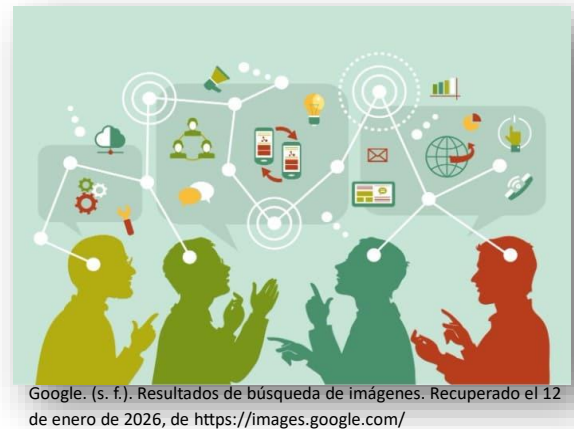
- **Precio de tu producto y/o servicio.** Una buena forma de tasar tu oferta es investigar el rango en el que oscilan los productos y/o servicios de tus competidores. Eso sí, no castigues tu precio de venta con tal de bajar el precio de venta al público, mejor apuesta por tener procesos internos más eficientes que disminuyan tus costos de operación.
- **Planes de pago.** Si tu producto y/o servicio es más costoso que el de tu competencia, puedes diseñar esquemas de crédito o pagos diferidos. El objetivo es que tus clientes dejen de lado el tema del precio y aprovechen los beneficios de financiamiento que ofreces.

“Educación que genera cambio”

-Fuerza de ventas. Aquí se determina el número de vendedores que necesitas para iniciar, así como su perfil y las habilidades requeridas para colocar tu oferta en el mercado con éxito. Se vale incluir los esquemas de compensación y pago.

-Canales de distribución. Dependiendo de la naturaleza de lo que comercialices, tendrás que elegir los medios a través de los cuales tus clientes potenciales tendrán acceso a tu oferta. Para ello, responde preguntas como:

- ¿Necesitas hacerte de inventario?
- ¿Requieres de un lugar para almacenar tu mercancía?
- ¿Tus ventas se hacen sobre pedido?
- ¿Te conviene más tener un local o manejar un catálogo en Internet?



-Canales de comunicación. Actualmente, las empresas se apoyan de otros medios además de los tradicionales (como radio y televisión) para llegar a su público meta. Por eso, ya no es necesario invertir fuertes cantidades de dinero para contar con un canal masivo de comunicación. Basta con tener definido el perfil de tu consumidor para elegir cuál de las siguientes opciones te conviene más explorar:

+Spots de radio y televisión. Se recomienda para negocios que ya están operando y que cuentan con productos y/o servicios ya posicionados en la mente del público.

+Redes sociales. La ventaja es que son de gran alcance e incluso, algunas de sus aplicaciones son gratuitas. Son ideales para llegar a un público juvenil, entre los 14 y 35 años. Entre las más populares, se encuentran Facebook y Twitter.

+Campañas Web 2.0. Incluye los correos electrónicos directos, newsletters, blogs, páginas Web y Web banners en sitios con alto tráfico de cibernautas. Estas estrategias requieren de una inversión de tiempo y dinero moderada.

Estructura financiera

La experiencia de algunos emprendedores muestra que la parte más complicada al momento de desarrollar un plan de negocios es la que tiene que ver con las finanzas. Sin embargo, ésta es la que aporta más información acerca de la viabilidad de una idea para que se convierta en una empresa exitosa.

– **Estado de resultados proforma proyectado a tres años.** Tiene como objetivo presentar una visión a futuro del comportamiento del negocio. “Se calcula considerando las siguientes variables: cuántas unidades venderás y a qué precio, costo de ventas por unidad, costos fijos, costos

variables, intereses (si tienes un crédito) e impuestos.

El resultado será la utilidad neta”, afirma la experta.



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes.
Recuperado el 12 de enero de 2026, de
<https://images.google.com/>

– **Balance general proforma proyectado a tres años.** Este reporte se divide en dos variables: qué tiene la empresa y cómo se financió. “Contempla desde mobiliario y equipo (activos de la compañía), así como de dónde surgieron los recursos para adquirirlos”, señala.

– **Flujo de caja proforma proyectado a tres años.** Aquí defines tus políticas de cuentas por cobrar, qué plazo te darán tus proveedores para cumplir tus obligaciones con ellos y cuál será tu ciclo de venta. Este reporte debe responder a estas dos preguntas: ¿cuándo voy a requerir de capital? y ¿de dónde se obtendrán esos recursos?”.

“Educación que genera cambio”

– **Análisis del punto de equilibrio.** Es una medida que indica las unidades que una empresa debe vender para cubrir los costos fijos derivados de su propia operación. Este dato es relevante para determinar el momento en el que las ventas comenzarán a generar utilidades a la compañía. “Asegúrate de que el punto de equilibrio sea algo real y alcanzable de acuerdo a tus posibilidades”, agrega la experta. Cómo calcular tu punto de equilibrio.

– **Análisis de escenarios.** Toma el estado de resultados y proyecta (con ayuda de un software de hoja de cálculo) dos posibles escenarios: uno optimista, con un crecimiento anual del 20%, y otro pesimista, con un 3%. De esta manera, sabrás cuál sería tu utilidad en cada uno de los dos casos, así como el comportamiento del resto de las variables, como costos, gastos, inversiones, etc.

– **Conclusiones.** Este apartado es al que más importancia le darán los futuros inversionistas en caso de que utilices tu plan de negocios como herramienta para conseguir financiamiento. Por ello, debe incluir la Tasa Interna de Retorno y el análisis del punto de equilibrio, entre otros indicadores clave.



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>

Estructura de Recursos Humanos

Si la empresa cuenta con socios fundadores y un equipo de trabajo, es importante que se delimiten funciones, responsabilidades, sueldos y prestaciones de acuerdo al rol que se tenga. A continuación, algunos consejos prácticos para construir una estrategia de recursos humanos:

- Comienza por desarrollar un organigrama en el que se delimiten las funciones, obligaciones y responsabilidades del equipo con base en sus cargos.
- Determina los sueldos, prestaciones e incentivos de cada puesto, si bien es cierto que será difícil igualar los salarios que ofrecen las empresas que tienen años operando, también lo es que puedes “premiar” los esfuerzos de tu equipo con bonos o reconocimientos por sus logros destacados.
- Elabora una tabla en la que se identifique al líder de cada estrategia implementada al interior de la organización e incluye sus funciones, gente a cargo, metas a alcanzar y en qué periodo deberá reportar sus resultados.



designed by freepik.com

Una vez que se consolide tu empresa, lo ideal es crear un departamento de Recursos Humanos que se encargue tanto de la contratación como del desarrollo de cada trabajador. Por otro lado, si tu plan de negocios lo diriges a inversionistas potenciales, Ruiz Massieu recomienda incluir los contratos que hayas firmado con colaboradores, clientes y proveedores. También contempla los documentos que te acreditan como una empresa formalmente constituida ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). (Empresarial, 2025)



SIGA

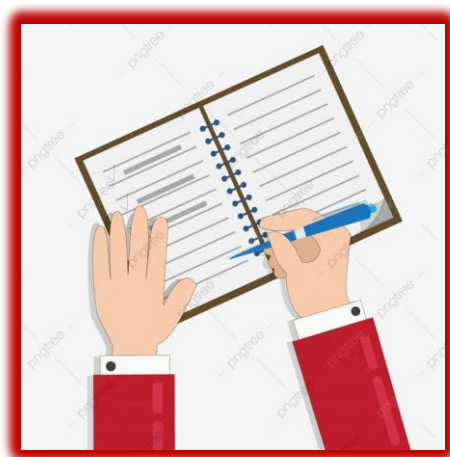
SIGA No.1 PRESENTACIÓN FÍSICA O DIGITAL DEL PLAN DE NEGOCIOS

Propósito: Que los estudiantes apliquen los conocimientos adquiridos sobre la elaboración de un plan de negocios, integrando de manera organizada las cinco estructuras del plan de negocios (ideológica, del entorno, mecánica, financiera y de recursos humanos), con el fin de fortalecer sus habilidades de análisis, trabajo en equipo, creatividad y comunicación.

Producto esperado: Presentación física o digital del plan de negocios.

Instrucciones: El docente solicita a los estudiantes que integrados en equipos lleven a cabo la presentación física y/o digital de su plan de negocios, tomando en cuenta las 5 estructuras del plan de negocios: ideológica, del entorno, mecánica, financiera y recursos humanos.

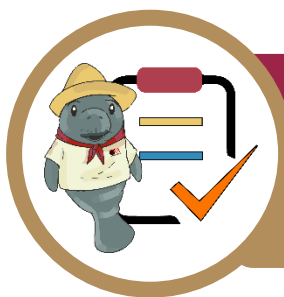
NOTA: Para la elaboración de tu plan de negocios, guíate de los puntos que se indican en la lista de cotejo.



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>



“Educación que genera cambio”



INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

LISTA DE COTEJO

Actividad SIGA 1: “Presentación física y/o digital del plan de negocios”

DATOS GENERALES						
Nombre(s) del alumno (s)			Matriculas(s)			
Producto: Presentación física y/o digital del plan de negocios			Fecha			
Formación Laboral Básica: Proyecto Emprendedor			Periodo: 2025-2026B			
Nombre del docente:			Firma del docente			
Criterio	Indicadores	Valor obtenido		Ponderación	Cal	Observaciones y/o sugerencias
		SI	NO			
1	El plan presenta claramente la misión, visión, valores y nombre del negocio.			1		
2	Presenta objetivos generales y específicos, redactados correctamente.			1		
3	Incluye fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.			1		
4	Explica claramente lo que ofrece el negocio y presenta el proceso de producción o prestación del servicio.			1		
5	Detalle precio, plaza, promoción y distribución.			1		
6	Presenta estructura organizacional clara			1		
7	Describe funciones y responsabilidades.			1		
8	El documento está organizado, con portada, índice y secciones completas.			1		
9	Presenta claridad, coherencia y corrección ortográfica.			1		
10	Incluye tablas, imágenes, gráficos o diagramas pertinentes.			1		
				CALIFICACIÓN		
Logros				Aspectos de Mejora		

Referencias

(s.f.). Obtenido de

https://www.google.com/search?q=plan+de+negocios&sca_esv=3a898889caaec7e6&hl=es-419&authuser=0&sxsrf=AE3TifMVC7vy3YaDkvZfu8aYL6bDqttD0w:1763592719514&source=hp&biw=1366&bih=633&ei=D0oeaZ7SHc68kPIPk776kAo&iflsig=AOw8s4IAAAAAaR5YH2YIU3nKOsnsuvaTyglMa4XXtLla

(s.f.). Obtenido de

https://www.google.com/search?q=plan+de+negocios&sca_esv=3a898889caaec7e6&hl=es-419&authuser=0&sxsrf=AE3TifMVC7vy3YaDkvZfu8aYL6bDqttD0w:1763592719514&source=hp&biw=1366&bih=633&ei=D0oeaZ7SHc68kPIPk776kAo&iflsig=AOw8s4IAAAAAaR5YH2YIU3nKOsnsuvaTyglMa4XXtLla

(s.f.). Obtenido de

https://mx.images.search.yahoo.com/yhs/search;_ylt=AwrOoSjqRR1pG2MH_CDv8wt.;_ylu=Y29sbwNncTEEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3BpdnM-?p=Caracter%C3%ADsticas+que+se+buscan+en+los+candidatos+para+un+puesto+de+trabajo+%5Besquema%5D&type=fc_ADDA49F0A8D_s58_g_e_d042422_n9

Andía Valencia, W., & Paucara Pinto, E. (Enero-Junio de 2013). *Redalyc*. Obtenido de

<https://www.redalyc.org/pdf/816/81629469009.pdf>

Antonio Castelán Valdivia, L. A. (2011). *Dialnet*. Obtenido de

[file:///C:/Users/Rodriguez/Downloads/Dialnet-ImportanciaDeUnPlanDeNegocios-9177060%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Rodriguez/Downloads/Dialnet-ImportanciaDeUnPlanDeNegocios-9177060%20(2).pdf)

Aprendizaje, U. d. (s.f.). *UNAM*. Obtenido de [https://repositorio-](https://repositorio-uapa.cuaed.unam.mx/repositorio/moodle/pluginfile.php/2524/mod_resource/content/3/UAPA-Inteligencia-Exito-Profesional/index.html)

[uapa.cuaed.unam.mx/repositorio/moodle/pluginfile.php/2524/mod_resource/content/3/UAPA-Inteligencia-Exito-Profesional/index.html](https://repositorio-uapa.cuaed.unam.mx/repositorio/moodle/pluginfile.php/2524/mod_resource/content/3/UAPA-Inteligencia-Exito-Profesional/index.html)

BBVA. (2025). *BBVA*. Obtenido de [https://www.bbva.mx/educacion-](https://www.bbva.mx/educacion-financiera/empresa/pyme/cuenta-pyme-como-hacer-plan-de-negocios.html)

[financiera/empresa/pyme/cuenta-pyme-como-hacer-plan-de-negocios.html](https://www.bbva.mx/educacion-financiera/empresa/pyme/cuenta-pyme-como-hacer-plan-de-negocios.html)

Cecilia. (5 de Septiembre de 2025). *ASEM Emprendedores de México*. Obtenido de

https://asem.mx/blog_asem/para-que-sirve-un-plan-de-negocios-y-como-impulsa-tu-emprendimiento/?source=google&medium=cpc&campaign=22716858416&term=&gad_

“Educación que genera cambio”

- source=1&gad_campaignid=22720557271&gbraid=0AAAAADRNRQCy3Obzy_9-yd4WjVbGaz1HF&gclid=CjwKCAiAz_DIBhBJEiwa
- Corbin, J. A. (18 de Octubre de 2025). *Psicología y Mente*. Obtenido de <https://psicologiaymente.com/psicologia/gestion-emocional-dominar-emociones>
- Económico, S. d. (2024). *Instituto Mexiquense del Emprendedor*. Obtenido de https://ime.edomex.gob.mx/plan_de_negocios
- Emprende, C. (s.f.). *Secretaría de innovación y desarrollo económico*. Obtenido de <https://www.chihuahua.com.mx/emprende/plan%20de%20negocios.pdf>
- Empresarial, I. d. (2025). *ICIE*. Obtenido de <https://icie.mx/como-realizar-un-plan-de-negocios/>
- Empretec. (s.f.). *FIODMO: Fondo Para El Logro de los ODM*. Obtenido de https://www.sdgfund.org/sites/default/files/PS_%20MANUAL_Panama_%20plan%20de%20negocios.pdf
- Kongsrinang, C. (s.f.). *123RF*. Obtenido de https://es.123rf.com/photo_55497105_empresario-muestra-plan-de-negocios-ilustraci%C3%B3n-vectorial-de-dibujos-animados.html
- NeuronUp. (27 de Abril de 2022). *NeuronUp*. Obtenido de <https://neuronup.com/actividades-de-neurorrehabilitacion/actividades-para-habilidades-sociales/habilidades-sociales-definicion-tipos-ejercicios-y-ejemplos/>
- Santander. (21 de Febrero de 2025). *Impulsa Empresa*. Obtenido de <https://www.impulsa-empresa.es/plan-de-negocio-que-es-y-cual-es-su-estructura/>
- Shutterstock. (14 de Enero <https://www.shutterstock.com/es/image-vector/business-development-vector-illustration-gender-equality-2413111423?trackingId=d6f135c4-c8f6-4544-87db-51caef9238e0> de 2024).
- UAPA. (s.f.). *Inteligencia Emocional y Éxito Profesional*. Obtenido de https://mx.images.search.yahoo.com/yhs/search;_ylt=AwrOoSjqRR1pG2MH_CDv8wt.;_ylu=Y29sbwNncTEEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3BpdnM-?p=Caracter%C3%ADsticas+que+se+buscan+en+los+candidatos+para+un+puesto+de+trabajo+%5Besquema%5D&type=fc_ADDA49F0A8D_s58_g_e_d042422_n9
- UNIR. (24 de Septiembre de 2024). *UNIR*. Obtenido de <https://www.unir.net/revista/educacion/gestion-emocional/>
- Unobravo. (30 de Octubre de 2025). *Unobravo*. Obtenido de <https://www.unobravo.com/es/blog/habilidades-sociales>



LECTURA 5. GESTIONES DE APOYO A EMPRENDEDORES

En México existe una notable desinformación sobre el apoyo hacia las pymes. Según el periódico El Financiero solamente el 5% de las empresas que hay en el país, se benefician de algún programa gubernamental de crédito Pyme, debido principalmente a la falta de experiencia en la búsqueda de información y a una inadecuada difusión de políticas públicas.

