



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas

**"EL DESEMPEÑO DEL EGRESADO EN SISTEMAS COMERCIALES EN EL
SECTOR ALIMENTOS, POLLOS ASADOS EL DRAGON"**

Memoria de Experiencia Profesional

Para obtener el grado de:

LICENCIADO EN SISTEMAS COMERCIALES

Presenta

MIGUEL ANGEL DURAN HERNANDEZ

SUPERVISORES:

Dr. Francisco Güemes Ricalde.

M.C. Edith Navarrete Marneou

M.C. José Luis Zapata Sánchez.



Chetumal, Quintana Roo, México, Abril 2015.





UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

División de Ciencias Sociales y Económico
Administrativas

"EL DESEMPEÑO DEL EGRESADO EN SISTEMAS COMERCIALES EN EL SECTOR
ALIMENTOS, POLLOS ASADOS EL DRAGON"

Presenta: Miguel Ángel Durán Hernández

Trabajo monográfico para obtener el título de
LICENCIADO EN SISTEMAS COMERCIALES

Aprobado por

COMITÉ DE SUPERVISIÓN DE TRABAJO MONOGRÁFICO:

PRESIDENTE:


Dr. Francisco J. Gómez Ricalde

SECRETARIO:


M.C. Edith Navarrete Marneou

VOCAL:


M.C. José Luis Zapata Sánchez

Chetumal, Quintana Roo, México, abril/2015



AGRADECIMIENTOS:

A mi mejor Amigo DIOS, quien siempre ha estado presente en mi vida, a cada instante guiándome por el sendero correcto, brindándome un poco de su gran sabiduría, por sus bendiciones que han llegado en el momento indicado en mi vida personal y profesional.

A mis padres.

Mi madre la Sra. Ricarda Hernández Martínez, quien supo darme los mejores consejos, me motivo y apoyo siempre en mis estudios. Me demostró que con carácter y trabajo se puede lograr lo que uno quiere.

Mi padre el Sr. Miguel Duran Ávila, le doy gracias por su confianza, por enseñarme los valores, principios que forman parte de mi personalidad.

A mi esposa Jesica Jasmín Marrufo Castillo, le doy muchas gracias por brindarme su amor y confianza, por que ha creído en mí, y que junto con mi hijo diego Emanuel Duran Marrufo me han motivado a crecer como persona y profesionalmente.

Le doy gracias a DIOS por este logro que comparto con mi familia, a mis maestros: Francisco J. Güemez Ricalde, José Luis Zapata Sánchez, Juana Edith Navarrete Marneou, que siempre estuvieron en completa disposición, por su valioso apoyo, paciencia y compartir su conocimiento. Gracias.

INDICE

INTRODUCCION	6
---------------------------	----------

CAPITULO I.- LA UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

1.1 ANTECEDENTES	8
1.2 CARACTERISTICAS DE LA INSTITUCION.....	9
1.3 MODELO DE EDUCACION SUPERIOR.....	10
1.4 MISION Y VISION	13
1.5 VALORES DE LA UNIVERSIDAD.....	14
1.6 FINALIDAD DE LA UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO	15
1.7 PRINCIPALES ELEMENTOS	16
1.7.1 ESCUDO	16
1.7.2 LEMA	17
1.7.3 BIBLIOTECAS.....	18
1.7.4 DEPARTAMENTO DE COMPUTO Y TELEMATICA.....	22
1.7.5 PRINCIPALES LABORATORIOS	24
1.7.6 PRINCIPALES PROGRAMAS CULTURALES.....	25
1.7.7 PROYECTO DE VINCULACION.....	26
1.7.8 CONVENIOS CON ORGANISMOS NACIONALES E INTERNACIONALES	27

CAPITULO 2: LA LICENCIATURA EN SISTEMAS COMERCIALES

2. INTRODUCCIÓN	28
2.1 JUSTIFICACION DE LA LICENCIATURA.....	28
2.2 OBJETIVO CURRICULAR	30
2.3 PERFIL DEL ASPIRANTE.....	30

2.4 PERFIL DEL EGRESADO.....	32
2.5 ACTIVIDAD PROFESIONAL.....	33
2.6 ORGANIZACIÓN DE LA CARRERA.....	34
2.6.1 MAPA CURRICULAR.....	39
2.6.2 REQUISITOS DE TUTULACION.....	44
2.6.3 DESCRIPCION DE ASIGNATURAS GENERALES.....	44

CAPITULO 3: DESCRIPCIÓN DE UNA MICROEMPRESA FAMILIAR “POLLOS ASADOS EL DRAGÓN” Y COMIDA CHINA, EN EL ESTADO DE QUINTANA ROO.

3.1 ANTECEDENTES.....	59
3.2 UBICACIÓN.....	61
3.3 MISION.....	62
3.4 VISION.....	62
3.5 LOGO.....	62
3.6 ESTRUCTURA ORGÁNICA.....	63
3.6.1 ORGANIGRAMA.....	64
3.7 OBJETIVOS.....	64
3.8 EXPERIENCIA PROFESIONAL.....	65
3.8.1 DESCRIPCION DEL PUESTO Y SUS FUNCIONES ESPECÍFICAS.....	65
3.9 VINCULACION DE LA LICENCIATURA EN SISTEMAS COMERCIALES CON LAS ACTIVIDADES SEÑALADAS EN EL PUESTO.....	69
3.10 MATERIAS DE APOYO EN LA REALIZACION DE ACTIVIDADES EN EL PUESTO.....	69
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	72
BIBLIOGRAFIA.....	74

INTRODUCCIÓN

Hace 15 años nace la idea de idea iniciar un pequeño negocio familiar, el cual consiste en la venta de pollos asados al carbón. La presente memoria de experiencia profesional tiene como principio fundamental la obtención del título oficial de Licenciado en Sistemas Comerciales, se expone en este documento, mi experiencia adquirida como administrador del local.

Atender personalmente al cliente ha sido una experiencia que me ha enseñado a mejorar en el servicio.

La finalidad de esta monografía es demostrar el éxito de esta microempresa familiar, el proceso de adaptaptacion, las necesidades, gustos y economía del cliente, básicamente nuestro concepto del negocio es, el ser constantes y originales en lo que hacemos.

Objetivo general

Exponer el éxito y factibilidad de la microempresa familiar dedicada al sector alimentos el cual pretende incrementar las ventas y mejorar el servicio que se ofrece mediante estrategias específicas.

Objetivos específicos

- Describir la experiencia laboral obtenida como administrador de una microempresa en el sector alimentos.
- Administrar de mejor manera el micro negocio para garantizar su solidez.
- Analizar y tomar las mejores decisiones para el rumbo del micro negocio
- Crecer y mantenerse en el gusto del cliente.
- Exponer los resultados obtenidos de esta experiencia laboral.
- Identificar el proceso de adaptación y éxito del negocio.

Capitulo 1

La Universidad de Quintana Roo

1.1 Antecedentes

Quintana Roo es la entidad federativa más joven del país, con un impresionante ritmo de crecimiento en su economía, su población, y con una privilegiada ubicación geográfica que lo sitúa hoy como la puerta de México hacia el Caribe y Centroamérica. Esta región es heredera del legado histórico y cultural de los mayas, al tiempo que se ha convertido en una provincia cosmopolita con fuerte proyección internacional. En este contexto, ha surgido la Universidad de Quintana Roo como la opción de excelencia en la formación de recursos humanos profesionales necesarios para impulsar un desarrollo con equidad social y con responsabilidad en el manejo de los recursos naturales¹. El Gobierno del Estado de Quintana Roo el 31 de Mayo de 1991 publica en el Periódico Oficial el Decreto “Por el que se crea la universidad de Quintana Roo como un organismo descentralizado y de interés público y social del Estado de Quintana Roo”. La Universidad de Quintana Roo inició el curso de prerrequisito en el otoño de 1991 y sus cursos para la primera generación en la Primavera de 1992, y desde entonces ha sido concebida como una institución moderna a partir de un modelo denominado “Nueva Universidad Mexicana”, que recoge la experiencia histórica del desarrollo universitario en el mundo y en el país, el cual fue adaptado puntualmente a las condiciones de la región. La oferta educativa inicial fue de ocho licenciaturas: Antropología, Derecho, Sistemas Comerciales, Ingeniería Ambiental, Sistemas de Energía, Relaciones Internacionales y Lengua Inglesa. Hoy, a 18 años de distancia, la Universidad ofrece 29 programas educativos y se conservan las carreras originales. En la entidad quintanarroense, la UQROO es la única institución educativa de nivel superior que ofrece los cuatro niveles más importantes que reconoce el sistema². El compromiso que tiene la Universidad de Quintana Roo al ofrecer la educación superior de calidad, es el de disminuir la migración hacia otros estados en busca de educación y a la vez hacerla accesible a las personas de escasos recursos.

¹ Decreto de Creación de la Universidad de Quintana Roo

² Gaceta UQRoo No. 41, publicada en agosto del 2007

La Universidad de Quintana Roo es una Institución que por su situación geográfica, puede ofrecer alternativas de educación superior para los países Centroamericanos y del Caribe, y es por esa característica en la que se ha inspirado en sus planes de estudio y oferta académica. En 1998 la Universidad expande sus servicios universitarios hacia otras regiones del estado, creando la Unidad Cozumel, la cual abrió formalmente sus actividades el 28 de agosto de ese año, a pesar de su corta existencia, la UQROO ha concretado significativos avances en materia de docencia, investigación extensión y vinculación con su entorno. Por su modelo educativo centrado en la innovación, la calidad, la vinculación y la multidisciplina, se ha convertido en la mejor opción de educación superior en el Sureste Mexicano. Con el Plan Estratégico de Desarrollo 1999-2002 (PLADES 1999-2002) aprobado por el H. Consejo Universitario en sesión el 5 de noviembre de 1999, esta casa de estudios continuará en un firme proceso de consolidación, con bases sólidas que ya permiten establecer una presencia estatal y regional significativa, a la par de alcanzar excelencia académica, relevancia y prestigio nacional e internacional.

1.2 Características de la Institución

De conformidad con lo establecido en el Artículo 3 de su Ley Orgánica, la Universidad de Quintana Roo tiene los siguientes fines:

- a) Impartir educación superior en los niveles de licenciatura, estudios de postgrado, cursos de actualización y especialización bajo diferentes modalidades de enseñanza para formar profesionistas, profesores e investigadores que requiere el Estado de Quintana Roo, la región y el país mediante la formación de individuos de manera integral con clara actitud humanista, social y científica, dotados de espíritu emprendedor, innovador y de logro de objetivos; encauzados a la superación personal, comprometidos con el progreso del ser humano, del aprecio a la patria y a la conciencia de responsabilidad social.
- b) Organizar, fomentar y generar nuevos conocimientos mediante programas de investigación científica, humanística, social, cultural y de desarrollo tecnológico,

buscando resolver las necesidades de la sociedad quintanarroense y del país en general.

c) Organizar, fomentar y realizar programas y actividades relacionadas con la creación artística, la difusión y extensión de los beneficios de la cultura que propicien el avance en su conocimiento y desarrollo.

d) Contribuir a la preservación, enriquecimiento y difusión del acervo científico, cultural y natural del Estado de Quintana Roo, de la región y del país de naturaleza eminentemente social que propicia la participación de la sociedad a través de sus opiniones, demandas y requerimientos sociales. Con un sistema financiero diversificado que no sólo estimula la generación de ingresos propios sino que propicia una mayor participación social en el financiamiento de la universidad.

1.3 Modelo de Educación Superior

El modelo educativo se plasmó hace 15 años en el Decreto de Creación de la Universidad. El modelo de la Universidad de Quintana Roo, si bien retoma características sobresalientes de la universidad mexicana establecidos en un largo proceso histórico, apunta también hacia cambios profundos que resultan de la necesaria adaptación al nuevo contexto social y económico del mundo y del país. Cuatro principios fundamentales orientan las funciones básicas de la universidad: vinculación, multidisciplina, innovación y calidad.

La vinculación se dará en diferentes niveles estableciendo una relación estrecha de la universidad con los diversos sectores de la sociedad de manera que éstos puedan participar en la determinación de sus programas y actividades, coadyuvar en la realización de los proyectos académicos y en su financiamiento, y actuar en el marco reglamentario como contraloría social para vigilar la buena marcha de la institución. Los esfuerzos de investigación, docencia y extensión responderán, con

visión prospectiva, hacia el logro de un desarrollo integral de la entidad basado en los enfoques del desarrollo humano y la sustentabilidad ambiental. La calidad como búsqueda de la excelencia orientará el proceso educativo en sus diferentes dimensiones de apropiación de conocimientos, destrezas, valores, actitudes y aptitudes, tendrá como referencia los estándares reconocidos internacionalmente, el desarrollo integral del estudiante, la pertinencia y la relevancia respecto del entorno.

Dentro de esta calidad e innovación que la Universidad de Quintana Roo busca se encuentra la formación del Programa de Innovación Educativa el cual está integrado por los programas de:

- Investigación Educativa.

- Diseño Curricular.

- Formación Docente.

- Tecnología Educativa.

- Evaluación Docente.

Este programa tiene como propósito central apoyar en la formación y actualización de la planta docente de la Universidad de Quintana Roo y generar información para la mejora del proceso de enseñanza-aprendizaje respondiendo a los nuevos paradigmas educativos.

En cuanto a la investigación, la UQROO deberá contar con cuerpos académicos que desarrollen Investigación mediante proyectos multidisciplinarios e interinstitucionales, con la participación de estudiantes y con una relevante producción.

En la difusión cultural, contará con un Programa de promoción y divulgación artística y científica como parte de la formación integral de los estudiantes y con importantes aportaciones a toda la población.

La vinculación de la Universidad con los sectores sociales (particularmente con los del estado de Quintana Roo) tenderá a consolidarse como apoyo indispensable para el desarrollo estatal de todos los sectores, y contará con la colaboración y la participación corresponsable de la comunidad social.

El intercambio académico de la Universidad se llevará a cabo mediante proyectos académicos de docencia e investigación de carácter interinstitucional, y creará programas de movilidad nacional e internacional de estudiantes y profesores. En cuanto a sus funciones adjetivas, la UQROO se ha propuesto desarrollar sistemas administrativos eficientes, ágiles y oportunos en apoyo a las funciones académicas; un desarrollo planificado de su infraestructura física en todos los campus; el fortalecimiento de mecanismos de obtención de recursos alternos de financiamiento; la racionalidad en el gasto; y ser autosuficiente financieramente. También se propone efectuar una revisión integral de la suficiencia y congruencia del marco normativo; conseguir una operación regulada de los instrumentos de normatividad administrativa; y consolidar los sistemas institucionales de Planeación-Programación-Presupuestación- Evaluación, así como el sistema de información y el de evaluación institucional de procesos y productos.

Los cuerpos académicos están formados por investigadores de reconocido prestigio, la mayoría de ellos se encuentran en consolidación y algunos se reconocen como consolidados y participan en redes de colaboración nacionales e internacionales.

Al menos el 50% de los profesores investigadores de carrera tienen el perfil deseable, con capacidad pedagógica para crear situaciones que propician y estimulan el aprendizaje , exhiben comportamientos ejemplares, éticos y morales en su desempeño y están inmersos en un proceso de actualización y mejora continua.

El sistema institucional de información es integral y facilita la toma de decisiones estratégicas en los distintos niveles de gestión, por lo que el acceso y

transparencia a la información asegura su confiabilidad y certidumbre a la comunidad universitaria y a la sociedad en su conjunto.

1.4 Misión y Visión

La misión esencial de la Universidad de Quintana Roo es: contribuir al desarrollo social, económico, cultural y profesional de la entidad; haciendo una decisiva aportación a la reflexión crítica colectiva, dentro de una permanente búsqueda de la excelencia académica y una vigorosa vinculación con la sociedad.

La Universidad de Quintana Roo entiende su compromiso fundamental de responder con oportunidad y pertinencia a las necesidades y expectativas de la sociedad en su conjunto y de los habitantes del estado en particular, para lo cual reconoce como indispensable establecer con los diferentes sectores sociales una vinculación más estrecha que incorpore acciones conjuntas, apoyos mutuos y expresiones claras de corresponsabilidad, una relación estrecha como la que se plantea, se traduce en que la sociedad esté en capacidad de participar de manera propositiva en la determinación de las actividades universitarias de acuerdo con sus funciones, ofrecer información; colaboración y apoyos; conocer los avances, resultados y productos del quehacer universitario; analizar y valorar la marcha general de la institución; y conocer oportunamente el destino y uso de los recursos.

Tal relación con la sociedad, debe permitir que los esfuerzos de formación, investigación y desarrollo emprendidos por profesores y estudiantes de la universidad, redunden en un doble beneficio: para la sociedad en su conjunto y para la formación individual de los universitarios.

El área de influencia y beneficio social no se circunscribe solamente al estado de Quintana Roo sino que es de carácter regional, en beneficio de las entidades cercanas geográficamente, Centroamérica y la región del Caribe, por su ubicación estratégica dentro de esta zona y el interés estratégico de México en estas áreas.

En consecuencia la universidad deberá establecer gradualmente nuevos campus, centros y dependencias en otras poblaciones del estado para atenderla demanda y, al mismo tiempo, ampliar la influencia de su oferta educativa, de sus investigaciones y programas de difusión y extensión.

Asimismo, deberá incorporar en su estructura mecanismos concretos que hagan posible el desarrollo de programas de cooperación con instituciones y organismos nacionales e internacionales, principalmente de la región, para la realización de proyectos y servicios comunes de beneficio institucional, regionales interinstitucional.

1.5 Valores de la universidad

La Universidad incorporará los principios de multidisciplina e ínter disciplina para responder a las tendencias actuales de desarrollo del conocimiento que permiten avanzar en la búsqueda de soluciones integrales ante la complejidad de los fenómenos sociales y naturales.

Se señala que estos principios no implican la dispersión del conocimiento sino abordar la interdependencia y la diversidad de perspectivas teóricas desde una sólida formación disciplinaria. Se adoptará el principio de innovación estimulando y facilitando la creatividad y la capacidad de adaptación de la comunidad universitaria tanto en el campo académico como en el institucional y administrativo, se asume el compromiso de encontrar nuevos métodos, técnicas y procesos en los diferentes ámbitos del quehacer universitario.

1.6 Finalidad de la Universidad de Quintana Roo

De conformidad con lo establecido en el Artículo 5 de su Ley Orgánica, “la Universidad de Quintana Roo, como Institución de educación superior de carácter público, al servicio de la sociedad tiene como finalidad esenciales”.

a) Impartir educación superior en los niveles de licenciatura, estudios de postgrado, cursos de actualización y especialización bajo diferentes modalidades de enseñanza para formar profesionistas, profesores e investigadores que requiere en Estado de Quintana Roo, la región y el país. Ello mediante la formación de individuos de manera integral con

clara actitud humanista, social y científica, dotados de espíritu emprendedor, innovador y de logro de objetivos encauzados a la superación personal, comprometidos con el progreso del ser humano, del aprecio a la patria y a la conciencia de responsabilidad social.

b) Organizar, fomentar y generar nuevos conocimientos mediante programas de investigación científica, humanística, social, cultural y de desarrollo tecnológico, buscando resolver las necesidades de la sociedad quintanarroense y del país en general.

c) Organizar, fomentar y realizar programas y actividades relacionadas con la creación artística, la difusión y extensión de los beneficios de la cultura que propicien el avance en su conocimiento.

d) Contribuir a la preservación, enriquecimiento y difusión del acervo científico, cultural y natural del Estado de Quintana Roo, de la región y del país de naturaleza eminentemente social que propicia la participación de la sociedad a través de sus opiniones, demandas y requerimientos sociales. Con un sistema financiero diversificado que no solo estimula la generación de ingresos propios sino que propicia una mayor participación social en el financiamiento de la universidad.

1.7 Principales Elementos

La Universidad de Quintana Roo será una institución de naturaleza eminentemente social:

- a) Orientada hacia una vigorosa vinculación con la sociedad, que se manifieste, tanto en su normatividad y estructura, como en sus funciones y quehacer institucional;
- b) Con una misión social de carácter regional, que paralelamente a su atención a las demandas del Estado de Quintana Roo y del Sureste Mexicano, proyecte sus actividades hacia Centroamérica y el Caribe;
- c) Empeñada en el mejoramiento continuo y en la planeación y evaluación sistemáticas, en tanto que son procesos vitales para su superación institucional y para lograr una mayor, mejor y más adecuada respuesta social y por el avance del conocimiento, de la cultura y de las artes;

1.7.1 Escudo



Autor: J. Enrique Hernández Rodríguez.

En la parte alta se localiza un Tucán, que como ave, es símbolo de libertad y típico representante de la fauna quintanarroense.

Hacia abajo, en la punta del escudo, se encuentran representados los corales y, sobre éstos, unas líneas onduladas simulando agua.

Destacan en el centro: el árbol, representante de la naturaleza en general y materia prima de uno de los elementos más preciados en el desarrollo del hombre: el papel. En el centro del árbol tenemos un libro, símbolo perenne del conocimiento y dentro de éste un núcleo, representando los avances científicos y tecnológicos universales. En los extremos derecho e izquierdo aparecen dos serpientes con los rasgos característicos de la cultura maya en la que, además, se aprovechan las formas suaves y redondeadas para contrarrestar la rigidez anguloso de otros elementos del diseño.

Finalmente, se ha incluido en la parte inferior una banda con el lema de la Universidad de Quintana Roo: “Fructificar la razón: trascender nuestra cultura”.

1.7.2 Lema

“Fructificar la razón:
Trascender nuestra cultura”

Autor: Maribel Rubí Urbina Reyes.

En su propuesta, la autora del lema insistió como hilo conductor en dos conceptos básicos: Razón y Trascendencia.

FRUCTIFICAR, llegar al nivel de donación de sí; una vez afianzada la certeza del trabajo que nos profesionaliza en pos de esa misma Razón, hacerla UTIL al género humano y su hábitat.