A pesar de que existen varios programas de apoyo empresarial, su difusión es muy baja y la burocracia y los trámites impiden a las empresas hacer uso de estos recursos. Incluso, muchas veces, las pymes esperan hasta encontrarse en una situación de crisis o necesidad urgente de capital para buscar apoyo financiero, lo cual limita sus opciones y dificulta el acceso a los recursos necesarios.

Por eso, es importante que cualquier empresa esté informada sobre los programas de apoyo disponibles y sepa cómo aprovecharlos en el momento adecuado.



Programas de financiamiento. (s/f). Gob.mx. Recuperado el 17 de noviembre de 2025, de <https://ime.edomex.gob.mx/empresas/programas-financiamiento>

- **Secretaría de Economía (SE):** Ofrece una variedad de programas para fomentar la competitividad, el desarrollo tecnológico y la modernización de diversos sectores económicos. Además, la SE ofrece apoyo integral, incluyendo financiamiento, capacitación, asesoría y vinculación con otros actores del ecosistema emprendedor.



Principales programas para emprendedores de la Secretaría de Economía

1. **Asesoría Financiera PYME.** La Secretaría de Economía desarrolló este programa para fomentar la cultura del financiamiento, a través de la asesoría de un especialista que le ayudará a elegir y calificar para obtener el esquema de financiamiento que mejor se adapte a su perfil.



MIPYMESMX. (s/f). Gob.Mx. Recuperado el 17 de noviembre de 2025, de <https://mipymes.economia.gob.mx/>

2. **Centros México Emprende.** Estos centros dan asesoría integral a los emprendedores, sin importar el avance que tengan en su idea. Desde asesoría básica para emprendedores hasta puesta en marcha y renta de espacios físicos y virtuales, los emprendedores pueden encontrar la asesoría que requieren. También imparten ocho programas distintos, entre los cuales se encuentran los Cursos de Harvard *“Manage Mentor Plus”* o el Curso MBA dirigido a empresarios.

3. **Programa de Incubadoras.** Este programa cuenta con acceso a una red de incubadoras a nivel nacional que ayudan a los emprendedores a crear su Plan de Negocios. Entre los beneficios que se pueden obtener están los apoyos económicos para la transferencia de un modelo de incubación (hasta el 50%), apoyo para equipamiento (hasta 60%), apoyo económico para adecuación y/o modernización de instalaciones (hasta 35%).
4. **Programa Nacional de Emprendedores.** Este programa tiene como fin primordial incrementar el emprendimiento en México a través de talleres, eventos, cursos y cualquier otro medio que permita a la población conocer las ventajas y beneficios de emprender.
5. **Programa Nacional de Microempresas.** Para aquellos empresarios que ya han creado su empresa, pero se encuentran en las primeras etapas de esta, el Programa Nacional de



“Educación que genera cambio”

Microempresas ofrece: capacitación y consultoría para las empresas que se encuentran en su primera etapa y financiamiento para equipamiento para las empresas que se encuentran en la segunda etapa.

Además de estos programas existen otros que buscan dar asesoría al emprendedor en México, el cual puede encontrar soporte sin importar la etapa en que se encuentre. Ya sea que busque una incubadora que le permita dar un orden a sus ideas para crear un plan de negocios o que desee asesoría para comenzar a exportar, existe una amplia gama de opciones.

- **Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO):** Estas secretarías se enfocan en el desarrollo económico regional y brindan apoyo a sectores específicos dentro de cada estado. Son ideales para empresas locales que buscan crecer dentro de su región.
- **Nacional Financiera (NAFIN):** NAFIN se enfoca en facilitar el acceso a financiamiento para microempresas, emprendedores y pequeñas empresas, en los sectores de industria, comercio y servicios.
- **Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT):** Si tu empresa tiene interés en exportar o está involucrada en el comercio exterior, BANCOMEXT ofrece diversos programas de financiamiento para apoyar la internacionalización de las empresas.
- **Unidad de Desarrollo Productivo (UDP):** Fomenta el emprendimiento y el desarrollo de las pymes en México, ofreciendo financiamiento, capacitación, asesoría y apoyo a la internacionalización, cumpliendo la función que tenía el INADEM antes de su disolución en 2019. Es una opción valiosa para los retos que viven los emprendedores y pymes en búsqueda de un crecimiento integral.



MIPYMESMX



MIPYMES MX es la plataforma de la Secretaría de Economía para todas las micro, pequeñas y medianas empresas de México.



gob.mx/se

(S/f). Facebook.com. Recuperado el 17 de noviembre de 2025, de <https://www.facebook.com/SE.Economia/photos/a.235980199759514/4749589385065217/?type=3>

- **Fondo para el Desarrollo Social (FONDES):** Específico de la Ciudad de México, ofrece una variedad de programas de apoyo a las Mipymes, incluyendo financiamiento para mujeres empresarias, emprendedores, empresas culturales, entre otros.

Programas gubernamentales para pymes de financiamiento y crédito vigentes

Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario (PRONAFIM)

- **Brinda** financiamiento, capacitación e incubación de proyectos a microempresas y trabajadores independientes que no tienen acceso a la banca tradicional para impulsar la consolidación de sus negocios a través de

financieras autorizadas y afiliadas con el programa.

- **Postulación** a través de las **Instituciones de Microfinanzas (IMFs)** acreditadas por PRONAFIM para conocer los requisitos específicos de cada una y el proceso de solicitud.

Programa de Crédito a la Pequeña y Mediana Empresa Exportadora e Importadora (PyMEx)

- **Ofrece crédito** de hasta 3 millones de dólares (USD) a Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs) exportadoras, importadoras o generadoras de divisas.
- **Dirigido** a empresas legalmente constituidas en México, con al menos 2 años de experiencia, no en situación de concurso mercantil, y con experiencia crediticia favorable.
- **Postulación** a través de intermediarios financieros especializados en comercio exterior disponibles en distintas localidades, como ciertos bancos.



Programas específicos para grupos demográficos

Mujeres Industria

- **Ofrece** créditos Pyme desde \$50,000 hasta \$5 millones de pesos, sin aval, ni garantía hipotecaria y con tasas de interés preferenciales, máxima de 14.5%. Con plazos de hasta 36 meses para capital de trabajo y hasta 60 meses para activo fijo.
- **Dirigido** a mujeres empresarias entre 18 y 75 años, dueñas de un negocio formal con por lo menos 2 años de antigüedad, que cuenten con buen historial crediticio, información legal actualizada e ingresos comprobables ante el SAT.
- **Postulación** mediante un formulario de prospección que se entregará a un banco intermediario participante, que evaluará y aprobará el crédito. Además, debes cumplir con sesiones de diagnóstico, asistencia técnica y curso de acceso al financiamiento.

Crezcamos Juntos

- **Ofrece** exención del pago de impuestos durante el primer año y descuentos significativos en los siguientes nueve años para quienes se formalicen ante el SAT. Incluye beneficios como acceso a servicios médicos del IMSS, pensiones para el retiro, créditos para vivienda, apoyos económicos a pequeños empresarios, créditos para negocios y empleados, y programas de capacitación laboral.
- **Dirigido** a personas que buscan formalizar sus negocios y empleados de estos negocios, facilitando su integración en la economía formal.
- **Postulación** a través de sus módulos ubicados en toda la República Mexicana, darse de alta en el SAT e inscribirse al programa en el que quieras obtener los beneficios.





LECTURA 6. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

Saber cómo presentar un proyecto de negocio es, muchas veces, tan importante como el propio proyecto. Si no sabemos expresar correctamente los puntos fuertes del proyecto, aburrirnos con datos irrelevantes o, simplemente, no hacemos hincapié en nuestro valor diferencial, puede que no logremos nuestros objetivos.



Grupo Personas Empresarios Trabajadores Oficina Discuten Nueva Estrategia Proyecto Concepto. (s/f). DepositPhotos. Recuperado el 17 de noviembre de 2025, de <https://depositphotos.com/46082488/stock-photos/123456789.html>

Cuando se presenta un proyecto de negocio, lo primero que hay que tener en cuenta es el interlocutor. No es lo mismo hacer una presentación a un banco para pedir financiación, que a una institución para solicitar una subvención o a un potencial socio. Así, la adaptabilidad deberá acompañarnos en todo momento.

De la misma manera, no podemos obviar la calidad del propio plan de negocio. Si el

plan no es bueno, por muy buena que sea la presentación, es difícil conseguir que se llegue a buen término.

Sobre todo, porque la presentación solo es el primer paso de un proyecto más largo. Después, en la mayor parte de los casos, vendrá un estudio más exhaustivo de la documentación del *business plan*. En ese momento, lo que hemos contado en la presentación se tiene que sostener con la documentación.



“Educación que genera cambio”

Por ello, tener un buen plan de negocio es clave. Sin él, por muy bien que hagamos la presentación, el esfuerzo será en vano. Sin embargo, si tanto la presentación como el plan están bien preparados y documentados, hay muchas más posibilidades de tener éxito.

Toda la información relevante de la compañía aparece en este documento. Desde la visión empresarial a la estructura, la forma de financiarse y operar, así como los planes por área de actuación: marketing, ventas, recursos humanos, logística, etc.

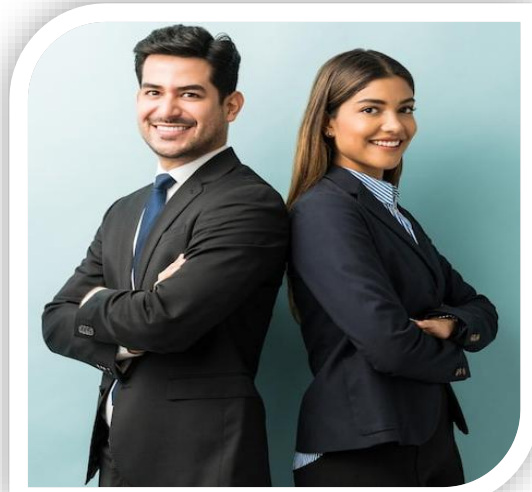


(s/f). Vecteezy. Recuperado el 17 de noviembre de 2025, de <https://es.vecteezy.com/arte-vectorial/4379380-equipo-profesional-de-negocios-ilustracion-vectorial-plana-hombres-de->

Aunque no hay un modelo unificado, hay algunas claves que podemos seguir para saber cómo hacer un proyecto emprendedor. A continuación, se muestra una estructura habitual:



1. Resumen ejecutivo
2. Descripción del proyecto
3. Estructura de la empresa
4. Plan de Recursos Humanos
5. Plan de operaciones y gestión
6. Plan de marketing y ventas
7. Plan financiero
8. Anexos



(s/f). Vecteezy. Recuperado el 17 de noviembre de 2025, de <https://es.vecteezy.com/arte-vectorial/4379380-equipo-profesional-de-negocios-ilustracion-vectorial-plana-hombres-de->

Si seguimos la estructura anterior, nos resultará más sencillo materializarla claramente en la presentación, ya que suele ser la utilizada y la que van a esperar encontrarse.

La comunicación no verbal, incluyendo el vestuario que llevemos, también va a decir muchas cosas sobre nosotros. Así, más allá de la propia presentación, no olvidemos que el antes y el después también van a contar. Hay que transmitir confianza, pero no de más cómo para parecer sobrado, simpatía, pero seriedad y, en definitiva, mostrar al interlocutor qué somos justo lo que están buscando.

A continuación, se listan algunas recomendaciones para lograr una presentación de éxito:

1. Explicar el producto o servicio de manera rápida y concreta.
2. Informar sobre su experiencia y habilidades en este tipo de negocio.
3. Indicar por qué se seleccionó esta idea. Qué necesidad cubre o satisface.
4. No abundar demasiado en el proyecto mismo. Esto se dejará para una reunión posterior.
5. Seleccionar tres ideas claves del proyecto y presentarlas.
6. Indicar cuál es el público objetivo del producto o servicio.



7. Hacer la presentación con entusiasmo.
8. Estar preparado para poder responder cualquier pregunta.
9. Ser lo más conciso posible.
10. Estar dispuesto a dar más informaciones en una reunión posterior.
11. Vestir para ganar.
12. Hablar claro, fuerte y seguro.

Demostración del uso del Producto



Asociación de Talentos Emprendedores. (2022, septiembre 26). *Presentación del proyecto emprendedor*. LinkedIn.com. <https://es.linkedin.com/pulse/presentaci%C3%B3n-del-proyecto-emprendedor-de-talentos-emprendedores>

La presentación consiste en explicar las características del producto y demostrar su uso. Es una técnica interactiva porque permite a la persona que escucha la presentación tener una primera experiencia del uso del producto. También se conoce como vivir la experiencia o proceso, ya que, por ejemplo, se utiliza para exponer procesos artesanales,

procesos de fabricación, entre otros.

Para tener una demostración exitosa debe tenerse en cuenta lo siguiente:

1. Tener productos terminados y productos sin terminar.
2. Explicar el proceso de transformación de la materia.
3. Explicar el uso del producto que se está proponiendo.
4. Ser concreto, dejar que la demostración hable por sí misma.

Una clase especial de demostración del uso del producto es su comparación con el mismo tipo de la competencia, sea en video o en vivo. Se tiene un producto de la competencia y se intenta

“Educación que genera cambio”

convencer al cliente que este es mejor que el que ya consume, bien sea por sus cualidades, por su facilidad de uso o por cualquier otra razón importante.

En este caso, no es el cliente el que prueba el producto, es el demostrador, quien ya tiene experiencia, práctica en el uso del nuevo producto. Por eso puede hacer que se vea sencillo.

Errores que debes evitar a la hora de hacer la presentación de tu proyecto emprendedor

Ten en cuenta estas equivocaciones u omisiones más comunes para que no te arruinen el momento de la presentación de tu proyecto empresarial:

❖ Falta de elegancia

Este es un error que le ocurre a más de un emprendedor. Recuerda que la creatividad se muestra en la combinación de tipografías con el fondo. Así que te recomendamos que utilices una tipografía como Arial, Tahoma o Helvetica en un máximo de 30 puntos de color claro sobre un fondo oscuro.