TRASCENDER nuestra CULTURA (en términos amplios) para volverla SIGNIFICATIVA, darle un sentido que apoye el progreso de las futuras generaciones.

1.7.3 Bibliotecas

Las universidades, a través del tiempo, han desempeñado un papel medular en la generación y transmisión del conocimiento.

En la actualidad se ha diversificado, por un lado, la capacidad para generar nuevos conocimientos y, por otro, se ha multiplicado de manera vertiginosa, las opciones para recuperar, transmitir, difundir y apropiarse de información. En este contexto, una de las columnas que sostiene el desempeño académico universitario y que a la vez permite la continuidad en la formación profesional de estudiantes en cada una de las áreas del conocimiento humano, lo constituye la biblioteca.

La biblioteca se erige así como un fuerte pilar que apoya las funciones sustantivas y adjetivas de la universidad, y para ello, se aboca a seleccionar, adquirir, organizar, conservar y disponer con calidad y eficiencia a la comunidad universitaria que sirve, los múltiples y variados servicios de información.

La convicción del rol tan importante que juega la biblioteca en el desempeño de la función académica conduce a una búsqueda permanente de brindar la máxima satisfacción a las necesidades informativas del usuario a través de recursos pertinentes y relevantes y excelente calidad humana en los servicios.

a) MISION

Contribuir a la formación integral de profesionistas competitivos y al proceso de generación de nuevo conocimiento, proporcionando oportunamente recursos y servicios informativos de alta calidad.

b) VISION

Ser el máximo entorno favorable para el aprendizaje y la generación de nuevo conocimiento que satisfaga las necesidades de información y del conocimiento entre la comunidad universitaria.

C) VALORES COMPARTIDOS

- Servicios de información basados en la innovación
- Trabajo en equipo con actitud de servicio
- Elevar la cultura de gestión de la información
- Nunca estar satisfechos, Ser siempre mejores

D) META

Lograr un mejor servicio al usuario a través de espacios óptimos, colecciones amplias y disponibles, trámites mínimos y, de manera muy especial, atención personalizada de alta calidad.

E) SERVICIOS BIBLIOTECARIOS.

- Préstamo en sala

Este servicio le permite utilizar los materiales bibliográficos en forma directa e inmediata dentro de los espacios de la biblioteca.

- Préstamo a domicilio

Mediante el cual puede disponer, simultáneamente, de cinco libros para ser utilizados fuera de la biblioteca por un periodo de hasta cinco días.

- Préstamo ínter bibliotecario

A través de este servicio puede tener a su alcance, previa solicitud al módulo de Circulación y Préstamo, materiales de otras bibliotecas con las que se tengan

convenio. Este servicio sólo se otorga a los miembros de la comunidad universitaria.

- Orientación y consulta

El personal de la biblioteca está capacitado para orientar acerca de la organización y servicios que se ofrecen en la biblioteca, el acceso a la información mediante el uso del catálogo en línea, o en su caso llevar a cabo una visita guiada.

- Investigación documental

Servicios en línea y locales de bases de datos, referencias bibliográficas, textos completos de revistas, libros, tesis, etc.

- Cubículos

Para el estudio e investigación en equipo se tiene acondicionado un número determinado de cubículos, el préstamo de estos requiere de un registro previo en el módulo de consulta.

- Aulas Informáticas

La biblioteca universitaria dispone de dos aulas informáticas con veinte computadoras cada una, además cuenta con una sala de consulta electrónica con equipo multimedia, todas equipadas con procesadores de texto y conectadas a la red mundial de información, a través de éstas se puede acceder a bases de datos locales y remotas, enviar mensajes por correo electrónico, realizar trabajos académicos e imprimir los documentos.

- Formación de usuarios de información

Con el propósito de aprovechar, de manera eficiente, el potencial de información y conocimiento contenidos en los diferentes recursos informativos que posee la biblioteca de la UQROO y desarrollar una cultura de la información entre los

usuarios de la misma, se tiene el programa "Formación de usuarios", el cual comprende los cursos y talleres sobre el uso y manejo de la información.

- Bases de datos disponibles

El sistema bibliotecario de la institución dispone para el apoyo de la oferta educativa para los niveles de pregrado y postgrado, un paquete de bases de datos, estos son:

- ✓ Biblioteca virtual que ofrece el acceso en línea a más de 37 bases de datos referenciales y de texto completo. Este paquete contiene base de datos especializadas y multidisciplinarias. La disponibilidad de este paquete fue a partir del año 2001 al conformarse el consorcio de bibliotecas universitarias de la Red de Bibliotecas de la Región Sur Sureste de la ANUIES (REBIS) A los tres paquetes mencionados se agregan dos más,
- ✓ Proquest Con más de 1.6 millones de entradas, Digital dissertations, representa el trabajo de graduados de más de 1000 escuelas y universidades. Se agregan 47000 nuevas disertaciones y 12000
- ✓ OCLC, FirstSearch es un servicio en línea que da acceso a los profesionales bibliotecarios y usuarios a una abundante colección de bases de datos de referencia. Con FirstSearch, el material aparece destacado en los resultados de búsqueda en docenas de bases de datos importantes.
- ✓ Springer SpringerLink es líder mundial en bases de datos interactivas para libros y revistas STM. Más de 10 millones de computadoras tienen conexión directa a Springer Link y visualizan millones de páginas cada mes.

- ✓ Ebsco Host Paquete de 5 bases de datos de información en todas las áreas con 3,200 publicaciones periódicas académicas y texto completo para 2,280.

F) COLECCIONES

Colección General. Está integrada por más de 30,479 volúmenes, fundamentalmente, desarrollada para apoyar el aprendizaje relacionado con los programas de docencia e investigación de la propia institución.

Hemeroteca. Esta sección se conforma por 191 títulos de revistas científicas, técnicas y generales vigentes por suscripción; además ocho periódicos, dos locales, cuatro regionales y tres nacionales.

Mapoteca. Está conformada por más de 502 cartografías, la mayoría corresponden a la Península de Yucatán y son editadas por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI).

Videoteca. Se conforma por más de 440 videocintas de diversa temática, existe un catálogo que proporciona información de cada uno de los títulos de los videos disponibles para su consulta en dicha sección.

Base de datos en disco compacto. Estas son una fuente más de información que la biblioteca pone a disposición de la comunidad universitaria, la información contenida en estas bases de datos son bibliográficas, estadísticas y de texto completo.

1.7.4 Departamento de Cómputo y Telemática

El modelo educativo de la universidad impulsa fuertemente el uso de las TIC's (Tecnologías de la Información y la Comunicación) con el objetivo de mantenerla competitividad de nuestros estudiantes, con ese fin las bibliotecas de la

Universidad de Quintana Roo apoyan con el servicio de préstamo de equipo de cómputo y la Red Universitaria de Cómputo.

a) LEMA

“Tecnología e Innovación a su servicio”

b) VALORES

Compromiso Institucional

Innovación Actitud de Servicio

Calidad

Respeto

c) MISIÓN

Proporcionar servicios y soluciones de tecnologías de información de calidad que contribuyan al mejoramiento del proceso enseñanza aprendizaje y de la gestión administrativa con el aprovechamiento óptimo de los recursos.

D) VISIÓN

Ser un centro líder innovador en soluciones de tecnologías de información al servicio de la universidad y de la sociedad.

e) EQUIPOS

El sistema bibliotecario, integrado por la biblioteca Santiago Pacheco Cruz y la biblioteca Sara María Rivero Novelo, cuentan con una gran infraestructura tecnológica distribuida de la siguiente manera:

Equipos	SPC	SMRN
Computadoras para	100	43 usuarios. (Aulas y Cubículos)
Computadoras para catálogos en línea.	8	7
Computadoras para servicios al usuario (circulación)	2	1
Computadoras de áreas Administrativas	9	3
Equipos automatizados (auto préstamo)	1	1
Walldisplay	1	1
Servidores	3	1

Fuente: Centro de Computo Universitario

1.7.5 Principales Laboratorios

Es de suma importancia para la universidad contar con laboratorios equipados para contribuir a la formación de estudiantes, motivando a la investigación y con ello lograr un desarrollo científico, y tecnológico.

La investigación es una actividad prioritaria cuyos resultados de alta calidad y pertinencia le dan prestigio a la institución. Las líneas de generación y aplicación innovadora del conocimiento están bien definidas, existen lineamientos institucionales adecuados de operación y evaluación. Así como una clara definición respecto al balance entre la investigación básica y aplicada.

- Ingeniería Ambiental
- Sistemas de Energía
- Meteorología
- Diseño y dibujo asistido por computadora
- Antropología

1.7.6 Principales Programas Culturales

- Artes plásticas
- Creación literaria
- Danza folklórica y contemporánea
- Bailes caribeños

- Bailes españoles
- Rondalla
- Teatro
- Ballet Clásico
- Coro Universitaria

Entre las principales actividades artísticas, deportivas y culturales destaca la participación de la Universidad en:

- Jornadas estudiantil de lengua y cultura
- Eventos culturales y deportivos en el estado y la región
- Festivales y celebraciones tradicionales en municipios
- Operación de un radio vía Internet
- Concursos artísticos y competencias deportivas locales, regionales y nacionales

1.7.7 Proyecto de Vinculación

La universidad asume su compromiso de liderazgo en el entorno al generar oferta para la formación continua y flexible de capital humano, en términos de la atención

a las necesidades y demandas de sus egresados, de los sectores social, público y privado, los que a su vez aprovechan las capacidades de innovación, educación abierta y a distancia.

- Apoyo y capacitación al Comercio al Detallista (PROMODE)
- Prestación de servicio social y asesoría a CRECE
- Participación en el proyecto incubadora de empresas con la SECOFI y el
- Gobierno del Estado de Quintana Roo.

1.7.8 Convenios con Organismos Nacionales e Internacionales

La universidad participa en alianzas estratégicas en su entorno local, regional e internacional a través de cada programa académica, así como de sus centros de extensión generando propuestas de soluciones a las necesidades de la sociedad, las estancias profesionales son un sólido vínculo con el sector empresarial .

Actualmente la Uqroo mantiene 43 convenios relacionados con las actividades de intercambio estudiantil y docente, estancias profesionales, servicio social y comunitario entre ellos:

- Convenios de intercambio académica con University of Rhode Island,
- Universidad de la Habana y University of North Texas
- Convenio de colaboración institucional y académico con el Consejo
- Nacional de Ciencia y Tecnología.
- Convenio de servicio social con la Secretaría de Desarrollo Social.

Capítulo 2

Licenciatura en Sistemas Comerciales

2. INTRODUCCION

2.1 JUSTIFICACION DE LA LICENCIATURA

A lo largo de la última década, la sociedad en su conjunto se ha visto inmersa en un proceso de desarrollo que se ha caracterizado por una dinámica de cambio permanente. Este acelerado desarrollo del entorno social, económico y político se ha manifestado y ha impactado a cada sector de la sociedad en su conjunto, a las empresas, a los gobiernos y cada familia e individuo que los conforma y que se desenvuelve en ellos.

Frente a los acelerados cambios que modifican las estructuras sociales y económicas haciendo necesaria la redefinición de las relaciones entre los actores sociales en el entorno político, geográfico y económico en un contexto globalizado, resulta absolutamente necesario redefinir y adecuar la educación superior y los planes de estudio. Los paradigmas actuales plantean la necesidad de contar con profesionistas que tengan los conocimientos, las habilidades y las actitudes que les permitan entender la dinámica del cambio misma, que les permitan apreciar y entender su propio papel en el proceso y que tengan las competencias, las herramientas teóricas y prácticas para enfrentar este reto. El entorno local es ahora afectado y modificado por factores externos que reconfiguran las relaciones comerciales exigiendo enfoques y actitudes profesionales, creativas, ambiciosas, diversas, flexibles e innovadoras, sustentados en la calidad y en la pertinencia que permitan a las generaciones futuras configurar su propio entorno dando respuesta a los retos del desarrollo económico en beneficio de la sociedad.

Este complejo y dinámico contexto hace necesario que las instituciones de educación superior evolucionen y cambien al mismo ritmo y bajo los mismos

criterios de creatividad, innovación, flexibilidad y calidad necesarios para mantenerse vigentes. El presente proyecto de actualización obedece a estas consideraciones estratégicas y se basa en un detallado y cuidadoso análisis de la problemática y de las necesidades y líneas de desarrollo planteadas en el Plan de Desarrollo Estatal, del Plan de Desarrollo Institucional y de las experiencias adquiridas en más de una década de trabajo académico y de investigación, involucrando en la metodología de análisis participativa a los estudiantes egresados, los estudiantes actuales, a académicos de la propia institución así como pares de instituciones similares y a los empresarios que eventualmente aprovechan las capacidades de los recursos humanos formados en la universidad. Para que el estudiante pueda adquirir las competencias que exigirá su entorno, la presente propuesta estructurada en un marco de pertinencia-factibilidad incorpora elementos innovadores como son los siguientes: Flexibilidad curricular de manera que cada estudiante pueda definir su programa de acuerdo a sus intereses y a su dinámica y que en el proceso de hacerlo se abra la posibilidad a la innovación y se de respuesta a las necesidades de la sociedad. Un concepto central es el de considerar que el estudiante debe ser responsable de su propia formación, debe poder escoger lo que quiere estudiar y así configurar bajo la tutela del profesor tutor su propio desarrollo. Vinculación universidad empresa como estrategia para hacer significativo el proceso de aprendizaje y de adquisición de competencias profesionales a partir de la identificación de retos y problemas en el contexto en que se desempeñará profesionalmente.

Multidisciplina para permitir una apreciación integral de la problemática del desarrollo social y económico. Internacionalización del programa como estrategia de calidad y pertinencia en el contexto global de la economía y de los mercados incorporando conocimientos y habilidades multiculturales apoyándose en alianzas estratégicas e intercambios con universidades y profesores de diversas regiones y entornos políticos, sociales y económicos.

Dominio del idioma inglés como competencia indispensable en el ejercicio profesional en el contexto de los mercados internacionales. Investigación y

extensión como estrategia de aprendizaje y de vinculación con el entorno, tanto a lo interno de la universidad como con el exterior. Medio ambiente y sustentabilidad como nuevos paradigmas del desarrollo que se constituyen ahora como criterios fundamentales en la gestión empresarial y del desarrollo social y económico.

El proyecto es congruente con lo estipulado en el Reglamento de Estudios Técnicos y de Licenciatura en cuanto a la actualización periódica de los planes y programas de estudio y establece las bases para un proceso permanente de adecuación en tiempo y en forma de acuerdo a la dinámica del desarrollo a la que se pretende dar respuesta.

2.2 OBJETIVO CURRICULAR

Formar profesionistas con amplio dominio de conocimientos teóricos y de habilidades prácticas en las áreas de desarrollo y gestión empresarial, incluyendo la comercialización de bienes y servicios tanto en los mercados nacionales como los internacionales, de tal manera que su aplicación, bajo un marco de aprovechamiento racional y sustentable de los recursos del medio ambiente y en el contexto de la dinámica de cambio que caracteriza a la sociedad moderna, les permita contribuir al análisis de las necesidades y a la solución de la problemática del desarrollo de las empresas y el comercio de la región convirtiéndose en actores dinámicos del desarrollo económico.

2.3 PERFIL DEL ASPIRANTE

Para ser admitido al programa de la Licenciatura de Sistemas Comerciales el aspirante deberá cumplir con los requisitos establecidos en el Reglamento de Estudios de la Universidad.

Adicionalmente y de preferencia debe tener vocación para el comercio y los negocios, disposición para la comunicación, interés en la comercialización nacional e internacional, debe ser creativo, orientado al liderazgo y disponer de una actitud asertiva.

La realización de las actividades contempladas en el programa requiere del gusto por la lectura, la aptitud para redactar, la capacidad de análisis y síntesis para la comprensión de lecturas, el interés por desarrollar buenas relaciones humanas, el razonamiento lógico y numérico para la toma de decisiones estratégicas, la comunicación eficaz en expresión oral, el espíritu emprendedor y creativo para la innovación en la solución de problemas, la capacidad de trabajar en equipo para el bienestar social con base en valores y principios sólidos comunitarios.

Ser capaz de insertarse en el proceso de desarrollo de sistemas comerciales que permitan ofrecer bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades del consumidor.

Implementar alternativas de comercialización a través de estrategias de ventas y de negociación que permitan la estabilidad del sistema comercial en beneficio de los actores del mismo y de la sociedad en general.

Analizar y explorar mercados tanto cuantitativamente en términos de la dimensión de la oferta y la demanda, de su ubicación geográfica así como cualitativamente de acuerdo a la identificación de las preferencias y características de los consumidores en los diversos entornos sociales, culturales y económicos presentes en los mercados.

Diseñar y desarrollar estrategias de negocios que permitan el desarrollo de bienes y servicios orientados a la satisfacción de necesidades de los consumidores en los mercados regionales, nacionales e internacionales.

Analizar, diagnosticar y administrar los procesos de gestión de las empresas en cuanto al sistema comercial en que se insertan generando planes y proyectos en las áreas funcionales que permitan un proceso de mejoramiento continuo de su relación con el mercado.

Desarrollar iniciativas empresariales que basen su competitividad en el manejo de nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (NTIC) científicas y administrativas.

Desarrollar un claro compromiso con el bienestar de los individuos y de la sociedad.

Desarrollar iniciativas empresariales tomando en cuenta los principios del desarrollo sustentable, la conservación, manejo y utilización responsable de los recursos naturales, la equidad y el respeto a la diversidad.

2.4 PERFIL DEL EGRESADO

Como Licenciado en Sistemas Comerciales se habrán adquirido los conocimientos y desarrollado las habilidades para cumplir con las siguientes funciones:

Ser capaz de insertarse en el proceso de desarrollo de sistemas comerciales que permitan ofrecer bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades del consumidor.

Implementar alternativas de comercialización a través de estrategias de ventas y de negociación que permitan la estabilidad del sistema comercial en beneficio de los actores del mismo y de la sociedad en general.

Analizar y explorar mercados tanto cuantitativamente en términos de la dimensión de la oferta y la demanda, de su ubicación geográfica así como cualitativamente de acuerdo a la identificación de las preferencias y características de los consumidores en los diversos entornos sociales, culturales y económicos presentes en los mercados.

Diseñar y desarrollar estrategias de negocios que permitan el desarrollo de bienes y servicios orientados a la satisfacción de necesidades de los consumidores en los mercados regionales, nacionales e internacionales.

Analizar, diagnosticar y administrar los procesos de gestión de las empresas en cuanto al sistema comercial en que se insertan generando planes y proyectos en las áreas funcionales que permitan un proceso de mejoramiento continuo de su relación con el mercado.

Desarrollar iniciativas empresariales que basen su competitividad en el manejo de nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (NTIC) científicas y administrativas.

Desarrollar un claro compromiso con el bienestar de los individuos y de la sociedad.

Desarrollar iniciativas empresariales tomando en cuenta los principios del desarrollo sustentable, la conservación, manejo y utilización responsable de los recursos naturales, la equidad y el respeto a la diversidad.

El egresado de Sistemas Comerciales deberá tener la capacidad de autocrítica, deberá poder desempeñarse en forma honesta en base a principios éticos y valores que le permitan tener una actitud humanista, científica y con - responsabilidad social.

Los valores y las actitudes que se deben inculcar y que se espera sean asimilados a lo largo del proceso de formación son los siguientes:

Valores:

Justicia, Compromiso, Honestidad, Responsabilidad, Solidaridad, Tolerancia, Respeto, Disciplina, Ética, Calidad en el estudio.

Actitudes

Proactivo, Disposición para la comunicación, Iniciativa, Espíritu emprendedor, Disposición al cuestionamiento crítico, Disposición al trabajo, Disponibilidad a asumir retos, Seguridad en sí mismo, Apertura al cambio.

Habilidades:

Liderazgo, Autoaprendizaje, Razonamiento crítico, Tomar Decisiones, Visión, Innovación, Creatividad, Asertividad, Planeación y Organización del Trabajo, Trabajo en equipo, Investigación, Lectura y redacción, Análisis y síntesis, Comunicación Oral y Escrita en Español, Análisis e interpretación de datos, Relaciones interpersonales, Facilidad del manejo del idioma inglés, Manejo de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (NTIC).

2.5 ACTIVIDAD PROFESIONAL

El campo laboral del Licenciado en Sistemas Comerciales es amplio y con una visión específica en el área empresarial y de negocios en la cual podrá:

Participar en la formulación y desarrollo de nuevas iniciativas empresariales.

Colaborar con empresas de cualquier tipo y conformación en las actividades de producción y comercialización de bienes y servicios enfocados a los mercados nacionales e internacionales. Como consultor para empresas brindando servicios de asesoría en las diferentes áreas profesionales que le son propias.

En el sector público colaborando en actividades de desarrollo económico y social.

Asimismo podrá dedicarse a actividades de investigación y docencia.

2.6 ORGANIZACIÓN DE LA CARRERA

El programa se basa en principios de flexibilidad curricular orientados a otorgar al estudiante una mayor gama de alternativas curriculares que respondan a sus intereses y a las necesidades del entorno; le otorguen mayor responsabilidad sobre el proceso de aprendizaje y le permitan adquirir los conocimientos, las habilidades y experiencias significativas para su desempeño profesional.

La suma de experiencias de aprendizaje debe proporcionar al alumno una formación ética y cultural y debe capacitarlo científica y técnicamente para realizar servicios profesionales útiles a la sociedad.

El programa se diseñó con la siguiente estructura:

Asignaturas Generales.

Forman parte de la oferta educativa que busca proporcionar al estudiante una formación integral y multidisciplinaria independientemente del área de estudios seleccionada.

Asignaturas Divisionales.

Tomadas de la oferta de la División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas con el objetivo de incorporar visiones y enfoques desde diversas perspectivas disciplinarias que complementen la formación en el área de negocios.