❖ Desconocimiento de la audiencia

Es de vital importancia que sepas a quién le vas a presentar tu proyecto. No es lo mismo hablar de dinero con tus padres que con el vicepresidente de Marketing de una compañía internacional. Así, existe un inversor ideal para tu empresa y la forma ideal de llegar a él. Investígalo.

❖ Falta de preparación

El inversor busca en tu presentación razones para no invertir. No le des ninguna. Ni se te ocurra decir cosas como "No tenemos competencia", "Nos va a comprar Google", "Nadie ha hecho nada parecido antes", "Somos el mejor equipo". Trabaja en algo sencillo y que no busque destacar a costa de lo que sea. Si manejas un estilo claro y expones todas las ventajas reales de tu negocio, seguro podrás convencer a más de un inversor.

Referencias

Referencias:

Asociación de Talentos Emprendedores. (2022, septiembre 26). Presentación del proyecto emprendedor. LinkedIn.com. <https://es.linkedin.com/pulse/presentaci%C3%B3n-del-proyecto-emprendedor-de-talentos-emprendedores>

Programas de Financiamiento Gubernamental para Pymes en México. (s/f). Xepelin. Recuperado el 16 de noviembre de 2025, de <https://xepelin.com/blog/pymes/programas-de-apoyo-a-pymes-en-mexico>

Pymerang. (s/f). *Programas de ayuda para emprendedores en México*. Pymerang.com. Recuperado el 16 de noviembre de 2025, de <https://www.pymerang.com/emprender/806-programas-de-ayuda-para-emprendedores-en-mexico>.



SUBMÓDULO II. HABILIDADES PARA EL EMPRENDIMIENTO

6TO. SEMESTRE

PRESENTACIÓN Y PROPÓSITO DEL SUBMÓDULO II

Dar a conocer al estudiante una perspectiva general de los conocimientos, competencias, habilidades y aprendizajes esperados del Submódulo II habilidades para el emprendimiento, así como la forma de trabajo con cada una de las dinámicas, tópicos a evaluar, entre otros.

SUBMÓDULO II

Nombre del Submódulo	Horas de mediación docente	Horas de estudio independiente
Habilidades para el emprendimiento	48	12
Competencias Laborales Básicas para desarrollar		
Distingue las relaciones con las personas para fomentar un pensamiento crítico y reflexivo, integrando los conocimientos y habilidades adquiridas para lograr un impacto positivo en lo económico, social, ambiental y productivo de una determinada región.		
Sugerencias de evidencia de evaluación		
Desarrolla las habilidades de la comunicación para la toma de decisión asertiva en su entorno. Integra los conocimientos de gestión emocional, coaching y empoderamiento para manejar y regular sus emociones en su vida diaria.		
Sugerencias de contenido		
Habilidades de la comunicación - Comunicación eficiente. - Comunicación óptima. - Problemas de comunicación. Gestión emocional - Inteligencia emocional. - Habilidades sociales. Coaching - Definición - Beneficios Tipos - Retroalimentación (feedback) Empoderamiento - Concepto - Habilidades gerenciales		

“Educación que genera cambio”
Dosificación Programática

Formación Laboral Básica: Emprendimiento

Módulo IV: Proyecto Emprendedor y Habilidades para el Emprendimiento

Submódulo II: Habilidades para el Emprendimiento **Clave: C6HE**

Semestre: 6to. Turno: Matutino/Vespertino **Periodo: 2025 – 2026B**



Submódulo	Momento	Tiempo (minutos)	Conocimientos	Semana	Fecha inicio	Observaciones
Submódulo II: Desarrollo de Habilidades para el Emprendimiento	Apertura	350 min	Bienvenida, encuadre, reglamento, instrumentos de evaluación, situación didáctica evaluación diagnóstica, 1.Habilidades de la comunicación - Comunicación eficiente - Comunicación optima (Continua)	10	20-24 de abril 2026	Reunión de discusión del marco curricular común de la educación media superior y evaluación de los aprendizajes alcanzados
	Desarrollo	350 min	-Problemas de comunicación	11	27 de abril-01 de mayo 2026	Suspensión 01 de mayo
		350 min	2. Gestión emocional -Inteligencia emocional	12	04-08 de mayo de 2026	Suspensión 05 de mayo
		350 min	-Habilidades sociales	13	11-15 de mayo de 2026	Suspensión 15 de mayo
		350 min	3.Coaching -Definición (continua)	14	18-22 de mayo 2026	Evaluación extraordinaria intrasemestral
		350 min	-Beneficios, tipos, Retroalimentación (feedback)	15	25-29 de mayo 2026	

“Educación que genera cambio”

	Cierre	350 min	4. Empoderamiento - Conceptos - Habilidades generales	16	01-05 de junio 2026	
		350 min		17	08-12 de junio 2026	evaluación sumativa
		350 min		18	15-19 de junio 2026	Reforzamiento académico Reunión de academia Evaluación final
				19	22-26 de junio 2026	Evaluación final
				20	29 de junio-03 julio 2026	Evaluación extraordinaria intersemestral
	Total	5,600 min		21 y 22	06-15 de junio 2026	Jornada de capacitación fin del periodo

Encuadre Del Submódulo

Nombre del estudiante: _____ Grado y Grupo: _____

Tomando como base el reglamento vigente de control escolar del COBATAB y quienes son formados en la Nueva Escuela Mexicana, se debe especificar la forma en que se trabajará, los medios y herramientas tecnológicas que se empleará, así como apoyo para el proceso didáctico. También especificar la importancia de organizar su tiempo y espacio, concientizando al joven de lo que le corresponde en sus saberes (saber ser, saber hacer, saber saber) como estudiante.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Puntaje
Situación didáctica. Innovar para transformar	20 %
Actividad de aprendizaje de reforzamiento No. 1 Mapa mental	10 %
Actividad de aprendizaje de reforzamiento No. 2 Infografía	10 %
Actividad de aprendizaje de reforzamiento No. 3 Presentación de los tipos de Coaching	10 %
SIGA 1. Test de diagnóstico de Habilidades Gerenciales	30 %
Examen	20 %
Total	100%

La calificación evaluativa del PRIMER PARCIAL corresponde a la asignación del 2do.parcial y final de esta asignatura en SGII.

Normatividad del curso:

1.-

2.-

3.-

Firma y nombre del alumno(a):

Firma y nombre del tutor

Nota: Este modelo se ofrece como ejemplo adaptable a su entorno social y educativo.

Situación Didáctica Submódulo II

Propósito de la Situación Didáctica	Identifica las habilidades innatas y personales que poseen los emprendedores con el fin de desarrollar y fortalecer dichas competencias en sí mismos, de esta forma los alumnos podrán analizar cómo estas habilidades influyen en el desarrollo y mejora de ideas de negocios, considerando las necesidades, oportunidades y características de su contexto en el que se encuentran. Así mismo se busca que reflexionen sobre su propio potencial como emprendedores, para plantear propuestas innovadoras y sostenibles que respondan a las problemáticas reales, favoreciendo el pensamiento crítico, la creatividad y la toma de decisiones informada, lo que les permitirá proyectarse como agentes transformadores dentro de su comunidad. Los estudiantes comprenden, valoran y analizan como la gestión centrada en las personas puede convertirse en un factor clave de éxito organizacional.
Contexto de la Situación Didáctica	En la actualidad los gustos, intereses y necesidades de las personas cambian constantemente debido a diversos factores como avances tecnológicos, globalización, competencia del mercado, influencia de los medios digitales, etc., lo que provoca que las empresas y emprendedores enfrenten el reto de adaptarse de manera continua para mantenerse vigentes y satisfacer las demandas de los consumidores, por lo cual se debe contar con una visión emprendedora. Es fundamental desarrollar en los estudiantes y futuros emprendedores la capacidad de observar su contexto, detectar problemáticas reales y proponer soluciones creativas y viables que respondan a los cambios constantes del mercado.
Conflicto Cognitivo	1.- ¿Cuáles son las principales dificultades a las que se enfrenta Juan de Dios Parra? 2.- ¿Qué habilidades consideras clave para emprender? 3.- ¿Qué nueva línea de negocio creó Juan de Dios Parra y qué lo motivó? 4.- ¿Qué valores personales y profesionales muestra Juan a lo largo del texto? 5.- ¿Qué relación existe entre la gestión de personas y el éxito empresarial según Juan de Dios Parra?
Producto esperado	Cuestionario

SITUACIÓN DIDÁCTICA

LECTURA

“EUROLIMPIEZAS PANCENSES”



Autor: Antonio Chamorro, F. Javier Miranda González y Sergio Rubio Lacoba

LA EMPRESA	
Nombre de la empresa:	Eurolimpiezas Pacenses
Año de fundación:	1993
Socios:	4
Ubicación:	Badajoz
Web:	www.eurolimpiezas.eu

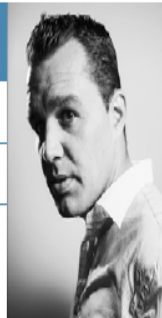


Eurolimpiezas Pacenses. (s. f.). La empresa [Imagen]. <https://www.eurolimpiezas.eu>

Habitualmente cuando hacemos referencia a los emprendedores pensamos en aquellos que desarrollan su idea y construyen su empresa desde cero. Sin embargo, también existen los intra-emprendedores, aquellas personas que desarrollan su vocación emprendedora desde una empresa ya constituida, haciéndolas más grandes y ampliando sus áreas de actividad con nuevos proyectos. Es el caso de Juan de

Dios Parra y Eurolimpiezas Pacenses, la empresa familiar creada en 1993 por su

EL EMPRENDEDOR	
Nombre y apellidos:	Juan de Dios Parra Valencia
Lugar y fecha:	Badajoz, diciembre de 1983
Estudios cursados:	Diplomatura en Ciencias Empresariales, Executive MBA y formación diversa en Coaching Ejecutivo.



Eurolimpiezas Pacenses. (s. f.). El emprendedor [Imagen]. <https://www.eurolimpiezas.eu>

“Educación que genera cambio”

padre, Manuel Parra Parra, a la que se incorporó en 2008 como director y en la que también trabaja codo con codo con su hermano Manuel. Se trata de una empresa que tiene como misión “crear y mantener ambientes limpios y saludables” y que “aspira a ser un referente a nivel nacional en la gestión de la limpieza”.

Como buen emprendedor, una de sus características es la observación de los cambios que se producen a su alrededor y la detección de las oportunidades que conllevan. Ello le ha llevado, por ejemplo, a introducir la línea de negocio Eurolimpiezas Home tras la aprobación del Real Decreto 1620/2011, por el que se regula la relación laboral de carácter especial del servicio del hogar familiar, coloquialmente conocida como ley de los empleados de hogar. De esta forma, la empresa además de ofrecer sus servicios a empresas y administraciones públicas también se dirige a particulares evitando los inconvenientes de contratar legalmente a sus empleados de hogar.

Antes de incorporarse a la dirección de la empresa familiar, Juan comenzó siendo

relaciones públicas de varios bares de copa en la ciudad de Badajoz y, posteriormente, montó dos establecimientos propios. Con ellos obtuvo algunos éxitos, pero también conoció parte del fracaso que suele convivir con los emprendedores. Aun así, Juan sabe extraer el lado positivo de estas situaciones: “no importa lo que hayas hecho en el pasado, sino lo que hagas hoy y de aquí en adelante; no hay nada ni bueno ni malo, todo es un aprendizaje”. “El transformar esta derrota en aprendizaje ha sido mi mayor victoria”. Por otro lado, Juan es un apasionado de las relaciones personales y de su gestión en las organizaciones. No en vano, tras estudiar Ciencias Empresariales en la Universidad de Extremadura, se ha especializado en coaching a través del Certified Trainer en Relaciones Humanas y Comunicación Eficaz en Dale Carnegie Training y de la Escuela Superior de Coaching. Así se atreve a declarar que “tengo el convencimiento de que las personas son el pilar fundamental de la empresa, por eso creo y confío en ellas, pero lo más importante es demostrarlo. Trabajar con personas en lo más gratificante dentro la organización porque me permite crecer



“Educación que genera cambio”

como persona y profesional”. A partir de esta formación, fundó Deparra Personal Development que le permite compaginar su trabajo en Eurolimpiezas con proyectos más personales, de formación y coaching para de desarrollo de negocio y de personas. Como ha indicado en alguna entrevista, el coaching “te ayuda a tener conciencia de dónde estás y adónde vas, te permite pensar de forma diferente y te ayuda a superar esas barreras que te impiden ver el objetivo”.

Su pasión por las relaciones personales también la ha trasladado a Eurolimpiezas, consiguiendo que sea la primera empresa extremeña certificada por AENOR como empresa socialmente responsable. De hecho, de los aproximadamente 200 empleados de la empresa, más del 15% suele ser empleados con alguna discapacidad a los que se les integra socialmente con el empleo. También destaca la creación de la Fundación Eurolimpiezas, cuyo fin principal es la integración social y la mejora de la calidad de vida de las personas más desfavorecidas de extremadura, junto con el cuidado del medio ambiente. A través de ella la empresa desarrolla cenas benéficas, recaudación de

fondos para comedores sociales, actividades de integración de niños en riesgo de exclusión o plantación de árboles.

Según tu experiencia, ¿cuáles son las principales dificultades a las que has tenido que hacer frente?

La primera barrera que encontré era yo mismo, mis propias creencias que me limitaban crecer y ayudar a crecer a los demás. La educación, la sociedad y la familia nos condicionan en nuestra forma de emprender y enfrentarnos a nuevos paradigmas, tenemos que aprender a afrontar las situaciones de forma diferente, con un conocimiento de nosotros y nuestro entorno.

¿Qué habilidades personales consideras clave para emprender?

La principal habilidad estaría encuadrada dentro de las habilidades sociales. Saber colaborar y trabajar con otras personas.

Y ¿qué consejo te atreves a darle al joven que ahora se está planteando emprender?

Que lo lleve a cabo con pasión y entusiasmo, que son los motores que nos mueven.



Preguntas de comprensión y reflexión

Contesta las siguientes preguntas en el aula para reflexionar sobre la Lectura:



- 1.- ¿Cuáles son las principales dificultades a las que se enfrenta Juan de Dios Parra?
- 2.- ¿Qué habilidades consideras clave para emprender?
- 3.- ¿Qué nueva línea de negocio creó Juan de Dios Parra y qué lo motivó?
- 4.- ¿Qué valores personales y profesionales muestra Juan a lo largo del texto?
- 5.- ¿Qué relación existe entre la gestión de personas y el éxito empresarial según Juan de Dios Parra?

APERTURA

EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA

Nombre del estudiante: _____ **Grado y Grupo:** _____

Instrucciones: Lee y analiza atentamente cada pregunta y responde a cada una de ellas de acuerdo con los conocimientos previos que posees.

1. ¿Qué es para ti la comunicación eficiente?
2. ¿Cuáles consideras que son los elementos básicos del proceso comunicativo?
3. ¿Por qué es importante la comunicación en la vida cotidiana?
4. ¿Qué barreras pueden dificultar la comunicación efectiva?
5. ¿Qué entiende por inteligencia emocional?

**Comparte tu respuesta con tus compañeros y maestro
¡Muy bien! Continúa con tu aprendizaje**

LECTURA1. HABILIDADES DE LA COMUNICACIÓN



Una buena atención es uno de los factores más importantes para ganar la confianza de tus clientes, por lo que debes asegurarte de que tus interacciones con ellos sean siempre productivas.

La transparencia, por ejemplo, es esencial para la comunicación efectiva. Dada la mayor dificultad que reporta el 48% de los clientes para diferenciar entre la IA y los humanos, el 75% de las organizaciones cree que ser transparente en este aspecto se convirtió en un elemento clave para no perderlos.

COMUNICACIÓN EFICIENTE

En el ámbito laboral, muchas personas siguen subestimando el poder de sus palabras. Las palabras correctas en el momento adecuado pueden resolver un grave problema o proponer una idea fascinante, mientras que las palabras incorrectas pueden generar conflictos difíciles de resolver o un gran malestar en otras personas.

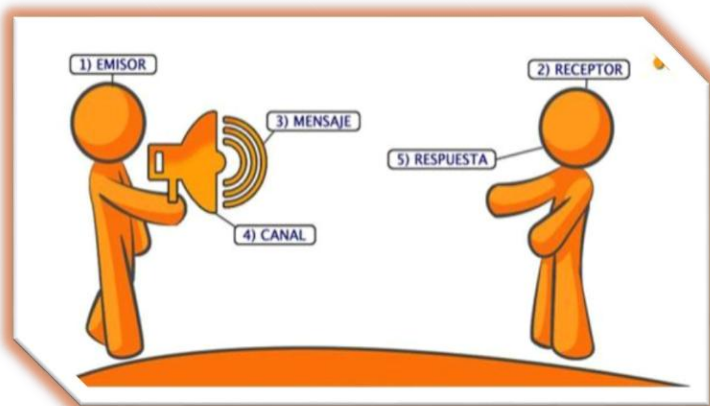
La comunicación es una potente herramienta de trabajo que debemos cuidar, practicar y compartir, pues gracias a ella, podemos construir relaciones sólidas, resolver conflictos y avanzar en nuestros objetivos profesionales y personales.

La comunicación efectiva es un proceso del lenguaje humano que permite transmitir ideas, emociones, información, órdenes y conocimientos de manera comprensible e inequívoca. Se trata de una disciplina compleja que involucra habilidades verbales y no verbales y que permite a dos o más partes entenderse mutuamente y llegar a acuerdos



“Educación que genera cambio”

Es esencial en cualquier contexto, ya sea personal, académico o profesional, y requiere una escucha activa y empática, así como la capacidad de expresar pensamientos de forma clara y precisa. Además, se trata de una habilidad que se puede aprender y mejorar tanto a nivel teórico como práctico.



Asociación de Talentos Emprendedores. (2022, septiembre 26). *Presentación del proyecto emprendedor*. LinkedIn.com.
<https://es.linkedin.com/pulse/presentaci%C3%B3n-del-proyecto-emprendedor-de-talentos-emprendedores>

El objetivo de la comunicación efectiva es hacer que el receptor entienda el mensaje del

emisor de una forma sencilla, tanto en intención como mensaje. Para ello, la información transmitida debe ser concisa, de interés, objetiva y veraz. La transmisión de ideas debe ser segura, creíble y coherente. Es importante que el emisor adapte su mensaje al conocimiento y contexto del receptor para asegurar una comprensión adecuada.

Tipos de comunicación efectiva

Cuando pensamos en comunicación efectiva, solemos pensar que se trata de una característica que pertenece solamente al lenguaje verbal. Es decir, que solo depende de las palabras que utilizamos para transmitir un mensaje. Sin embargo, la comunicación efectiva también abarca otros tipos de lenguaje:

- ✚ **Lenguaje verbal:** como decíamos, son las palabras que pronunciamos oralmente empleando el aparato fonador humano.
- ✚ **Lenguaje no verbal:** incluye gestos, expresiones faciales, posturas corporales y el contacto visual. Este tipo de comunicación puede complementar o contradecir lo que se dice verbalmente.

- ✚ **Lenguaje paraverbal:** se refiere al tono, ritmo, volumen y entonación de la voz que utilizamos al comunicarnos. Estos elementos pueden transmitir emociones y actitudes que no se expresan explícitamente con palabras.
- ✚ **Lenguaje escrito:** la comunicación también puede producirse por medio escrito, tanto por medios tradicionales como digitales. La falta de elementos no verbales en este tipo de comunicación hace que sea crucial elegir las palabras adecuadas y estructurar el mensaje de manera clara y coherente.

Características claves de la comunicación efectiva

Aunque la forma y el estilo de la comunicación pueden variar según el contexto y los participantes, existen ciertas características universales que definen la comunicación efectiva. Algunas de las más destacadas son:

- ❖ **Claridad:** sin un mensaje claro o sin ambigüedades no es posible lograr una comunicación efectiva. La velocidad, pronunciación, tono, volumen, referencias, etc., así como el lenguaje no verbal o incluso las palabras que no se dicen tienen impacto en la claridad del mensaje.
- ❖ **Propiedad:** implica el uso adecuado y preciso del lenguaje, evitando jergas o términos técnicos innecesarios que puedan confundir al receptor.
- ❖ **Empatía:** es fundamental entender y considerar las emociones y perspectivas del receptor para establecer una comunicación efectiva.
- ❖ **Conciso:** ser conciso implica transmitir el mensaje de manera directa y sin rodeos, evitando información innecesaria que pueda distraer o confundir al receptor.

“Educación que genera cambio”

- ❖ **Escucha activa:** la escucha activa es una habilidad esencial que implica prestar atención plena al interlocutor, mostrando interés y comprensión, y proporcionando retroalimentación adecuada.
- ❖ **Respeto:** la comunicación efectiva también debe ser respetuosa, ya que el respeto y consideración por el interlocutor son fundamentales para construir una relación de confianza y colaboración.
- ❖ **Adaptable:** la capacidad de adaptar el estilo y el enfoque de la comunicación según la situación y el receptor es crucial para garantizar que el mensaje sea comprendido correctamente.

Cómo lograr una comunicación efectiva en el trabajo

1. **Practica la escucha activa:** presta atención plena a tu interlocutor, mostrando interés y proporcionando la retroalimentación adecuada.
2. **Sé claro y conciso:** evita la información innecesaria y utiliza un lenguaje directo para asegurar que tu mensaje sea comprendido.
3. **Adapta tu estilo de comunicación:** ajusta tu lenguaje según el contexto y el receptor para garantizar una comunicación efectiva.
4. **Usa el lenguaje no verbal de manera efectiva:** complementa tus palabras con gestos, expresiones faciales y posturas corporales que refuercen tu mensaje.
5. **Fomenta un ambiente de respeto y colaboración:** trata a tus interlocutores con respeto y fomenta un entorno en el que todos se sientan cómodos para expresarse.



6. **Practica:** la comunicación efectiva es una habilidad que se puede aprender y mejorar con el paso del tiempo. Práctica, analiza y mejora constantemente.
7. **Seguridad:** es fundamental transmitir certeza en tus palabras y acciones para generar un entorno de comunicación abierta y honesta.

COMUNICACIÓN ÓPTIMA

Ahora es el momento en que muchos líderes miran hacia el futuro y deciden dónde invertir su valioso tiempo y recursos. La transformación digital, la innovación y el cambio del modelo de lugar de trabajo ocupan sin duda un lugar destacado en la agenda. Lamentablemente, no todas esas iniciativas llegarán a buen puerto.

Y, curiosamente, uno del elemento más crítico que separa el éxito de la innovación del fracaso es la comunicación.

Al fin y al cabo, una transformación sostenible y exitosa requiere que comuniquemos, comuniquemos y comuniquemos. ¿Y después? Seguir comunicando. Cuando la comunicación es óptima, también lo es la innovación

La comunicación óptima es un proceso de transmisión de información que es claro, conciso y comprensible para el receptor, evitando confusiones y malentendidos. Se basa en la escucha activa, la empatía, el asertividad y la precisión, y busca asegurar que el mensaje cumpla su objetivo de manera efectiva, promoviendo un diálogo exitoso.



(S/f-e). Freepik.es. Recuperado el 18 de noviembre de 2025, de <https://www.freepik.es/vectores/comunicacion-del-equipo>

Beneficios de Comunicación óptima

✓ **Mejora la innovación y la productividad:**

Una comunicación efectiva es crítica para el trabajo en equipo y el logro de objetivos

✓ **Reduce la rotación de personal:**

Un ambiente laboral donde el empleado se siente valorado y comprendido es un factor clave para su permanencia en la empresa.

✓ **Genera confianza:**

Fomenta una mejor relación entre los miembros del equipo y con los clientes.

✓ **Evita conflictos:**

Al reducir las confusiones y los malentendidos, se minimizan las posibilidades de generar conflictos innecesarios.





ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE DE REFORZAMIENTO

1. MAPA MENTAL

Propósito: Analizar y comprender los conocimientos y habilidades de la comunicación, identificando los elementos y características que distinguen una comunicación eficiente y una comunicación óptima.

Producto esperado: Mapa mental

Instrucciones:

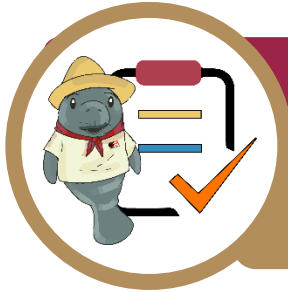
Seguidamente solicita se integren a los estudiantes en equipos colaborativos de 5 integrantes para la elaboración de un mapa mental que se enfoque en los elementos y características de una Comunicación eficiente y comunicación óptima.



EJEMPLO GUIA MENTAL

Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>

“Educación que genera cambio”



INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

LISTA DE COTEJO 1

Actividad 1: “Mapa Mental”

DATOS GENERALES						
Nombre(s) del alumno (s)			Matriculas(s)			
Producto: Mapa Mental			Fecha			
Formación Laboral Básica: Habilidades para el emprendimiento			Periodo:2025-2026B			
Nombre del docente:			Firma del docente			
CRITERIO	INDICADORES	VALOR OBTENIDO		PONDERACIÓN	CAL	OBSERVACIONES Y/O SUGERENCIAS
		SI	NO			
1	Incluye un título claro y los datos completos (nombre, grupo y fecha).			2		
2	La presentación es limpia y profesional (físico/digital).			2		
3	La información está organizada de manera lógica, clara y jerárquica.			1		
4	El texto está libre de errores ortográficos y gramaticales.			1		
5	El cuadro sinóptico incluye todos los criterios de clasificación solicitados.			1		
6	Cada subtipo/categoría presenta una definición precisa y comprensible.			1		
7	Se proporcionan ejemplos concretos y pertinentes para cada categoría.			1		
8	Se explica la importancia de cada tipo de empresa en la economía de manera adecuada.			1		
				CALIFICACIÓN		
Logros				Aspectos de Mejora		

Referencias

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Comportamiento organizacional* (17.ª ed.). Pearson Educación.

Esta obra aborda la comunicación efectiva, la empatía, la escucha activa y su impacto en el clima laboral y la productividad.

Chiavenato, I. (2019). *Gestión del talento humano* (4.ª ed.). McGraw-Hill Education.

Analiza la importancia de la comunicación óptima en las organizaciones, el liderazgo y la generación de confianza en los equipos de trabajo.

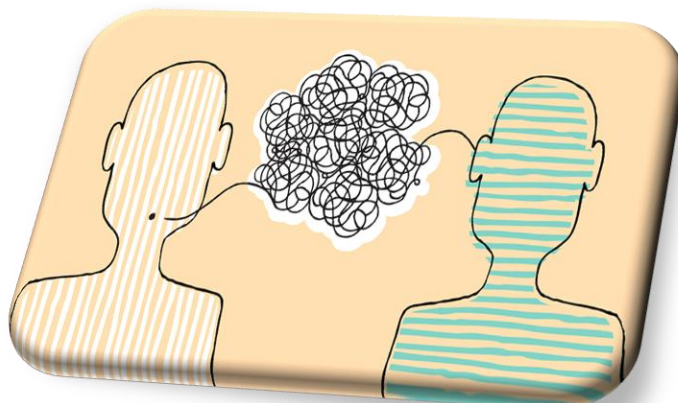
Hargie, O. (2011). *Skilled interpersonal communication: Research, theory and practice* (5th ed.). Routledge.

Presenta fundamentos teóricos y prácticos sobre la comunicación interpersonal, la claridad del mensaje y la adaptación al receptor.



Problemas de comunicación

Aunque la comunicación es algo que forma parte de nuestro día a día desde la infancia, todavía puede parecer un terreno extraño por el cual es imposible navegar. Ya sea una disputa con un compañero de trabajo, un malentendido con un ser querido o una tensión inesperada en una amistad de larga duración, los problemas de comunicación pueden seguir apareciendo en nuestras relaciones, sin importar el esfuerzo que hagamos o lo bienintencionadas que sean nuestras intenciones.



divulgacióndinámica. (2020, mayo 20). *Problemas en el habla y la comunicación*. Divulgación Dinámica | El mayor Campus Virtual en Ciencias Sociales; divulgación dinámica. <https://divulgaciondinamica.es/problemas-en-el-habla-y-la-comunicacion/>

La comunicación puede resultar especialmente difícil cuando nos enfrentamos a nuevos conflictos, a transiciones incómodas o a situaciones sociales desconocidas. También hay que añadir el hecho de que la comunicación implica al menos a otra persona, cuyos pensamientos no podemos leer ni predecir su comportamiento.

Todos estos factores pueden hacer que la comunicación sea desalentadora para cualquier persona en cualquier situación.

Los errores de comunicación más frecuentes

- No estar mentalmente presente.
- Escoger un lugar inadecuado para hablar.
- No seguir una estructura en la comunicación.
- Hablar demasiado rápido o lento.

- Usar un lenguaje equivocado. En algunos casos, demasiado formal y en otros, demasiado coloquial.

Existe un conjunto de situaciones que pueden dificultar la comunicación. En este proceso intervienen emisor, receptor, canal, mensaje y contexto. En cada uno de estos elementos puede haber un factor que entorpezca el intercambio de información.

Por ejemplo, una mala estructuración por parte del emisor puede acabar con una conversación.



Soto, B. (2024, enero 18). *Evita estos 5 errores de comunicación y mejora tus relaciones*. Liderazgo Empresarial. <https://liderazgoempresarial.info/que-genera-una-mala-comunicacion/>

Barreras que dificultan la comunicación efectiva

- ✚ **Ruido:** Interferencias auditivas que dificultan la audición clara del mensaje. Esto puede deberse a ruidos ambientales, como el tráfico, maquinaria industrial, conversaciones cercanas, etc.
- ✚ **Distancia:** La distancia física entre el emisor y el receptor puede dificultar la comunicación, especialmente si no se utilizan tecnologías adecuadas para superarla, como teléfonos o videoconferencias.
- ✚ **Problemas técnicos:** Fallos en el equipamiento de comunicación, como problemas de red, fallas en el hardware o software utilizados para la comunicación, pueden interrumpir o distorsionar el mensaje.

✚ **Prejuicios:** Los prejuicios y estereotipos pueden influir en la forma en que percibimos a los demás y en cómo interpretamos sus mensajes. Esto puede llevar a malentendidos y a una comunicación ineficaz.

✚ **Emociones:** Las emociones intensas, como el enojo, la tristeza o la ansiedad, pueden interferir con la capacidad de procesar la información de manera clara y objetiva, lo que dificulta la comunicación efectiva.

✚ **Desinterés:** La falta de interés o motivación para participar en la comunicación puede llevar a una escucha superficial o a una comunicación incompleta, lo que impide una comprensión adecuada de los mensajes.