Asignaturas de Concentración Profesional.

Son aquellas que permiten al estudiante adquirir los conocimientos y habilidades que han sido determinadas como el mínimo necesario para lograr la competencia en el ejercicio profesional. Entre ellas se encuentran aquellas que por sus contenidos y enfoques temáticos pueden ser compartidas con programas del mismo departamento y se encuentran las asignaturas optativas que permiten al alumno personalizar, especializar y enfocar sus estudios de acuerdo a sus intereses personales y a las necesidades que marque el entorno. Las asignaturas optativas podrán ser seleccionadas de la oferta específica que estructure el programa de Sistemas Comerciales para dar respuesta a las necesidades detectadas en el contexto local y regional. Podrán ser seleccionadas de entre la totalidad de la oferta académica de la UQROO para permitir una formación multidisciplinaria si así lo plantea el estudiante de acuerdo a sus intereses y podrán también ser seleccionadas de la oferta académica de otras instituciones de educación superior en el país o en el extranjero.

Como factor de flexibilidad se ha determinado que hasta el equivalente de 80 créditos correspondientes a las asignaturas de Concentración Profesional podrán ser cursadas en cualquier institución de educación superior en el país o en el extranjero con las que se establezcan alianzas y programas de cooperación e intercambio e inclusive en otras que por la compatibilidad de programas y de enfoques metodológicos resulte conveniente. En cualquier caso, los estudios realizados en otra institución de educación superior deberán ser bajo recomendación del tutor y aprobación de la academia para asegurar la transferencia de los créditos correspondientes de acuerdo a la normatividad que para ello determine la propia academia.

Asignaturas de Apoyo.

Las asignaturas de apoyo podrán ser seleccionadas de la oferta de cursos en actividades culturales y deportivas de la UQROO que será complementada con cursos específicamente diseñados para la adquisición de las habilidades prácticas y las actitudes señaladas en el perfil del egresado incluyendo en forma destacada las áreas de cómputo y manejo de software especializado así como el desarrollo de actitudes emprendedoras y de liderazgo.

RANGO DE CREDITOS A CUBRIR POR TIPO DE ASIGNATURA

Tipo de Asignatura		Número mínimo	Número
		De créditos	Máximos de
			Créditos
AG	Asignaturas Generales	45	20
AD	Asignaturas Divisionales	18	24
ACP	Asignaturas de Concentración Profesional	232	232
AP	Asignaturas de Apoyo	10*	10*
	Total	305	335

* Créditos de apoyo de 10 en adelante

Los créditos totales requeridos son 305, de los cuales el alumno podrá cursar en otra institución hasta un 15.3% de los créditos correspondientes a concentración profesional, siempre y cuando siga los lineamientos establecidos en el artículo 98 del Reglamento de Estudios Técnicos y de Licenciatura de la UQROO.

Asignaturas Generales.

- Lógica
- Matemáticas
- Escritura y Comprensión de Textos
- Seminario de Problemas Regionales
- Ética
- Redacción e Investigación Documental
- Teoría y Práctica de la Comunicación
- Inglés Introductorio
- Inglés Básico
- Inglés Pre-Intermedio
- Inglés Intermedio
- Asignaturas Divisionales.

Metodología de Investigación en Ciencias Sociales

- Historia y Cultura Regional
- Problemas Sociales Contemporáneos
- Introducción al Estudio del Derecho

Asignaturas de Concentración Profesional.

- Microeconomía
- Macroeconomía
- Administración
- Economía y la Empresa
- Matemáticas I
- Contabilidad Básica y Administrativa

- Matemáticas Financieras
- Contabilidad de Costos
- Mercadotecnia
- Desarrollo Económico Regional
- Estadística
- Derecho Mercantil
- Planeación Estratégica
- Derecho Fiscal
- Recursos Humanos
- Comercio Internacional I
- Operaciones Bancarias y Financieras
- Comercio Internacional II
- Función Financiera y Análisis de los Estados Financieros
- Análisis y Evaluación de Proyectos
- Conducta del Consumidor
- Investigación de Mercados I
- Administración
- Economía y la Empresa
- Matemáticas I
- Contabilidad Básica y Administrativa
- Matemáticas Financieras
- Contabilidad de Costos
- Mercadotecnia
- Desarrollo Económico Regional
- Estadística
- Derecho Mercantil
- Planeación Estratégica
- Derecho Fiscal
- Recursos Humanos
- Comercio Internacional I
- Operaciones Bancarias y Financieras

- Comercio Internacional II
- Función Financiera y Análisis de los Estados Financieros
- Análisis y Evaluación de Proyectos
- Conducta del Consumidor
- Investigación de Mercados I

Asignaturas de Apoyo En este bloque se suman distintos tipos de créditos:

Asignaturas impartidas en otras licenciaturas de la UQROO

Actividades culturales

Actividades deportivas

2.6.1 Mapa Curricular

El mapa curricular se define como la estructura organizativa y secuencial de las asignaturas bajo el supuesto de que el estudiante pueda dedicar el cien por ciento de su tiempo a los estudios. Sin embargo es necesario considerar que esto no es la regla común y que habrá estudiantes que debido a la necesidad de trabajar no puedan seguir esta secuencia bajo la intensidad que implica. En esos casos deberá considerarse que el estudiante con el apoyo de su tutor definirá la ruta crítica de sus estudios. El mapa curricular es una propuesta que obedece a consideraciones académicas pero que puede ser adecuado a las necesidades e intereses individuales.

Mapa Curricular por Semestre

SISTEMAS COMERCIALES

2002 (ajuste inglés 2007 Y 2008)

	Créditos	Requisitos
Primer Semestre		

AG-109 Matemáticas	7	
ACP-146 Administración	6	
ACP-145 Economía y la empresa	6	
AD-110 Historia y Cultura Regional	6	
AG-108 Escritura y Comp. De Textos	6	
AG-151 Ingles Introdutorio	6	

	Créditos	Requisitos
Segundo Semestre		
ACP-102 Matematicas1 (Calculo y Ecuaciones)	7	
ACP-144 Contabilidad Básica y Administrativa	6	
ACP-107 Microeconomía	6	
AD-105 Metodología de la Investigación	6	
AD-107 Problemas Sociales Contemporáneos	6	
AG-152 Ingles Básico	6	AG-151

	Créditos	Requisitos
--	----------	------------

Tercer Semestre		
ACP-106 Matemáticas Financieras	6	ACP-102
ACPSC-102 Contabilidad de Costos	6	ACP-144
ACP-111 Macroeconomía	6	
ACPSC-103 Mercadotecnia	6	
ACP-147 Desarrollo Económico Regional	6	
AG-153 Ingles Pre-intermedio	6	AG-152

	Créditos	Requisitos
Cuarto Semestre		
ACP-149 Estadística	6	
ACPSC-128 Derecho Mercantil	6	
ACPSC-135 Recursos Humanos	6	
ACPSC-129 Conducta del Consumidor	6	ACPSC-103
ACPSC-133 Estrategia de Ventas	6	
AG-154 Ingles Intermedio	6	AG-153

	Créditos	Requisitos

Quinto Semestre	6	
ACPSC-104 Derecho Fiscal	6	
ACP-148 Función Financiera y Análisis de Estados Financieros	6	
ACP-113 Comercio Internacional I	6	
ACPSC-130 Investigación de Mercados I	6	
ACPSC-112 Sistemas de Distribución y Transporte	6	

	Créditos	Requisitos
Sexto Semestre		
ACPSC-106 Operaciones Bancarias y Financieras	6	ACP-106
ACPSC-132 Estrategia de Producto	6	ACPSC-103
ACPSC-116 Promoción y Publicidad	6	ACPSC-129
ACP-114 Comercio Internacional II	6	ACP-113
ACPSC-131 Investigación de Mercados II	6	ACPSC-130
ACPSC-140 Optativa I (Mercadotecnia)	6	50% Créditos

	Créditos	Requisitos
Séptimo Semestre		
ACPSC-110 Planeación Estratégica	6	
ACPSC-136 Proyecto Empresarial I	10	50% Créditos
AG-111 Seminario de Problemas Regionales	8	160 Créditos
ACPSC-137 Análisis y Evaluación de Proyectos	6	
ACPSC-143 Optativa I (Administración)	6	50% Créditos
ACPSC-142 Seminario de Investigación I	6	50% Créditos

	Créditos	requisitos
Octavo Semestre	10	ACPSC-136
ACPSC-138 Proyecto Empresarial II	8	ACPSC-103
ACPSC-139 Seminario de Mercadotecnia	6	50% Créditos
ACPSC-144 Optativa II (Administración)	6	50% Créditos
ACPSC-141 Optativa II (Mercadotecnia)	6	50% Créditos
ACPSC-145 Seminario de Investigación II	6	50% Créditos

ACPSC-134 Ingles para Negocios	6	AG-154

2.6.2 Requisitos de Titulación

Los requisitos de titulación corresponden a los definidos en el Reglamento de Estudios Técnicos y de Licenciatura (ARTÍCULO 100) que establecen que:

Para obtener el título profesional, el estudiante deberá haber cubierto el total de los créditos establecidos dentro de los porcentajes definidos en los bloques de asignaturas del plan de estudios de su carrera, haber aprobado alguna de las modalidades de titulación, y cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Contar con el certificado de terminación de estudios;
- b) Acreditar la prestación del servicio social obligatorio;
- c) Acreditar no adeudos con la Universidad de Quintana Roo por las cuotas o servicios recibidos;
- d) Acreditar no adeudos de material bibliográfico, equipo de cómputo o de laboratorio de la Universidad.

En cuanto a las modalidades de titulación los que señale el reglamento en el Artículo 100 A.

2.6.3 Descripción de Asignaturas Generales

Escritura y Comprensión de Textos

Para participar en el desarrollo del estudiante en su formación integral, dentro de un marco académico que subraye la importancia de la aplicación práctica del lenguaje en su ejercicio profesional. Esto favorecerá la correcta expresión verbal o escribir en forma interdisciplinaria, procurando una interpretación reflexiva y

cuantitativa en varios niveles. Desarrollar la habilidad de buscar textos relevantes al problema, de leerlos, comprenderlos, analizarlos, y de extraer el contexto requerido en forma concisa para su aplicación requerida.

Matemáticas

Este curso proporciona conocimientos para abordar la solución de problemas que se modelan con ecuaciones que se forman a partir de establecer condiciones de proporcionalidad entre cantidades, que se modelan con sistemas de ecuaciones lineales y de optimización de funciones sujetas a restricciones lineales.

Seminario de Problemas Regionales

El seminario se articula mediante grupos interdisciplinarios de 30 personas, que se abocarán al análisis de problemas concretos seleccionados por su relevancia especial para el estado. La finalidad del seminario es presentar una visión integrada y coherente del problema analizado, en la que se haga una ponderación del efecto de este en el desarrollo de la región, concluyendo en un trabajo colectivo que contenga la argumentación en que se basan las conclusiones y propuestas.