✚ **Diferente idioma:** La falta de comprensión del idioma en el que se está comunicando puede dificultar la transmisión efectiva de mensajes.

✚ **Diferencias culturales en la comunicación no verbal:** Los gestos, expresiones faciales y otros aspectos de la comunicación no verbal pueden interpretarse de manera diferente en diferentes culturas, lo que puede llevar a malentendidos.



TeoCom [@TeoComEc]. (s/f). *Barreras de la Comunicación: Definición, tipos y ejemplos* [[Object Object]]. Youtube. Recuperado el 18 de noviembre de 2025, de <https://www.youtube.com/watch?v=j3w3FUloUzs>

“Educación que genera cambio”



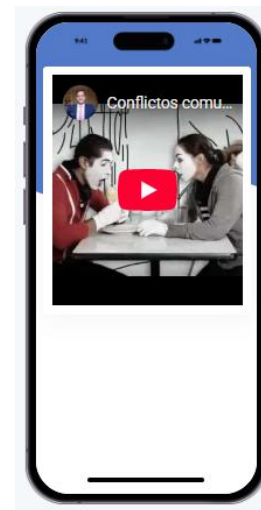
El docente proyecta el video: Conflictos comunes de comunicación: En el link o código QR puedes visualizar el video, escucha atentamente las instrucciones de su facilitador para mayor comprensión del tema. Noble, I. [@Mediacionargentina]. (s/f). Conflictos comunes de comunicación [[Object Object]].

Youtube. Recuperado el 9 de noviembre de 2025. Agregar el link

[Archivo de video] YouTube:

https://youtu.be/LW9MSFRs_0?si=2jwQ66YTjalv8Jlu

Los estudiantes visualizan atentamente el video presentado.



En el siguiente enlace del código QR consulta la información



SOCIALIZA CON TUS COMPAÑEROS LOS PUNTOS MAS RELEVANTES DEL VIDEO

Referencias

Comunicación efectiva: qué es + 5 técnicas de comunicación. (2024, febrero 22). Zendesk.

<https://www.zendesk.com.mx/blog/comunicacion-efectiva-que-es/>

(S/f-c). Slack.com. Recuperado el 18 de noviembre de 2025, de <https://slack.com/intl/es-es/blog/collaboration/comunicacion-efectiva-que-es-caracteristicas-tipos-y-ejemplos>

Problemas de comunicación. (2023, septiembre 15). Saprea.

<https://saprea.org/es/sana/problemas-comunicacion/>



DESARROLLO

LECTURA2.

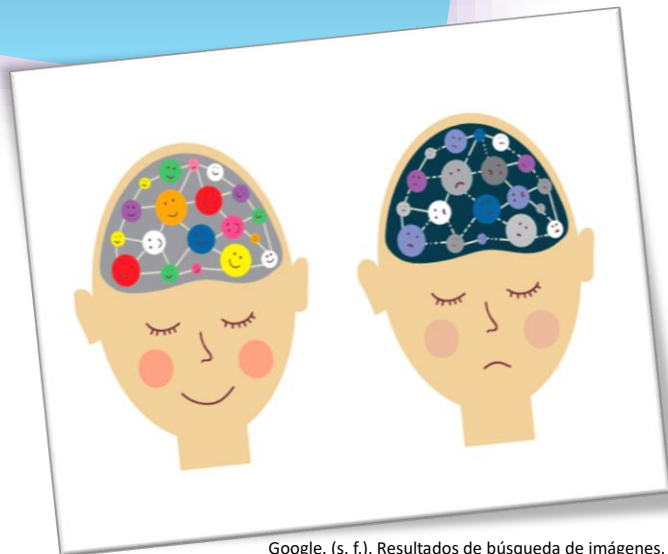
“GESTIÓN EMOCIONAL”

El componente emocional de la mente humana es uno de los más importantes para comprender cómo pensamos y sentimos, así como para saber cómo adaptarnos a los retos que nos plantea el día a día.

La gestión emocional o gestión de las emociones hace referencia a ser conscientes de las emociones que sentimos, aceptarlas y regularlas si es necesario, adaptándonos al contexto en el que nos encontremos. Este proceso puede llegar a ser todo un reto, pero por suerte, se puede mejorar mediante el aprendizaje. Las emociones forman parte de nosotros y tienen una función adaptativa importante, por lo que hay que aprender a aceptarlas y llevarse con ellas lo mejor posible. De hecho, si logramos potenciar la gestión de las emociones, lograremos que estas trabajen en favor de nuestros intereses y valores, y no en contra de ellos. (Corbin, 2025)

La gestión emocional es crucial para entender, aceptar y gestionar las emociones, contribuyendo al equilibrio y bienestar personal y social.

La gestión emocional no es más que la capacidad de manejar las emociones de una forma saludable y consciente para poder afrontar de manera adecuada las situaciones que nos generan estrés, ansiedad, tristeza, alegría desmesurada o angustia.



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes.
Recuperado el 12 de enero de 2026, de
<https://images.google.com/>

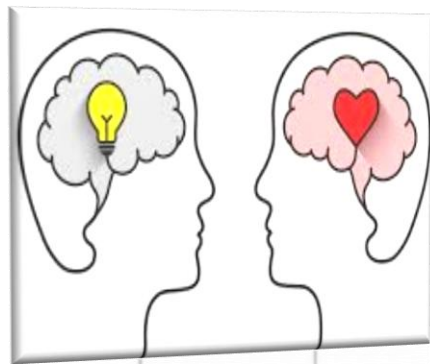


Aprender a manejar las emociones permite tomar decisiones más acertadas, mejorar las relaciones interpersonales y, en general, poder llevar una vida satisfactoria. (UNIR, 2024)

Inteligencia Emocional

El término "inteligencia emocional se refiere a la capacidad de reconocer nuestros propios sentimientos, los sentimientos de los demás, motivarnos y manejar adecuadamente las relaciones que sostenemos con los demás y con nosotros mismos”.

La inteligencia emocional tiene las siguientes habilidades colectivas y emocionales: conciencia de



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes.
Recuperado el 12 de enero de 2026, de
<https://images.google.com/>

uno mismo, autorregulación, motivación, empatía y habilidades sociales. Las tres primeras son personales y determinan el modo en que nos relacionamos con nosotros mismos, mientras que las dos últimas son competencias sociales y determinan el modo en que nos relacionamos con los demás.

El término “inteligencia emocional” (IE) se refiere a las habilidades para percibir, usar, comprender y regular las emociones, con el objetivo de alcanzar metas.

- ❖ Es una herramienta que ayuda a aprovechar las emociones para lidiar con un entorno social, reconociendo si tu conducta es o no apropiada.
- ❖ Ayuda a mejorar la calidad de las relaciones personales, además de influir en la vida académica y laboral.

Existen cinco habilidades emocionales y sociales básicas para comprender la forma en que éstas influyen en el mundo laboral.

- **Autoconocimiento.**

Capacidad de saber lo que estamos sintiendo en un determinado momento y de utilizar nuestras preferencias para guiar la toma de decisiones basada en una evaluación realista de nuestras capacidades y en una sensación bien asentada de confianza en nosotros mismos.



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>

- **Autorregulación.**

Manejar nuestras emociones para que faciliten la tarea que estemos llevando a cabo y que no interfieran con ella; ser conscientes y demorar la gratificación en nuestra búsqueda de objetivos; ser capaces de recuperarnos prontamente del estrés emocional.

- ✚ **Automotivación.** Utilizar nuestras preferencias más profundas para encaminarnos hacia nuestros objetivos, ayudarnos a tomar iniciativas, ser más eficaces y perseverar a pesar de los contratiempos y las frustraciones que se presenten.
- ✚ **Empatía.** Darse cuenta de lo que están sintiendo las personas, ser capaces de ponerse en su lugar y cultivar la relación y el ajuste con una amplia diversidad de personas.
- ✚ **Habilidades sociales.** Manejar bien las emociones en las relaciones, interpretando adecuadamente las situaciones y las redes sociales e interactuar fluidamente; utilizar estas habilidades para persuadir, dirigir, negociar y resolver disputas; cooperar y trabajar en equipo.

• ¿Para qué sirve la Inteligencia Emocional?

La IE implica habilidades para reconocer y valorar las emociones y los sentimientos propios y los de los demás, lo que facilita la convivencia y la resolución de problemas en las relaciones



La manera en cómo afrontan las situaciones y problemas que surgen en el ámbito laboral.

Su forma de relacionarse con los demás.

Su manejo de relaciones interpersonales entre los miembros de la organización.

interpersonales; también favorece dirigir las propias emociones al logro de metas, la capacidad de trabajo en equipo y permite adoptar una actitud empática y social que brinda mayores posibilidades de desarrollo social a través del interés y la tolerancia.

La IE se encuentra en íntima relación con el éxito profesional, ya que las instituciones y empresas ya no sólo consideran la formación o experiencia al momento de la contratación. Conoce las características relacionadas con la IE que hoy se buscan en los candidatos: (Aprendizaje, s.f.)

Entonces, ¿por qué y para qué ser emocionalmente inteligente?

La IE se puede desarrollar a través de la educación emocional, entendida por Bisquerra (2020) como un proceso educativo, continuo y permanente, que pretende desarrollar el conocimiento sobre las propias emociones y las de los demás, con objeto de capacitar al individuo para afrontar los retos que se plantean en la vida cotidiana. Ser emocionalmente inteligente te permitirá:



Dimensiones de la inteligencia emocional:

Es momento de retomar, con mayor detalle, cada una de las dimensiones que ya has visto, retomando a Goleman (1998) y el modelo de las cinco habilidades emocionales. (Aprendizaje, s.f.)

✚ **Autoconocimiento**

Se trata del conocimiento de uno mismo; es decir, la capacidad de reconocer una emoción en el mismo momento en que aparece; constituye la piedra angular de la IE. Las personas que tienen una mayor certeza de sus emociones suelen dirigir mejor sus vidas.

El autoconocimiento es una noción sobre las capacidades, limitaciones, aspiraciones, motivaciones y los temores que se tienen.

Auto conocerse implica desarrollar la habilidad de dirigir la atención hacia el propio mundo interno y tomar conciencia de sí mismo, entender las emociones, su influencia en la experiencia y la conducta; y expresarlas de forma adecuada al contexto. Se relaciona con las actitudes y creencias del individuo sobre sí mismo, el aprecio por sí mismo y la confianza en su capacidad para lograr metas.

El autoconocimiento te permitirá identificar tus emociones y sentimientos, prestarles atención y encontrar la relación entre tu reacción y el evento que los causó.



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes.
Recuperado el 12 de enero de 2026, de
<https://images.google.com/>

Autorregulación

La conciencia de uno mismo es una habilidad básica que te permite gestionar tus emociones y adecuarlas al momento. Tomando en cuenta lo anterior:

La autorregulación emocional es la capacidad de manejar las emociones; es decir, no dejarte llevar por lo que sientes en determinado momento: pensar antes de actuar.

La autorregulación conlleva la habilidad de responder a emociones surgidas a partir de la experiencia vital, de una manera que sea, por un lado, socialmente aceptable y, por el otro, que conserve la espontaneidad de la manifestación del estar en el mundo y ser capaz de manejar también el posible retraso de las reacciones, cuando así se necesite por intereses conscientes personales (Universidad Nacional Autónoma de México, s. f.). (Aprendizaje, s.f.)



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes.
Recuperado el 12 de enero de 2026, de
<https://images.google.com/>

Automotivación

La automotivación ayuda al individuo a crecer y desarrollarse como persona; lo guía a la obtención de una meta pese a los obstáculos del camino.

La automotivación es un proceso que inicia, guía y mantiene las conductas orientadas a lograr un objetivo o a satisfacer una necesidad.

Empatía

Las personas empáticas suelen sintonizar con las señales sociales sutiles que indican lo que necesitan o quieren los demás; la empatía permite comprender las emociones, sentimientos y preocupaciones de los demás y asumir su perspectiva, darse cuenta de las diferentes formas en que la gente siente las cosas.

“Educación que genera cambio”

La empatía se puede definir como la habilidad para compartir y entender las emociones de otros, ser capaces de interpretar las señales que los demás transmiten de forma verbal o no verbal. La empatía es clave para las relaciones, la gestión y la resolución de problemas en todos los entornos. Para comprender la empatía como una habilidad que te conecta con otros, es preciso distinguir los dos aspectos principales que la constituyen:



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>

La función más importante que tiene la empatía es adherirnos al grupo, en tanto los seres humanos necesitamos de los grupos para sobrevivir.

Habilidades Sociales

Las habilidades sociales se refieren a la capacidad de manejar relaciones con los demás e inducir en ellos respuestas deseadas.

Una conducta socialmente habilidosa se refiere a un conjunto de conductas emitidas por un individuo en un contexto interpersonal que expresa sentimientos, actitudes, deseos, opiniones o

derechos de ese individuo de un modo adecuado a la situación, respetando esas conductas en los demás y resolviendo de inmediato los problemas surgidos en una situación determinada, minimizando la probabilidad de futuros problemas. (Aprendizaje, s.f.)

Las habilidades sociales son el conjunto de estrategias de conducta y las capacidades para aplicar dichas

conductas que nos ayudan a resolver una situación social de manera efectiva, es decir, que es aceptable para el propio sujeto y para el contexto social en el que está.

Permiten expresar los sentimientos, actitudes, deseos, opiniones o derechos de modo adecuado a la situación en la cual el individuo se encuentra mientras respeta las conductas de los otros. Por esta razón, nos hacen mejorar nuestras relaciones interpersonales, sentirnos bien, obtener lo que queremos y conseguir que los demás no nos impidan lograr nuestros objetivos. Además, estos comportamientos son necesarios para interactuar y relacionarse con los demás de forma efectiva y mutuamente satisfactoria.

Estas habilidades son imprescindibles en cualquier ambiente que nos podamos encontrar (en familia, en el trabajo, en la calle, etc.). Una adecuada puesta en práctica de estas habilidades es beneficiosa para aprender a expresarse y comprender a los demás, tener en cuenta las necesidades e intereses de todo el mundo, intentar encontrar la solución más satisfactoria para todos ante un problema o ser solidario, cosas fundamentales si queremos vivir en sociedad. (NeuronUp, 2022)

Las habilidades sociales son una serie de competencias que nos permiten interactuar con las personas que nos rodean de forma



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>

exitosa. Son esenciales para nuestra vida diaria y su manejo efectivo puede tener un impacto muy positivo en nuestro bienestar psicológico.

Las habilidades sociales son competencias que nos permiten comunicarnos, relacionarnos e interactuar con los demás de manera efectiva y adecuada. Estas habilidades son importantes para establecer y mantener relaciones interpersonales saludables y para adaptarnos a diferentes contextos y culturas.

Desde un punto de vista psicológico, entendemos por habilidades sociales al conjunto de comportamientos aprendidos adaptativos que nos permiten interactuar y comunicarnos con los demás, tanto a nivel verbal como no verbal. El hecho de que sean aprendidas significa que podemos trabajarlas y entrenarlas a través de la práctica continuada, interactuando con otras personas en diversos contextos.

Tipos de habilidades sociales

Las habilidades sociales se pueden clasificar en dos categorías principales según su complejidad: básicas y complejas. Cada una de estas categorías engloba diferentes competencias que nos permiten interactuar de manera efectiva con los demás.

Habilidades sociales básicas:

Las habilidades sociales básicas son aquellas que utilizamos en nuestra vida diaria y que nos permiten interactuar de manera adecuada en situaciones cotidianas. Adquirir estas habilidades personales y sociales son imprescindibles para establecer relaciones con otras personas efectivas y son la base para el desarrollo de habilidades más complejas.



“Educación que genera cambio”

- **Escuchar activamente:** escuchar no es lo mismo que oír. Solo cuando puedes atender activa, detallada y empáticamente a quien tienes enfrente, tus interacciones sociales son realmente fructíferas.

- **Iniciar y mantener una conversación:**

saber cómo comenzar y sostener adecuadamente una conversación no es nada fácil, pero es una habilidad social imprescindible para relacionarnos con los demás. Requiere cierta cortesía y cercanía con la persona con la que te comunicas.

- **Formular preguntas:** saber preguntar implica saber cómo hacer una solicitud siendo suficientemente asertivo. Esta habilidad social es fundamental en la vida cotidiana, en casi cualquier contexto social.

- **Agradecer:** reconocer y agradecer a los demás es una dinámica básica en cualquier relación personal o profesional. Es una muestra de ser una persona civilizada y respetuosa.

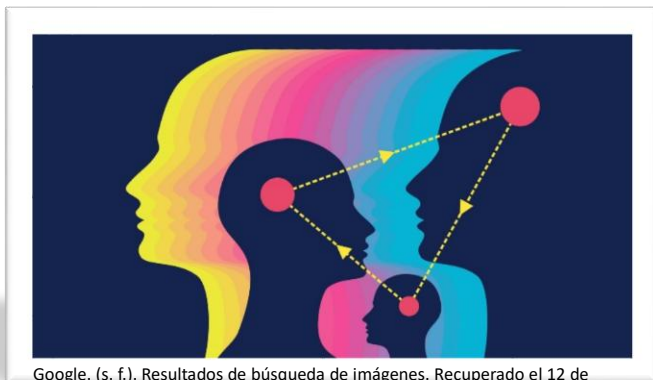
- **Presentarse y presentar a otros:** ya sea en contextos familiares, con amigos o en el ámbito laboral o académico, saber cómo presentarse o presentar a otros es una habilidad básica esencial.

- **Concertar citas:** la capacidad de programar encuentros futuros con otros es una competencia social muy útil para gestionar tu vida diaria en relación con otras personas.



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>

Habilidades sociales complejas:



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>

Las habilidades sociales complejas nos permiten interactuar y gestionar situaciones más complicadas. El aprendizaje de estas habilidades se desarrolla con el tiempo y la experiencia, y son esenciales para hacer frente a situaciones que requieren un mayor grado de conciencia e implicación personal.

- **Empatía e inteligencia emocional:**

estas habilidades sociales son esenciales en cualquier dinámica y contexto. Fomentan relaciones de calidad e interacciones sociales responsables y maduras (como aprender a pedir perdón cuando hacemos daño a alguien o reconocer nuestros errores), por lo que es importante practicarlas a menudo.

- **Asertividad:**

es una habilidad social importante por las implicaciones que tiene: saber defenderse con respeto, comunicar tus necesidades y atender los derechos de los demás son habilidades de gran valor para tener relaciones interpersonales de calidad.

- **Definir un problema, negociar y evaluar soluciones:**

Esta habilidad social debe practicarse con frecuencia porque no es fácil de implementar. Eso sí, cuando la domines, te permitirá llegar a acuerdos con facilidad, negociar y establecer metas en las que ambas partes salgan beneficiadas.



- **Pedir ayuda:**

Reconocer que no lo sabes todo y que necesitas consejo o apoyo es un acto de madurez emocional. Saber cómo pedir ayuda de manera efectiva es un indicativo de un buen dominio de las habilidades sociales.

- **Capacidad de persuasión:**

Lo cual significa saber argumentar, conectar y llegar a un entendimiento donde hagas ver a la otra persona que cierto comportamiento o acto podría ser más beneficioso para lograr determinados objetivos.

- **Autoafirmación:**

Estar seguro de tus propios sentimientos y pensamientos de manera clara, así como poder defenderlos y reivindicar tus propios derechos, son habilidades necesarias para vivir en sociedad.

- **Establecer límites:**

Que sean claros y que permitan gestionar los conflictos de forma constructiva.



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>

¿Por qué son importantes las habilidades sociales?

Desarrollar tus habilidades sociales no es solo una cuestión de caer bien a los demás; es una inversión en tu propio bienestar. Estas competencias son fundamentales en múltiples áreas de tu vida:

Según Albert Bandura (1986) las habilidades sociales se desarrollan a través del aprendizaje social, es decir, mediante la observación, imitación y práctica dentro de la interacción con otras personas

- ❖ **Las habilidades sociales en tus relaciones personales:** te permiten construir vínculos más profundos y significativos con amigos, familiares y pareja, basados en la confianza y el entendimiento mutuo.
- ❖ **Las habilidades sociales en el ámbito profesional:** son clave para el trabajo en equipo, el liderazgo y la negociación. Una buena comunicación puede abrirte puertas y ayudarte a alcanzar tus metas laborales.
- ❖ **Las habilidades sociales para tu salud mental:** unas relaciones interpersonales sanas son un pilar para la autoestima y la gestión emocional. Sentirte conectado y comprendido puede reducir la sensación de soledad y la ansiedad. (Unobravo, 2025)



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>



ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE DE REFORZAMIENTO

2. INFOGRAFÍA

Propósito: Que los estudiantes identifiquen, comprendan y valoren la importancia de las habilidades sociales mediante la elaboración colaborativa de una infografía, fortaleciendo su capacidad de trabajo en equipo, comunicación, creatividad y expresión oral al exponerla frente al grupo.

Producto esperado: Infografía

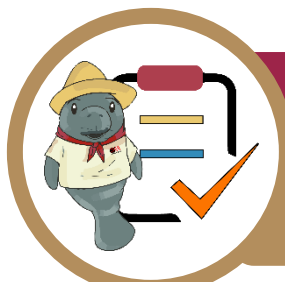
Instrucciones: El docente solicita a los estudiantes que, integrados en equipos de 5 integrantes, realicen la elaboración de una infografía sobre el tema de *Habilidades sociales*, ya sea de manera digital o física, con el propósito de comprender su importancia y exponerla frente al grupo.

EJEMPLO DE COMO ELABORAR UNA INFOGRAFIA



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>

“Educación que genera cambio”



INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

LISTA DE COTEJO 2

Actividad 2: “Infografía”

DATOS GENERALES						
Nombre(s) del alumno (s)				Matriculas(s)		
Producto: Infografía				Fecha		
Formación Laboral Básica: Habilidades para el emprendimiento				Periodo: 2025-2026B		
Nombre del docente:				Firma del docente		
CRITERIO	INDICADORES	VALOR OBTENIDO		PONDERACIÓN	CAL	OBSERVACIONES Y/O SUGERENCIAS
		SI	NO			
1	incluye un título claro y los datos completos (nombre, grupo y fecha).			2		
2	la presentación es limpia y profesional (físico/digital).			2		
3	la información está organizada de manera lógica, clara y jerárquica.			1		
4	el texto está libre de errores ortográficos y gramaticales.			1		
5	el cuadro sinóptico incluye todos los criterios de clasificación solicitados.			1		
6	cada subtipo/categoría presenta una definición precisa y comprensible.			1		
7	se proporcionan ejemplos concretos y pertinentes para cada categoría.			1		
8	se explica la importancia de cada tipo de empresa en la economía de manera adecuada.			1		
				CALIFICACIÓN		
Logros				Aspectos de Mejora		

Referencias

- Aprendizaje, U. d. (s.f.). *UNAM*. Obtenido de https://repositorio-uapa.cuaed.unam.mx/repositorio/moodle/pluginfile.php/2524/mod_resource/content/3/UAPA-Inteligencia-Exito-Profesional/index.html
- Corbin, J. A. (18 de Octubre de 2025). *Psicología y Mente*. Obtenido de <https://psicologiaymente.com/psicologia/gestion-emocional-dominar-emociones>
- NeuronUp. (27 de Abril de 2022). *NeuronUp*. Obtenido de <https://neuronup.com/actividades-de-neurorrehabilitacion/actividades-para-habilidades-sociales/habilidades-sociales-definicion-tipos-ejercicios-y-ejemplos/>
- (s.f.). Obtenido de https://mx.images.search.yahoo.com/yhs/search;_ylt=AwrOoSjqRR1pG2MH_CDv8wt.;_ylu=Y29sbwNncTEEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3BpdnM-?p=Caracter%C3%ADsticas+que+se+buscan+en+los+candidatos+para+un+puesto+de+trabajo+%5Besquema%5D&type=fc_ADDA49F0A8D_s58_g_e_d042422_n9
- UAPA. (s.f.). *Inteligencia Emocional y Éxito Profesional*. Obtenido de https://mx.images.search.yahoo.com/yhs/search;_ylt=AwrOoSjqRR1pG2MH_CDv8wt.;_ylu=Y29sbwNncTEEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3BpdnM-?p=Caracter%C3%ADsticas+que+se+buscan+en+los+candidatos+para+un+puesto+de+trabajo+%5Besquema%5D&type=fc_ADDA49F0A8D_s58_g_e_d042422_n9
- UNIR. (24 de Septiembre de 2024). *UNIR*. Obtenido de <https://www.unir.net/revista/educacion/gestion-emocional/>
- Unobravo. (30 de Octubre de 2025). *Unobravo*. Obtenido de <https://www.unobravo.com/es/blog/habilidades-sociales>



LECTURA 3: COACHING



El docente realiza una introducción del tema coaching, presentando el video el tema: “Coaching en el emprendimiento”: Dario Lazaro. (23 de junio de 2024) Cómo podemos tener éxito en el #emprendimiento. #coaching #liderazgo. [Archivo de video https://youtu.be/_LFALixcww?si=ViZELjWuNnhvcbZj.

El estudiante presta atención, analiza y comparte sus ideas en plenaria con sus compañeros de clases y responde a las instrucciones del docente para mayor comprensión el tema

En el siguiente enlace del código QR consulta la información



COMPARTE TUS APORTACIONES DEL VIDEO A TUS COMPAÑEROS

“Educación que genera cambio”

El docente para retroalimentar el tema expuesto con anterioridad presenta el video: **Coaching empresarial** de Iker Errasti Chinchurreta-LORTU. (19 de abril de 2022).Coaching Empresarial ¿Qué es? ¿Qué se puede obtener? ¿Quién recurre a él?. [Archivo de video].



<https://youtu.be/NfuQORPh1BQ?si=LmX4ZWvzhADeF1ir> . Y solicita que los estudiantes se integren en equipos para realizar un análisis que identifique las áreas en donde aplicar el coaching en sus propios proyectos de emprendimiento.

En el siguiente enlace del código QR consulta la información



“INTEGRATE EN EQUIPOS Y SOCIALIZA EN PLENARIA EL VIDEO”



Definición

DEFINICIÓN DE COACHING

El coaching es un proceso de acompañamiento profesional orientado a potenciar el rendimiento, la autoconciencia y el desarrollo personal o laboral de una persona. No se trata de dar consejos ni dirigir, sino de ayudar al coachee a descubrir y usar sus propios recursos, a clarificar metas y a encontrar estrategias para alcanzarlas (Whitmore, 2020).



<https://share.google/images/5AJGuEjBEoLmRO6XY>

Según Whitmore (2020), el coaching consiste en liberar el potencial de una persona para que maximice su desempeño mediante preguntas, reflexión guiada y establecimiento de objetivos. Este enfoque se basa en la premisa de que todos poseen la capacidad de aprender, mejorar y transformar sus hábitos mediante la exploración consciente.

Asimismo, Berg y Szabó (2018) explican que el coaching se fundamenta en el cambio conversacional: el coach utiliza preguntas que movilizan la creatividad, orientan al futuro y promueven decisiones responsables. El impacto no se encuentra en la instrucción directa, sino en la generación de claridad mental y compromiso.

En el ámbito emprendedor, el *coaching* es un proceso profesional de acompañamiento estratégico diseñado para que la persona emprendedora mejore su desempeño, tome decisiones conscientes, gestione sus recursos internos y alcance sus metas de negocio con mayor claridad y eficacia.

A diferencia de la consultoría, que ofrece soluciones directas, el coaching promueve la reflexión guiada, la identificación de obstáculos y la construcción autónoma de soluciones (Whitmore, 2017).

El coach facilita que el emprendedor genere nuevas perspectivas, aumente su capacidad para resolver problemas y se mantenga enfocado en objetivos prioritarios, un aspecto crítico durante las primeras etapas de un proyecto. Según Gallwey (2015), el coaching ayuda a reducir la interferencia interna; dudas, miedos, sesgos; que puede afectar la ejecución de decisiones clave.



<https://share.google/images/5AJGuEjBEoLmRO6XY>

Características del coaching.

- ✚ Se centra en el presente y futuro, no en analizar el pasado (Whitmore, 2020).
- ✚ Busca el aprendizaje autónomo, no la dependencia.
- ✚ Es un proceso estructurado, con etapas y metas claras (Berg & Szabó, 2018).
- ✚ Se basa en la confianza y confidencialidad.
- ✚ Promueve la responsabilidad personal.
- ✚ Utiliza preguntas poderosas en lugar de instrucciones directas.

Beneficios del coaching en emprendimientos reales

Beneficios individuales

1. **Mejora del autoconocimiento:** El coaching permite que la persona identifique sus patrones de pensamiento y comportamiento, lo cual facilita tomar decisiones más acertadas (Whitmore, 2020).

2. Desarrollo de habilidades blandas:

Promueve competencias como liderazgo, comunicación, escucha activa y regulación emocional (Berg & Szabó, 2018).

3. **Incremento del rendimiento:** El coaching ayuda a clarificar metas y diseñar estrategias prácticas que impulsan el cumplimiento de objetivos (Whitmore, 2020).

4. **Fortalecimiento de la motivación:** Las personas visualizan su progreso y se comprometen más con su crecimiento personal (Clutterbuck, 2019).

5. **Gestión del estrés y toma de decisiones:** Al estructurar el pensamiento y priorizar mejor, se reduce la ansiedad y aumenta la capacidad de resolución.



Beneficios para equipos y organizaciones

1. **Mejora del ambiente laboral:** Fomenta relaciones más colaborativas y abiertas (Clutterbuck, 2019).
2. **Cultura de aprendizaje continuo:** Las organizaciones que incorporan coaching desarrollan trabajadores más autónomos y responsables.
3. **Incremento en productividad y resultados:** Los equipos trabajan con mayor claridad, metas bien definidas y retroalimentación constante.
4. **Gestión del cambio organizacional:** El coaching favorece que los empleados adapten hábitos y actitudes alineadas con los objetivos estratégicos (Whitmore, 2020).

En proyectos de emprendimiento, el coaching aporta beneficios medibles que se traducen en mejores resultados en la fase de creación, validación y crecimiento del negocio:

- ✚ **Claridad estratégica:** El coaching fortalece la capacidad del emprendedor para definir su visión, priorizar metas y comprender mejor su modelo de negocio. Whitmore (2017) señala que la claridad es la base para tomar decisiones sostenibles.
- ✚ **Mejora en la toma de decisiones:** El emprendedor aprende a evaluar opciones utilizando preguntas estructuradas, análisis de impacto y reflexión crítica. Esto reduce decisiones impulsivas y favorece decisiones basadas en datos.
- ✚ **Desarrollo de liderazgo personal:** El coaching impulsa competencias como autocontrol, resiliencia, comunicación y pensamiento estratégico, imprescindibles para liderar equipos y relacionarse con clientes y proveedores (Stoltzfus, 2015)
- ✚ **Mayor productividad y disciplina:** Los procesos de coaching establecen ciclos de acción-seguimiento que incrementan la responsabilidad personal (accountability), haciendo más probable el cumplimiento de metas.