ASIGNATURAS DIVISIONALES

Inglés Introductorio

Al finalizar el curso, el alumno habrá adquirido una competencia comunicativa elemental que le permitirá desenvolverse en situaciones sencillas de la vida cotidiana utilizando las habilidades básicas del idioma.

Inglés Básico

El alumno ejercitará y continuará desarrollando las habilidades propias para el aprendizaje del idioma Inglés entendiendo por éstas la escritura, comprensión auditiva, empleo de vocabulario, expresión oral, estructuras gramaticales, entre otras. Los estudiantes aplicarán los conocimientos adquiridos en el aula de acuerdo al nivel básico en situaciones reales tales como vida diaria, trabajo, escuela, vida social, etc.

Inglés Pre-intermedio

El alumno ejercitará y continuará desarrollando las habilidades propias para el aprendizaje del idioma Inglés entendiendo por éstas la escritura, comprensión auditiva, empleo de vocabulario, expresión oral, estructuras gramaticales, entre otras. Los estudiantes aplicarán los conocimientos adquiridos en el aula de acuerdo al nivel pre intermedio en situaciones reales tales como vida diaria, trabajo, escuela, vida social, etc.

Inglés Intermedio

En el nivel intermedio el alumno continúa construyendo sus habilidades sobre las bases de las habilidades comunicativas precisas y fluidas ampliando su dominio gramatical, de vocabulario y funcional.

Historia y Cultura Regional

Enfoque teórico sobre el quehacer de la historia y su aplicación al ámbito regional. Introducción a la historia y cultura de Quintana Roo y la región de la cuenca del Caribe, aportándole también una visión del medio geográfico.

Problemas Sociales Contemporáneos

El curso enfatiza el análisis crítico de los problemas más significativos de nuestra civilización y la reflexión sobre alternativas de solución a los problemas planteados. En una segunda parte el estudiante identificará diversas interpretaciones sobre la realidad nacional y elabora sus propias respuestas a los problemas más importantes del país.

Temática: sistemas sociales y políticos. Áreas de conflictos. Totalitarismo y democracia. Crisis y cambio social.

El nuevo orden mundial. México: cultural e identidad nacional. Tradición y modernización. Estado y sistemas político. Sociedad y economía. México ante el mundo.

Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales

Técnicas para hacer entrevistas, encuestas, procesador de texto y hojas de cálculo. Base de datos. Trabajo de gabinete (entrevistas, encuestas), dominio de paquetes básicos. Métodos y doctrinas del conocimiento, actitud científica, conocimiento popular y la ciencia, tipos y formas de investigación documental, estructuración y presentación de los hallazgos. Metodologías de la investigación científica. Otras Metodologías de investigación. Bases de la investigación social empírica, metodologías de investigación de escritorio.

ASIGNATURAS DE CONCENTRACIÓN PROFESIONAL

Área Financiera

Matemáticas 1

Proporciona los conocimientos y habilidades para el manejo y análisis de la relación funcional entre cantidades variables, haciendo énfasis en los conceptos de cambio o variación, razón de cambio, proporcionalidad, estimación y predicción

de valores de variables, así como en la determinación de funciones que modelan fenómenos de variación proporcional.

Estadística

El curso proporciona los conocimientos y habilidades para el análisis y descripción de datos a partir de indicadores base como: las medidas de tendencia central y de dispersión, proporciones de subconjuntos en una población, así como técnicas para la realización de inferencias sobre las características de una población a partir de los datos de una muestra, de manera que pueda realizar pronósticos cualitativos y cuantitativos sobre los parámetros poblacionales, estableciendo el grado de confiabilidad de los mismos.

Función Financiera y Análisis de los Estados Financieros

Naturaleza de las finanzas en las empresas. Estados Financieros. Cambios del poder adquisitivo de la moneda y sus efectos en los estados financieros.

Técnicas del presupuesto de capital. Técnicas de análisis de los Estados Financieros. Informe financiero.

Desarrollo Económico Regional

Conocimientos generales de la región y el entorno funcional de estudio.

Conocimiento de las teorías más importantes de desarrollo (regional, nacional).

Operaciones Bancarias y Financieras

Formas de organización. Valores de negocios. Mercados financieros.

Instituciones financieras. Mercado de acciones. Tasas de interés. Costos de capital, administración de crédito financiamiento a corto y mediano plazo, procesos

de interés, apalancamiento. Operaciones de banca de inversión. Arrendamiento: tipos, requerimiento, etc.

Análisis y Evaluación de Proyectos

Matemáticas Financieras, técnicas de evaluación de presupuestos de capital, flujos de efectivo, análisis de riesgo, costo de capital, punto de equilibrio y apalancamiento. Tipos de proyectos (gubernamentales, sectoriales, empresariales, etc.), fases de la evaluación de un proyecto (pre factibilidad, factibilidad, estudio de mercado, estudio técnico, estudio jurídico, estudio financiero, estudio organizacional). Evaluación ex-post. Punto de equilibrio, análisis de riesgo, aplicación de las técnicas de evaluación de presupuesto de capital. Flujo de efectivo del proyecto. Análisis de las condiciones regionales (árbol de problemas, marco lógico).

Área Administrativa

Administración

Desarrollo empresarial, teorías de la empresa Manejo de la cartera de clientes, rotación de cuentas por cobrar, análisis de saldos por antigüedad de clientes, establecimiento de límites de crédito a clientes. Desarrollar y evaluar estrategias de ventas.

Economía y la Empresa

Este curso plantea las bases conceptuales del modelo de cuentas nacionales y del sistema económico en su conjunto desde una perspectiva del ámbito que afecta el desarrollo empresarial. Introduce al alumno en el contexto global económico desde una perspectiva del comportamiento de las principales variables macroeconómicas

como resultado del efecto de las políticas gubernamentales en México y de sus principales socios comerciales. Este análisis en combinación con el conocimiento de los principales conceptos básicos de la teoría de las decisiones individuales como oferta y demanda de mercado, costos vs. Precios, inversiones y valores, etc. permiten al alumno explicar y prever algunas razones de cambio en los negocios.

Contabilidad Básica y Administrativa

Cultura Contable. Marco Conceptual de la contabilidad. Activos: Inversiones de empresas. Pasivo y Capital: Fuentes de financiamiento. Análisis y descripción del ciclo contable. Aplicación del Ciclo Contable en empresas de servicios y empresas comerciales. Preparación de los estados financieros básicos de empresas de servicios y comerciales. Análisis de la información financiera para toma de decisiones.

Contabilidad de Costos

Naturaleza, concepto y clasificación de la contabilidad de costos. Sistemas de acumulación de costos de producción y Estados Financieros. Sistemas de Costeo. Presupuesto Maestro. Costos Estándar: establecimientos de estándares. Costos e ingresos relevantes en la toma de decisiones a corto plazo. Análisis del punto de equilibrio para la toma de decisiones. Análisis del costo-volumen-utilidad para la toma de decisiones gerenciales.

Planeación Estratégica

Conocimiento de los conceptos básicos de la planeación y su impacto en la gestión empresarial, su filosofía, aplicación y los procesos de evaluación. Integración de tipos y niveles de procesos de planeación empresarial en el contexto macroeconómico. Políticas públicas de planeación.

Comercio Internacional II

La materia es teórico-práctica con objeto de involucrar al estudiante en el proceso de comercio internacional desde que se genera una oportunidad de mercado. En este curso se analiza la oferta exportable y la determinación de posibles mercados de exportación en distintos países y sus ámbitos y condiciones de negociación y mercadeo, se estudian las formas de penetración al mercado internacional, la oferta y demanda de productos en el país de destino, se emplean elementos de mercadotecnia internacional, formación del precio, logística, embalaje y transporte, seguro, cobro y financiamiento de exportaciones, requisitos administrativos y legales en las compraventas.

Recursos Humanos

Conceptos fundamentales. Planeación de recursos humanos. Reclutamiento, selección, orientación, adiestramiento y desarrollo. Evaluación, separación, marco legal, motivación. Liderazgo. Organigrama. Descripción de puestos. Conocer y aplicar medios de entrenamiento de vendedores. Desarrollar actitudes positivas de ventas y desarrollar autoestima y motivación. Planeación de personal, descripción de puestos, especificación de tareas, requisitos de estilo, experiencias, funciones, habilidades y destrezas, responsabilidades, salarios y beneficios, legislación laboral, responsabilidad patronal, plan de carreras. Reordenación organizacional, elaboración de organigramas, asignación de niveles, análisis y descripción de puestos, tabuladores de sueldos, prestaciones, programas de inducción, capacitación, reclutamiento, selección y contratación, vacaciones, prestaciones ascensos, productividad, relaciones laborales.

Proyecto Empresarial I

Integrar y aplicar los conocimientos y habilidades adquiridas a lo largo de sus estudios en la elaboración en grupo de un proyecto empresarial incluyendo el plan de negocios y el plan de mercadotecnia. Requiere de un enfoque integral al análisis de un problema, en el planteamiento de estrategias de desarrollo y los procesos de evaluación y seguimiento y análisis de la factibilidad de la propuesta. Debe basarse en el análisis del contexto macroeconómico a partir de la consideración de factores externos (economía, mercados, medio ambiente, políticas de desarrollo) para diseñar acciones en el entorno micro de la empresa. En la primera parte del curso debe definir el objetivo de la empresa, el producto o servicio que pretende promover, el mercado al que se orienta incluyendo la segmentación y caracterización del consumidor.

Proyecto Empresarial II

Segunda parte del proyecto en la cual se define la estructura operativa de producción, se realiza el estudio técnico incluyendo el análisis de costos y definición de precios para concluir con el análisis de viabilidad técnica y económica financiera para validar la propuesta.

Área de Derecho y Economía

Microeconomía

Microeconomía es la materia que mejor describe la conducta humana en términos de eficiencia económica desde el ámbito de la producción y el consumo. Su misión principal es la de presentar las herramientas del análisis económico para describir las teorías de las decisiones individuales en el contexto de la producción y del consumo. Representa en el análisis del consumidor la principal teoría para explicar su comportamiento. Describe de qué manera estas decisiones confluyen en los mercados para formar la demanda y cómo ésta se contrapone, al efecto de la suma de las decisiones individuales de las empresas de ofrecer sus productos en

el mercado en términos de eficiencia. En Microeconomía se revisa la organización de los mercados y la forma en que determinan los precios. El conocimiento y aplicación de las principales herramientas a través de gráficos y matemáticas permiten analizar algunas trampas que se presentan habitualmente en la toma de decisiones.

Macroeconomía

Su objeto dentro del mapa curricular es el de introducir al alumno en la macroeconomía de los negocios internacionales. Cómo estas variaciones macroeconómicas nacionales e internacionales afectan la actividad empresarial.

En este curso se revisan los fundamentos básicos teóricos; demanda agregada. Consumo, ingreso. Política fiscal. Mercado de dinero. Teoría de la inversión. Oferta y demanda agregadas. Inflación. Déficit público. Crecimiento y ciclo económico. Políticas de estabilización. Apertura de la economía, expectativas de los agentes económicos. Todo desde una concepción global del conocimiento de los principales factores macroeconómicos que afectan de manera determinante en el presente y futuro de las empresas, las inversiones y el mercado de valores, las transacciones comerciales y el tipo de cambio, etc.. Constituye una herramienta fundamental en la toma de decisiones.