- ✚ **Gestión de emociones y manejo de estrés:** Emprender genera incertidumbre; el coaching proporciona herramientas para mantener una mentalidad estable y enfocada, reduciendo la parálisis por análisis (Gallwey, 2015).
- ✚ **Aceleración del aprendizaje:** El coach ayuda a identificar patrones, errores recurrentes y áreas ciegas, promoviendo el aprendizaje continuo esencial para la mejora del modelo de negocio.

Tipos de coaching aplicados al emprendimiento

TIPOS DE COACHING

Existen diversos tipos de coaching que responden a contextos personales, profesionales y organizacionales. A continuación, se desarrolla cada uno con amplitud.

1. Coaching personal o life coaching

Dirigido al desarrollo integral de la persona: autoestima, hábitos, relaciones, manejo emocional. Se enfoca en metas personales, bienestar y sentido de propósito (Berg & Szabó, 2018).

2. Coaching ejecutivo

Utilizado en altos mandos y líderes. Ayuda a mejorar habilidades de dirección, liderazgo, delegación, gestión de equipos y adaptación al cambio (Whitmore, 2020).

3. Coaching organizacional

Abarca procesos dentro de empresas para mejorar trabajo en equipo, comunicación y productividad. Se usa para alinear personas con metas corporativas (Clutterbuck, 2019).

4. Coaching educativo

Aplicado en escuelas o universidades. Apoya el aprendizaje autónomo, la motivación estudiantil y la calidad del proceso de enseñanza. Los docentes actúan como facilitadores más que como transmisores (Berg & Szabó, 2018).

5. Coaching de equipos

Busca mejorar la coordinación, confianza y eficacia de los grupos. Se trabaja con dinámicas de colaboración, metas compartidas y resolución de conflictos (Clutterbuck, 2019).

6. Coaching de habilidades específicas

Focalizado en el desarrollo de una competencia concreta:

- comunicación,
- ventas,
- productividad,
- liderazgo,
- creatividad, etc.

7. Coaching ontológico

Enfatiza el lenguaje, las emociones y la corporalidad como medios para transformar la forma en que la persona interpreta el mundo y actúa en él. Se centra en el “ser”, no solo en el “hacer” (Whitmore, 2020).



Existen diversos **tipos de coaching**, pero tres son especialmente pertinentes para **proyectos emprendedores**:

1. Coaching ejecutivo o empresarial

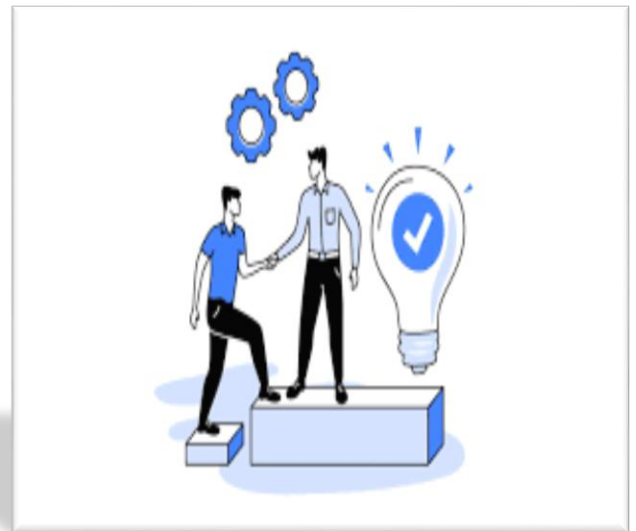
Enfocado en habilidades estratégicas: liderazgo, comunicación, negociación, dirección de equipos y visión del negocio. Es usado por emprendedores que se encuentran en fases de crecimiento o que necesitan fortalecer su rol como directores de proyecto (Stoltzfus, 2015).

2. Coaching de emprendimiento (entrepreneurship coaching)

Acompaña al emprendedor desde la fase de ideación hasta la validación del modelo de negocio. Trabaja temas como propuesta de valor, cliente ideal, gestión del riesgo y ejecución ágil. Paré (2019) destaca que este tipo de coaching ayuda a convertir ideas en negocios operativos mediante metodologías como Lean Startup.

3. Coaching de equipos (team coaching)

Cuando el proyecto involucra socios o colaboradores, el coaching de equipos fortalece la coordinación, la comunicación y la alineación de objetivos. Permite prevenir conflictos, mejorar la toma de decisiones grupales y aumentar el rendimiento colectivo (Hawkins, 2017).



<https://share.google/images/5AJGuEjBEoLmRO6XY>



<https://share.google/images/5AJGuEjBEoLmRO6XY>

3.3 Retroalimentación (feedback) en proyectos emprendedores



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>

La retroalimentación es un componente indispensable del coaching y un proceso crítico para la construcción de negocios reales. Hattie y Timperley (2007) la definen como la información que ayuda a cerrar la brecha entre el desempeño actual y el desempeño deseado.

En emprendimiento, el feedback adecuado:

- Permite validar la propuesta de valor.
- Identifica fallas en el modelo de negocio antes de invertir de más.
- Aclara lo que se debe mejorar y qué debe eliminarse.
- Reduce el riesgo y acelera la adaptación al mercado.

RETROALIMENTACIÓN (FEEDBACK) EN COACHING

La retroalimentación es uno de los elementos claves del coaching. A través del feedback, el coach ayuda a la persona a tomar conciencia de sus fortalezas, áreas de mejora y posibilidades de acción. Una retroalimentación bien dada puede transformar el desempeño.

Según Clutterbuck (2019), el feedback es un proceso que permite analizar comportamientos, interpretarlos de manera objetiva y diseñar nuevas estrategias para mejorar resultados.

Propósitos del feedback

- ✓ Aclarar lo que la persona está haciendo bien y lo que necesita ajustar.
- ✓ Desarrollar reflexión crítica sobre acciones, decisiones y actitudes.
- ✓ Guiar el aprendizaje hacia comportamientos más efectivos (Berg & Szabó, 2018).
- ✓ Fortalecer la motivación y compromiso.
- ✓ Reducir errores y mejorar desempeño.

Características de un feedback efectivo

Un buen feedback debe ser:

- ❖ **Específico**, no general.
- ❖ **Constructivo**, orientado a la mejora y no a la crítica personal.
- ❖ **Oportuno**, dado en el momento adecuado.
- ❖ **Equilibrado**, considerando fortalezas y áreas de mejora.

- ❖ **Orientado a la acción**, ofreciendo alternativas concretas.
- ❖ **Basado en hechos**, no en juicios o suposiciones (Clutterbuck, 2019).

Modelos de retroalimentación utilizados en coaching

1. Modelo GROW (Whitmore)

- G – Goal (Meta)
- R – Reality (Realidad)
- O – Options (Opciones)
- W – Will (Voluntad/Plan de acción)

Este modelo facilita conversaciones estructuradas para ayudar al coachee a clarificar metas y tomar decisiones.

2. Modelo SBI (Situation–Behavior–Impact)

- Describe la situación,
- El comportamiento observado,
- Y el impacto generado.

Es altamente efectivo en entornos laborales.

3. Modelo AID (Action – Impact – Desired outcome)

Útil para guiar conversaciones de mejora continua.

Características de un buen feedback en proyectos reales

1. **Específico y basado en evidencia:** Se enfoca en acciones observables, no en opiniones personales.
2. **Orientado a la mejora:** Indica qué pasos concretos debe tomar el emprendedor.
3. **Oportuno:** Debe darse en el momento adecuado, especialmente al finalizar una tarea clave (pitch, validación, prototipo).
4. **Bidireccional:** El emprendedor puede hacer preguntas, aclarar dudas y participar en la interpretación de la retroalimentación.

Modelos de feedback útiles para emprendedores

- **Modelo SBI (Situación–Comportamiento–Impacto):** claridad y concreción.
- **Modelo COIN (Contexto–Observación–Impacto–Siguiente paso):** muy usado en equipos emprendedores.
- **Modelo Feedforward (Goldsmith):** se enfoca en el futuro, no en el error pasado.

Stone y Heen (2014) señalan que aprender a recibir feedback es tan importante como saber darlo: los emprendedores deben evitar la defensividad, escuchar activamente y seleccionar una o dos acciones prioritarias para aplicar.





ACTIVIDAD DE REFORZAMIENTO 3. PRESENTACIÓN DE TIPOS DE COACHING

Propósito: Que los estudiantes comprendan el concepto de coaching, identifiquen sus principales tipos y reconozcan los beneficios que aporta en el desarrollo personal, académico y profesional, mediante una exposición guiada que fortalezca sus habilidades de comunicación, análisis y expresión oral.

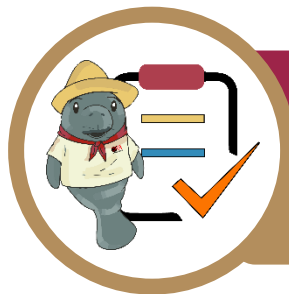
Producto esperado: Presentación de tipos de coaching

Instrucciones: El docente asigna a los estudiantes que en equipos colaborativos de 5 integrantes realicen una exposición digital (Canva, powerpoint) de tipos de coaching.



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>

“Educación que genera cambio”



INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

LISTA DE COTEJO 3

Actividad 3: “Presentación de tipos de coaching”

DATOS GENERALES						
Nombre(s) del alumno (s)				Matriculas(s)		
Producto: Presentación de tipos de coaching				Fecha		
Formación Laboral Básica: Habilidades para el emprendimiento				Periodo: 2025-2026B		
Nombre del docente:				Firma del docente		
CRITERIO	INDICADORES	VALOR OBTENIDO		PONDERACIÓN	CAL	OBSERVACIONES Y/O SUGERENCIAS
		SI	NO			
1	Identifica correctamente el concepto general de coaching.			2		
2	Explica con claridad la finalidad del coaching.			1		
3	Clasifica adecuadamente los tipos de coaching (mínimo 4 categorías).			1		
4	Relaciona cada tipo de coaching con ejemplos reales o prácticos.			2		
5	La información está bien organizada y con estructura lógica.			1		
6	La presentación (oral o escrita) es clara y segura.			1		
7	Cita correctamente las fuentes consultadas.			1		
8	Presenta el trabajo sin errores graves de ortografía y redacción.			1		
				CALIFICACIÓN		
Logros				Aspectos de Mejora		

Referencias

- Clutterbuck, D. (2019). *Coaching eficaz: principios y práctica*. Ediciones Díaz de Santos.
- Gallwey, W. T. (2015). *El juego interior del tenis: El clásico sobre el rendimiento mental*. Ediciones Urano.
- Hattie, J., & Timperley, H. (2007). The power of feedback. *Review of Educational Research*, 77(1), 81–112. <https://doi.org/10.3102/003465430298487>
- Hawkins, P. (2017). *Leadership team coaching: Developing collective transformational leadership* (3rd ed.). Kogan Page.
- Pará, J. (2019). *Coaching para emprendedores: Metodologías para transformar ideas en negocios*. Editorial Empresa Activa.
- Stoltzfus, T. (2015). *Coaching: Herramientas para el desarrollo de líderes*. Ediciones CLC.
- Stone, D., & Heen, S. (2014). *Gracias por el feedback: Cómo aprovechar la crítica constructiva*. Editorial Paidós.
- Whitmore, J. (2017). *Coaching para el desempeño* (5.ª ed.). Editorial Paidós.
- Whitmore, J. (2020). *Coaching: El método para mejorar el rendimiento de las personas* (5.ª ed.). Paidós.



-EMPODERAMIENTO

[illegible]

182

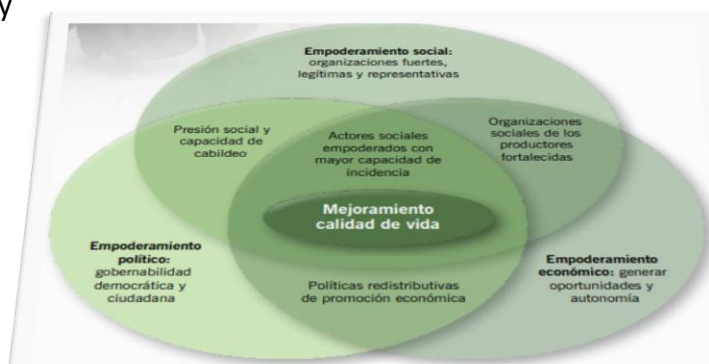


“Educación que genera cambio”

Zimmerman (2000) y Rappaport (1988) coinciden en que el empoderamiento es un constructo que relaciona fortalezas individuales y capacidades (competencias), sistemas naturales de ayuda y conductas proactivas con asuntos del cambio social y de política social. (Martínez, s.f.)

El empoderamiento organizacional se refiere a brindar autoridad a los colaboradores para tomar decisiones y actuar sin tener que buscar aprobación, esto significa dejar que la gente use su propia inteligencia, experiencia, intuición y creatividad, hacer que se involucren en las operaciones de la organización, escucharlas y aprovechar sus ideas para ayudar a que la organización mejore y tenga éxito. (S.C, s.f.)

En el empoderamiento están presentes tres dimensiones: política, social y económica (ASOCAM, 2005). Esta segmentación, antes que corresponder a realidades objetivamente verificables (sin empoderamiento social no hay empoderamiento político, de la misma forma que el empoderamiento económico no puede operar sin un empoderamiento social y político), pretende constituirse en una herramienta pedagógica y analítica para comprender las interrelaciones y niveles de interdependencia entre cada una de las dimensiones inmersas en el empoderamiento.



Tomado de *Empoderamiento: conceptos y orientaciones*. (n.d.). Ehu.Eus. Retrieved November 20, 2025, from https://dhls.hegoa.ehu.eus/uploads/resources/4969/resource_files/ASO_RA_Empoderamiento.pdf

“Educación que genera cambio”

Las dimensiones del empoderamiento y sus interrelaciones

- ✚ **El empoderamiento social** está orientado a la construcción de un sólido tejido social e institucional que incluya a las personas y grupos sociales y sus organizaciones. Promueve un enfoque de protagonismo de los actores en la apropiación de los desafíos del desarrollo.
- ✚ **El empoderamiento político** está dirigido a la transformación de unas relaciones de poder excluyentes, de forma que los grupos sociales construyan en forma democrática y equitativa las decisiones relacionadas con el mejoramiento de la calidad de sus vidas.