Derecho Mercantil

El comercio y su evolución en la región. Legislación Comercial. Fuentes del Derecho Mercantil. Sujetos del Derecho Mercantil. Cosas Mercantiles: patentes, diseños industriales, marcas, títulos de crédito y avisos comerciales. Obligaciones y contratos mercantiles.

Derecho Fiscal

Introducción al código Fiscal de la federación. Sujetos de las contribuciones. Clasificación de las contribuciones. Derechos y obligaciones de los contribuyentes. Facultades de las autoridades fiscales. Infracciones y delitos fiscales. Formas de extinción de la obligación tributaria. Disposiciones fiscales de personas físicas y personas morales: tramites fiscales ante instancias de gobierno. Estructura de la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

Comercio Internacional I

Esta materia es con objeto de adentrar al futuro profesional en el origen y desarrollo de las diversas corrientes que han dado lugar al comercio internacional de mercancías en todo el mundo. Se revisan también los conceptos básicos de la teoría pura del comercio internacional que permiten al estudiante familiarizarse con el lenguaje del comercio exterior. En este curso se analiza la balanza de pagos y aspectos monetarios del comercio internacional, así como las políticas arancelarias y no arancelarias y sus efectos sobre el comercio entre países. Finalmente se revisan los tratados comerciales vigentes para México, sus efectos y oportunidades para el desarrollo empresarial.

Área de Mercadotecnia

Mercadotecnia

La materia es teórico-práctica con objeto de introducir al estudiante el vocabulario y teorías de mercadotecnia con motivo de aplicarlas en un proyecto final. Se analizarán tipos de mercados y estrategias de comercialización de productos con respecto a precio, plaza, y promoción. Abarcará análisis de negocios, tipos de mercados, análisis de mercados, segmentación, selección de segmentos, posicionamiento, como seleccionar mercados. Al final del curso los estudiantes deberían saber cómo la mezcla de producto, precio, plaza, y promoción interactúan para tener éxito en el mercado seleccionado.

Investigación de Mercados I

Conocer y aplicar la metodología para la realización de estudios de investigación de mercados, mediante un trabajo real de investigación de mercados en el campo, con la estructura adecuada para solucionar situaciones de mercadotecnia. Tiene como finalidad propiciar en la formación del profesional, amplio dominio de conocimientos teóricos y habilidades prácticas en el desarrollo metodológico de una investigación de mercados para mejorar las relaciones comerciales o para incrementar las ventas de una empresa.

Propiciar en la formación del profesional, con amplio dominio de conocimientos teóricos y habilidades, en forma metodológica en investigación de mercados y estudios demográficos a fines de buscar soluciones viables. Procedimientos y técnicas de obtención de información, diseño, observación, técnicas proyectivas, sesiones de grupo, entrevista de profundidad, encuestas, cuestionario, escalas de medición de actitudes, experimentación, trabajo de campo, análisis de la información, SIM. Como interpretar información: Gráficos, investigaciones de mercado. Análisis de resultados, sistema de apoyo a las decisiones.

Investigación de Mercados II

Función de investigación. Principios. Clasificación. Experimentación de laboratorio y de campo. Análisis estadístico. Simulación de estudio y clasificación de los agentes, factores. Medio ambiente: jurídico, político, social, tecnológico. Mercados regionales, externos.

Conducta del Consumidor

Capacitar al estudiante a saber aplicar la psicología en las relaciones comerciales, para superar obstáculos presentados por las relaciones interhumanas, con el fin de cumplir con los objetivos de la empresa. Conducta, naturaleza del individuo y de los grupos, descontento- conflicto-frustración, liderazgo y problemas sociales. Dimensiones, modelos, evaluación perceptual, actitudes y formación de preferencias, de elección, técnicas de diseño de productos, procedimientos.

Conducta, naturaleza del individuo y de los grupos, descontento- conflicto-frustración, liderazgo y problemas sociales. Dimensiones, modelos, evaluación perceptual, actitudes y formación de preferencias, de elección, técnicas de diseño de productos, procedimientos.

Sistemas de Distribución y Transporte

Funciones del canal de distribución. Objetivos y restricciones del canal. Identificación, selección y evaluación de los canales de distribución. Naturaleza de la distribución física- objetivos. Pedidos. Almacenamiento. Inventarios. Transporte: elección, áreas geográficas, tipos.

Estrategia de Producto

Conocer los conceptos teóricos y prácticos del proceso de desarrollo de productos a partir del análisis de las demandas del mercado y las estrategias de respuesta de la empresa. Entender el concepto de ciclo de vida del producto y conocer las etapas y estrategias de su desarrollo. Adquirir habilidades para el proceso de diseño y desarrollo de productos y servicios, la determinación de las características conceptuales y formales de un producto. Llevar a cabo el proceso de desarrollo de un producto desde su concepción hasta su producción incluyendo los procesos de seguimiento y evaluación en cada etapa. Estándares internacionales de clasificación en productos industriales (ISO, DIN). Estándares internacionales de clasificación de productos agropecuarios y forestales (P.e..NHLA). Estándares internacionales de clasificación en servicios.

Normas de diseño ambiental y de salud de productos. Categorías, clasificaciones, marca, línea, mezcla, familia, etapas, estrategias de extensión, innovación, generación de ideas, creatividad, prueba de concepto, viabilidad técnica, lanzamiento al mercado. Ampliación de la línea, mejoramiento del producto, segmentación. Desarrollo del mercado, implementación de la mezcla MKT,

confrontación, conservación, efectos de escala y experiencia, definición y estructura del mercado.

Promoción y Publicidad

Desarrollo de comunicación. Público meta. Respuesta buscada, mensajes y medios. Atributos. Evaluación. Retroalimentación. Presupuesto de promoción.

Mezcla promocional.

Planeación de la comunicación. Decisiones de publicidad: objetivos, presupuesto, mensaje medio, evaluación. Promoción de ventas. Relaciones públicas, publicidad no pagada. Planeación de la publicidad, Servicios ofrecen los medios de comunicación, estrategias básicas medios, investigación de medios, compra y características, componentes, uso de los medios masivos, texto, concepto total, producción de medios, diseño de una campaña publicitaria.

Estrategia de Ventas

Incluirá el proceso de ventas y negociación para enfrentar la competencia en los mercados. La materia tiene como finalidad propiciar que el alumno conozca y domine el marco de las actividades de ventas de bienes y servicios, tanto nacionales como internacionales para desarrollarle una visión crítica que le dé la pauta de tomar decisiones bajo la lógica y ética empresarial. Este curso abarcará las fases de las ventas, su organización y el conocimiento sobre las habilidades para la negociación en el proceso de las ventas. Es una materia de formación teórico-práctica que se pretende realizar de manera estrechamente vinculada con procesos reales.

Seminario de Mercadotecnia

La materia es practica-teórica con énfasis en estudio de casos de mercadotecnia los que requerirán aplicación de los conceptos de mercadotecnia con motivo de

mejorar la toma de decisiones gerenciales con respeto a planeación e implementación de planes de mercadotecnia y resolver problemas que la aplicación de teorías de mercadotecnia pueda solucionar. Los estudiantes desarrollarán la habilidad de planear y ajustar planes de mercadotecnia aplicando conceptos de los 4P's (producto, precio, plaza, promoción). Las teorías abarcarán conceptos del proceso de mercadotecnia como parte del sistema del negocio en general y manejo del proceso de mercadotecnia en particular.

Inglés para negocios

En este curso el alumno aplicará los conocimientos y habilidades adquiridas en los cursos de inglés previos para resolver situaciones profesionales en el área de los negocios y el comercio internacional. Se pondrá énfasis en la elaboración de documentos comerciales, procesos de negociación e intercambio comercial, vocabulario especializado etc.

Optativas I y II de Administración y I y II de Mercadotecnia

Las asignaturas optativas deben permitir que el estudiante adquiera conocimientos y habilidades específicas de acuerdo a sus intereses y necesidades personales. Asimismo, pueden servir como un área de especialización dentro de su formación general. Se proponen como posibles materias optativas las siguientes:

- ✓ Fundamentos del Comercio electrónico
- ✓ Análisis y Diseño de Sistemas de Comercio electrónico
- ✓ Desarrollo de sitios de comercio electrónico
- ✓ Mercadotécnica Aplicada al comercio electrónico
- ✓ Marco Jurídico y seguridad en el comercio electrónico
- ✓ Mercadotecnia de servicios
- ✓ Economía del Sector turístico
- ✓ Mercadotecnia del turismo

- ✓ Mercadotecnia electoral
- ✓ Medios masivos de comunicación
- ✓ Estrategias de campaña

CAPITULO 3.- DESCRIPCION DE UNA MICROEMPRESA FAMILIAR “POLLOS ASADOS EL DRAGÓN” Y COMIDA CHINA, EN EL ESTADO DE QUINTANA ROO.

3. “POLLOS ASADOS EL DRAGÓN” Y COMIDA CHINA

3.1 ANTECEDENTES

Fue en el 2000 cuando decidimos iniciar un negocio, en aquel entonces vinieron a la mente varias ideas, al final optamos por escoger la venta de pollos asados. El propósito central del proyecto del negocio fue de cubrir una necesidad para las personas que por algún motivo no cocinan en casa, vender un producto fresco y caliente, listo para ser consumido. (Acerenza, 2004)

Inicialmente operamos en la informalidad, con la idea de experimentar el resultado de este servicio, además de que no había un capital fuerte de inversión, por que lógicamente es empezar como dicen “de abajo hacia arriba”

Se contaba con un pequeño asador y un local recién construido que no tenía cortina metálica a la entrada para su seguridad, ni vidrios en las ventanas

Aproximadamente seis meses después, producto de la buena administración del negocio que, llevada a cabo con mucha responsabilidad para planear, controlar, dirigir, y coordinar el rumbo de la pollería para la obtención de mejores resultados (Franco Lopez, 2004).

Se compró la cortina metálica e inicio el proceso de alta ante la Secretaria de Hacienda y Crédito Público (S.H.C.P.), de igual manera los trámites correspondientes en el Municipio de Othón P. Blanco, para operar ya en regla. Fue así como surgió Pollos Asados Aarón Merino Fernández, en honor a la calle en el cual se encuentra ubicado el local.

De igual manera al comienzo se contrata a una persona, para que apoye en la realización de algunas tareas, principalmente la cocción de los pollos. El cocimiento de los pollos se realizaba mediante un asador pequeño hecho a base de un rin de vehículo, herramienta clave del establecimiento.