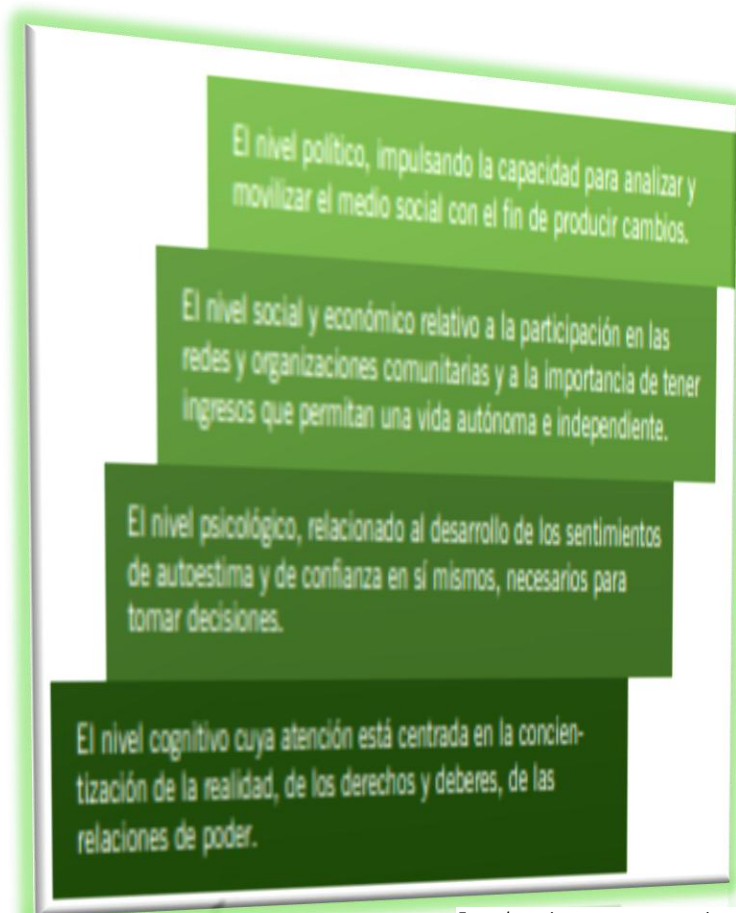
Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>

“Educación que genera cambio”

Niveles por los que transita el empoderamiento político

Empoderamiento económico

La importancia del empoderamiento económico radica en el derecho que tiene toda persona a vivir dignamente para lo que necesita, entre otras cosas, dinero. Si se considera que la falta de dinero agudiza dependencias de todo tipo, es evidente concluir que la persona que goza de una relativa seguridad económica es más dueña de sí misma y disfruta de una mayor autonomía. En esa medida, el empoderamiento económico debe contribuir a ampliar las oportunidades para que toda persona pueda ganarse, a través de su esfuerzo, el sustento suyo y de su familia.



Empoderamiento: conceptos y orientaciones. (n.d.). Ehu.Eus. Retrieved November 20, 2025, from https://dhlh.hegoa.ehu.eus/uploads/resources/4969/resource_files/ASO_RA_Empoderamiento.pdf

Habilidades gerenciales

Las habilidades gerenciales son un conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes autodirigidas que todo profesionista debe tener para liderar o administrar un área, un departamento o una organización.

Estas habilidades han evolucionado a la par del mundo de los negocios. Hacia finales del siglo XX cobraron mayor relevancia, pues las empresas comenzaron a notar los beneficios que tenía motivar e impulsar el compromiso de los coordinadores o líderes de un proyecto.

Las competencias gerenciales hacen posible a una persona coordinar y dirigir eficientemente

los recursos humanos y materiales a su cargo. También permiten responder a las exigencias de un mundo incierto —como el que vivimos durante y después de la pandemia— y anticiparse al futuro.



Tomado de *Empoderamiento: conceptos y orientaciones*. (n.d.). Ehu.Eus. Retrieved November 20, 2025, from https://dhs.hegoa.ehu.eus/uploads/resources/4969/resource_files/ASO_RA_Empoderamiento.pdf

5 ejemplos de habilidades gerenciales esenciales para ser un buen líder

Cuando se habla de habilidades gerenciales, normalmente se piensa en toma de decisiones, comunicación efectiva, liderazgo y capacidad de resolución de problemas. También se piensa en negociación y manejo de conflictos y desarrollo e integración de equipos de trabajo.

Si bien algunos expertos indican que los aspirantes a puestos directivos deben cumplir con una lista de más de 20 habilidades gerenciales, son 5 las prioritarias para las empresas:

1. Liderazgo transformacional

Para el portal OCCMundial, un buen líder debe ejemplificar el esfuerzo que espera de sus colaboradores. De hecho, hoy se habla de liderazgo transformacional que implica tener una meta compartida como equipo, y también metas individuales.

Hoy el liderazgo ya no es sinónimo de poder, sino de autoridad y asertividad. Autoridad, porque debe motivar e influir a los demás. Y asertividad, porque el líder se comunica

de tal manera que los demás escuchan lo que dice y a la vez se sienten escuchados.



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes. Recuperado el 12 de enero de 2026, de <https://images.google.com/>

2. Pensamiento visionario y analítico

El pensamiento visionario se refiere a saber encauzar los esfuerzos del área o la empresa. ¿Qué se necesita? Conocer el sector, las tendencias del mercado, los hábitos de consumo de la región de que se trate y las herramientas necesarias para dirigirse a la meta.

3. Trabajo colaborativo

Una cualidad del líder en cualquier ámbito es la de saber delegar. Al hacerlo optimiza recursos y tiempo y, lo más importante, prepara a su equipo para adquirir nuevas responsabilidades, responder a las exigencias y avanzar en su trayectoria.

4. Resolución de problemas

Se dice que la forma en que un directivo afronta un problema y ejecuta la solución define en gran medida sus habilidades gerenciales.

5. Toma de decisiones

Esta habilidad gerencial implica asumir riesgos potencialmente altos que pueden beneficiar o afectar a la empresa. ¿Qué se requiere? Versatilidad intelectual; tener un panorama global de riesgos y beneficios; estar al tanto del entorno, la empresa y el sector –con curiosidad e iniciativa—, así como considerar todas las variables y datos relevantes.

Clasificación de las habilidades gerenciales

Una segunda clasificación divide las habilidades gerenciales de la siguiente manera:

Habilidades técnicas:

es la suma de conocimientos y habilidades necesarias para desempeñar un cargo. Son los procesos, herramientas y técnicas que ayudan a lograr los objetivos del área.

Habilidades humanas:

Implican comunicarse e interactuar de manera asertiva y eficiente para lograr objetivos comunes con el equipo y con otros gerentes, directivos, proveedores y clientes.

Habilidades conceptuales.



Google. (s. f.). Resultados de búsqueda de imágenes.
Recuperado el 12 de enero de 2026, de
<https://images.google.com/>

Son las capacidades que dan contexto del panorama. Facilitan la creación de nuevos conceptos, resolver problemas y formular ideas creativas

Capacidad de gestión: Concepto y relación con las habilidades gerenciales

La capacidad de gestión es la aptitud para coordinar recursos de manera eficiente y eficaz.

Esta capacidad es el núcleo de las funciones gerenciales y está directamente vinculada al desarrollo de habilidades como:

- ✓ Organización del trabajo
- ✓ Manejo de conflictos
- ✓ Delegación efectiva

Beneficios de desarrollar habilidades gerenciales

Tanto para el profesional como para la empresa:

- + Mayor adaptabilidad al cambio
- + Mejora en la toma de decisiones
- + Equipos más motivados y productivos
- + Incremento en oportunidades de ascenso
- + Capacidad de negociación y liderazgo efectivo

Además, tras la pandemia, destaca una habilidad clave: el aprendizaje continuo (lifelong learning), indispensable para mantenerse vigente en un entorno cambiante.





SIGA

SIGA No. 1

TEST DE DIAGNÓSTICO DE HABILIDADES GERENCIALES

Propósito: Identificar el perfil gerencial actual de los estudiantes mediante la aplicación de un test de diagnóstico sobre habilidades gerenciales básicas —orientación a resultados, liderazgo, comunicación efectiva y gestión de recursos humanos—, con el fin de reconocer fortalezas y áreas de oportunidad que permitan establecer acciones de mejora para el desarrollo y ejercicio adecuado de funciones gerenciales.

Producto esperado: *Test de diagnóstico de Habilidades Gerenciales*

Instrucciones: El docente solicita a los estudiantes que de manera individual contesten un test de diagnóstico relacionado con las Habilidades Gerenciales básicas: Orientación, resultados, Liderazgo, Comunicación efectiva y Gestión de Recursos Humanos.

Test de autoevaluación de Habilidades Gerenciales básicas.

Instrucciones: Agradecemos elegir la opción con la que más se identifique y marcar con una **X** su respuesta correctamente, respondiendo de manera objetiva y sincera para obtener el reflejo de su perfil gerencial actual y determinar así las oportunidades de mejora para ejercer adecuadamente su función gerencial.

Test de autoevaluación de Habilidades Gerenciales básicas.

Este test permite analizar en profundidad la capacidad para liderar, tomar decisiones y gestionar equipos. Agradecemos elegir la opción con la que más se identifique y marcar con una **X** su respuesta correctamente, respondiendo de manera objetiva y sincera para obtener el reflejo de su perfil gerencial actual y determinar así las oportunidades de mejora para ejercer adecuadamente su función gerencial.

Al final suma todas tus respuestas y reflexiona que tipo habilidad gerencial posees.

Descripción	Totalmente en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Probablemente	Parcialmente de Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
Ayudo al personal a identificar sus fortalezas y áreas de mejora para desarrollar su potencial	☐	☐	☐	☐	☐
Me exijo constantemente alcanzar un nivel más alto en el rendimiento para lograr las metas	☐	☐	☐	☐	☐
Conozco los intereses del equipo de trabajo e intento orientarlos hacia un objetivo en común.	☐	☐	☐	☐	☐

“Educación que genera cambio”

Comunico mis ideas, pensamientos y emociones en forma clara, eficiente y fluida, logrando que mi equipo entienda el mensaje e impacte con el mensaje que deseo transmitir Me	☐	☐	☐	☐	☐
Me preocupo porque todos los integrantes de mi equipo conozcan y comprendan los resultados que deseamos alcanzar	☐	☐	☐	☐	☐
Entiendo perfectamente cuáles son los resultados que debo alcanzar en mi área de trabajo	☐	☐	☐	☐	☐
Soy honesto(a) y transparente cuando hablo con mi equipo de trabajo sobre algún tema de interés para la Institución	☐	☐	☐	☐	☐

“Educación que genera cambio”

Utilizo adecuadamente mi comunicación no verbal, contacto visual, postura, expresiones faciales y todo lo que pueda complementar, enriquecer y confirmar mi mensaje verbal					
Me preocupo para que los miembros de mi equipo tengan las competencias necesarias para lograr un buen desempeño Siempre tengo					
Siempre tengo en mente un “Sí se puede” frente a los cambios repentinos y problemas que se dan en la institución					
Conozco bien a mi equipo de trabajo y tengo un vínculo fuerte con ellos generando un					



“Educación que genera cambio”

ambiente de confianza y sinergia					
Estoy dispuesto permanentemente a escuchar a los demás con tolerancia, ocupándome de entender sus puntos de vista, evitando ideas preconcebidas y juicios					
Busco activamente las opiniones de los demás como inspiración para ideas frescas y novedosas					
Soy persistente en la búsqueda de los resultados de mi área de trabajo para contribuir al logro de los objetivos institucionales					
Escucho con respeto y considero atentamente las opiniones de los demás antes de					

emitir o tomar una decisión Escucho					
Total	TED	PED	P	PDA	TDA

Escala de evaluación

Totalmente de Acuerdo: Marca una diferencia crucial a la hora de tomar una decisión acerca del problema.

Parcialmente de Acuerdo: Sería un factor importante (aunque no siempre crucial) para tomar una decisión.

Probablemente: Incluye algo que a usted le importa, pero que no es de gran relevancia para llegar a una decisión.

Parcialmente en desacuerdo: No es muy importante considerar esta afirmación o pregunta en este caso.

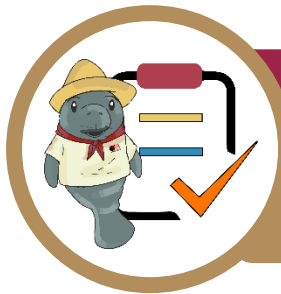
Totalmente en desacuerdo: Carece completamente de importancia al tomar una decisión. Usted perdería el tiempo pensando.

Competencias evaluadas:

Habilidades directivas:

- Capacidad de comunicación
- Inteligencia emocional
- Toma de decisiones
- Orientación a resultados
- Habilidades de negociación
- Capacidad de mando
- ...y más.





Instrumento de Evaluación

LISTA DE COTEJO

Actividad SIGA 1: “Test de diagnóstico de Habilidades Gerenciales”

DATOS GENERALES						
Nombre(s) del alumno (s)			Matriculas(s)			
Producto Test de diagnóstico de Habilidades Gerenciales			Fecha			
Formación Laboral Básica: Habilidades para el emprendimiento			Periodo:2025-2026B			
Nombre del docente:			Firma del docente			
CRITERIO	INDICADORES	VALOR OBTENIDO		CALIF	CAL	OBSERVACIONES Y/O SUGERENCIAS
		SI	NO			
2	La información parte de ideas principales.					
1	La información cuenta con ramificaciones que dan sentido a la información.					
2	Se utilizan palabras clave para dar coherencia a la información.					
1	Se incluyen ideas claras y concretas.					
1	Con la información utilizada se puede visualizar las diferencias y semejanzas de la temática					
1	Los argumentos que expresa son oportunos y acordes a la temática.					
1	Muestra interés en el test y se refleja en la postura que adquiere para reflexionar el tema.					
1	Respeto las ideas y comentarios de sus compañeros.					
				CALIFICACIÓN		
Logros				Aspectos de Mejora		

HIMNO DEL COBATAB



¡Oh!, Colegio de Bachilleres, impetuosa y querida
institución casa fiel del conocimiento,
hoy te canto este himno con amor,
eres rayo de esperanza del mañana,
eres la voz de la verdad.

¡Oh!, Colegio de Bachilleres, eres
luz en medio de la oscuridad.
//Colegio de bachilleres conducta
clara y firme decisión
Colegio de bachilleres tu misión
para siempre es ser mejor.//

En Tabasco se ha sembrado
la semilla que un día germinara,
el impulso de la vida modernista
en progreso de toda la sociedad,
es tu memorable historia gran
orgullo para toda la región,
educación que genera cambio,
ejemplo digno en cada generación.

PORRA INSTITUCIONAL

¡Somos!

¡Somos!

Jóvenes Bachilleres

Jóvenes Bachilleres

Con Valor y Lealtad

De Norte a Sur

De Este a Oeste

Somos líderes Bachilleres del Sureste
COBATAB Unido, COBATAB Fortalecido.

Este encuentro lo gano porque lo gano
Como dijo el Peje, me canso ganso.

¡Somos!

¡Somos!

Jóvenes Bachilleres

Jóvenes Bachilleres

¡Somos!

¡Somos!

Jóvenes Bachilleres

Jóvenes Bachilleres

COBATAB Unido, COBATAB Fortalecido

COBACHITO



Colegio de Bachilleres,
Está de fiesta señores
Pues todos sus estudiantes
Hoy celebran con honores.

Que ya llegó la alegría
Es hora de motivar
Bailemos con algarabía
Cobachito nos guiará.

Allá por el acahual
En los ríos de Tabasco
Aconchado en unas ramas
O nadando sin parar.

Un manatí se ha ganado
El cariño de la gente
Cobachito le han llamado
Y no para de bailar.

Cobachito, con él vamos a ganar
Cobachito, eres espectacular
Cobachito, respetamos tu hábitat
Cobachito, mascota del COBATAB.

Mientras la orquesta se escucha
Y la porra se emociona
Los jóvenes bachilleres
A una voz ovacionan

Con orgullo representan
A una gran institución
COBATAB está presente
Y Cobachito ya llegó.