Además del pollo asado, se empezó a diversificar, elaborando pollo empanizado, y otras comidas para renovar el menú, esto se hizo con la finalidad de no aburrir al cliente, casi automáticamente renovamos el menú ya que la situación te lo pide, la tendencia al cambio, no podemos ofrecer por mucho tiempo lo mismo. (Acerenza, 2004)

Tres años después, se tuvo la competencia más grande que se haya tenido en todo este tiempo, esta era una pollería que tenía algunas sucursales en la ciudad por lo que la hacía una pollería reconocida, denominada “Pollo Dorado”. Tuvieron una llamativa inauguración con publicidad y promociones la cual trataron de mantener frecuentemente en el trayecto de su existencia, causando una ligera baja de ventas en los Pollos Asados Aarón Merino Fernández, aunque seis meses después pollo dorado cerró sus puertas.

Creo que la competencia en este sector dura poco tiempo tal vez porque el negocio de la comida es un área muy difícil, un tanto delicado. A los clientes hay que darles el mejor sabor, frescura y un precio justo por el producto. (Kotler, 2006)

Los días sábados y domingos son los días en los que hay mas ventas, en los primeros años de Pollos Asados Aarón Merino Fernández las ventas eran tan buenas que aumentaban al grado de no poder satisfacer a la demanda, la gente tenía que esperar más tiempo, pero conforme al paso del tiempo se va mejorando

en este tema y entiende que tan importante es cada cliente, fueron los mejores años, la gente prácticamente se aglomeraba en el local. A finales del 2003 abrió sus puertas la plaza comercial Las Américas, como sabemos fue la gran novedad en Chetumal, pues cuenta con varios locales comerciales principalmente cuenta con un supermercado y área de comida grande.

A principios del 2004 en Pollos Asados Aarón Merino Fernández, las ventas comenzaron a disminuir de manera significativa pero sin afectar seriamente la vida de la microempresa.

En mi opinión la baja de las ventas podría atribuirse a la apertura de la plaza comercial, actualmente hay buena demanda en el servicio, sin embargo no con la misma intensidad que se tenía antes, aunque sabemos que esta baja fue pareja para todo Chetumal.

Después de varios intentos de estar experimentando con incorporar al menú un platillo que agrade y que principalmente sea rápido de elaborar. En el 2010 la propietaria del local encontró el platillo perfecto: la comida china que sería el complemento del pollo asado. (Belasteguigoitia, 2012)

En el 2011 Pollos Asados Aarón Merino Fernández cambia de nombre con el fin de familiarizarse más con la comida china y sea más fácil de pronunciar, para denominarse como: “Pollos Asados El Dragón” y Comida china.

3.2 UBICACIÓN

“Pollos asados El Dragón” y comida china, está ubicado en la calle Aarón Merino Fernández No. 115 Col. Fovissste IV etapa, entre las colonias Forjadores, Jardines y Tumben Cuxtal, en la Ciudad de Chetumal, Quintana Roo.

Han pasado 15 años desde su apertura, se destaca al mencionar que todas las personas que laboran en “Pollos Asados El Dragón” y comida china, son familia.

3.3 MISIÓN

La misión es la de ofrecer a los clientes el sabor exquisito del pollo asado y de la comida china, manteniendo el sabor y estilo propio, de igual forma ofrecer un servicio rápido, buen trato, higiene y confianza. Sabemos que nuestros clientes se merecen el servicio por un precio justo, es por ello que nos preocupamos en mantener la frescura de la comida, así como de la dedicación y esmero en cada platillo solicitado por el cliente.

3.4 VISIÓN

La visión de “Pollos Asados El Dragón” y comida china, es incrementar el número de clientes, ser reconocida en el mercado de la industria gastronómica y causar un efecto de satisfacción plena a las familias de Chetumal.

3.5 LOGO.

No hay ningún significado especial que relacione directamente el logo con el establecimiento, pero podemos decir que únicamente es un referente puramente mercadológico que consiste en la identificación con la comida china u oriental que se elabora.

POLLOS ASADOS EL DRAGON



3.6 ESTRUCTURA ORGÁNICA.

1.0.- Dueño

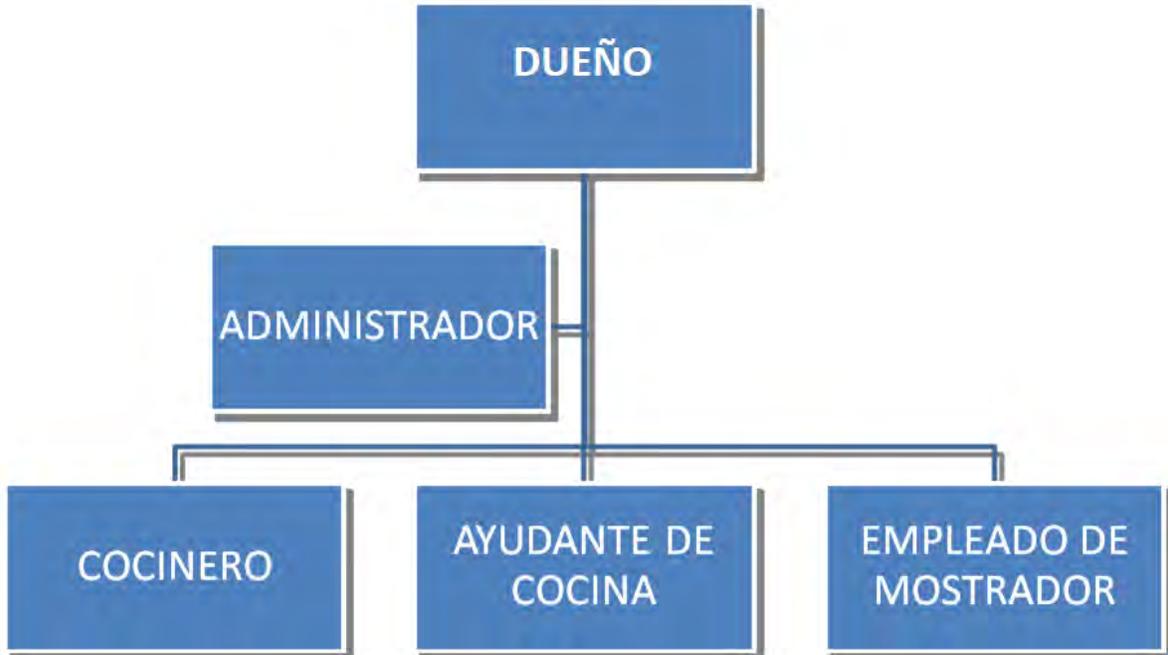
1.0.1.- Administrador

1.1.- Cocinero

1.2.- Ayudante de cocina

1.3.- Empleado de Mostrador

3.6.1 ORGANIGRAMA.



3.7 OBJETIVOS

Objetivo del Dueño del local.

Las funciones del dueño son primordiales para la microempresa. El propietario toma las decisiones, de cuando invertir en remodelación o mantenimiento del establecimiento

.

Objetivo del administrador.

Canalizar la idea central o las órdenes que emanen del propietario hacia los cocineros y al empleado de mostrador. Diseñar la publicidad al interior y exterior

del local. Diseñar la estrategia de ventas más conveniente para el negocio. Atender las quejas o comentarios de los clientes aun por pequeñas que parezcan

Empleado de mostrador/caja.

Su trabajo es atender personalmente al cliente con respeto y atención, informar a detalle del precio y características del producto que se ofrece.

Objetivo del cocinero.

Elaborar y verificar que la comida se encuentre debidamente elaborada y cocida, asegurándose también que tenga el toque del sabor que los distingue, todo esto será el reflejo de la higiene y dedicación de cada platillo.

Objetivo del ayudante de cocina.

Apoya en las labores de la cocina, preparando y cocinando los platillos sencillos, manteniendo el orden y la limpieza del área de trabajo antes, durante y después de la jornada.

3.8 EXPERIENCIA PROFESIONAL.

3.8.1 DESCRIPCIÓN DEL PUESTO Y SUS FUNCIONES ESPECÍFICAS.

DESCRIPCION DEL PUESTO:

Actualmente me desempeño como administrador del local comercial, en donde mis funciones específicas consisten en:

- a) Realizar los pagos correspondientes a la Secretaria de Hacienda y Crédito Público (S.H.C.P.) y al Honorable Ayuntamiento del Municipio de Othón P.

Blanco. Verificar que se tengan almacenados las cantidades necesarias de insumos y material de limpieza.

- b) Hacer los pedidos necesarios de cajas de pollo con el proveedor, y llevar la contabilidad del mismo.
- c) Atender a los inspectores del Servicio Estatal de Salud (SESA), cuando realizan sus verificaciones, y contestar las peticiones que ordenan por escrito.
- d) Llevar el control de las fumigaciones periódicas al establecimiento y del extinguidor.

FUNCIONES ESPECÍFICAS:

- 1. Tener al día el estado de cuenta del crédito con el proveedor.
- 2. Reporte diario de gastos y ventas.
- 3. Pago periódico a servicio de fumigación
- 4. Pago periódico por servicio de recoja de basura (Municipio)
- 5. Elaboración de publicidad en el local (carteles con precios y promociones)
- 6. Control de inventario de los insumos y material de limpieza

Como dato informativo a continuación se mencionarán una serie de trámites y requisitos que realizamos al iniciar el negocio de manera formal, la mayoría de estos trámites actualmente sigo realizando como administrador:

- 1) Para la autorización de uso de suelo que se lleva a cabo ante la Dirección de Desarrollo Urbano y Medio Ambiente, del Honorable Ayuntamiento del Municipio de Othón P. Blanco, los requisitos son:
 - a) Solicitud por escrito

- b) Croquis de construcción de Conjunto y Localización
- c) Comprobante de domicilio
- d) Fotografías del local y del sanitario
- e) Copia del título de propiedad; orden de ocupación contrato de compra-venta, o contrato de renta.
- f) Autorización de anuncio
- g) Diagnostico de riesgos
- h) Pago de lineamiento, uso de suelo. \$ 413.56
- i) Pago de diagnostico de riesgo. \$310.50
- j) Licencia de construcción
- k) Cedula catastral actualizada
- l) Impuesto predial actualizado
- m) Credencial del I.F.E.

2) Para tramitar la Licencia de funcionamiento ante el Honorable Ayuntamiento del Municipio de Othón P. Blanco, se necesitan los siguientes requisitos:

- a) Solicitud
- b) Alta de Hacienda Federal
- c) Pago de inspección para dictamen de anuencia de Protección Civil \$ 472.64
- d) Dictamen de anuencia para funcionamiento Protección Civil
- e) Pago de Dictamen de Salud Municipal. \$150.00

f) Pago de recolección de basura \$150.00

g) Impuesto predial

h) Pago a SIEM-CANIRAC \$150.00

i) Oficio de uso del suelo

j) Croquis de Ubicación.

3) Requisitos que solicita la Secretaria de Hacienda y Crédito Público, para la Licencia de funcionamiento.

a) Aviso de inscripción al registro estatal de Contribuyentes.

b) Manifestación de ingresos mensuales.

c) C.U.R.P

4) Para tramitar el aviso de funcionamiento para la protección contra riesgos sanitarios los requisitos son:

a) Formato de solicitud de aviso de funcionamiento

b) Constancia de inicio para dictamen de salud

Fuente: Elaboración propia en base a trámites realizados ante municipio, S.H.C.P. y SESA.

Como nota podemos decir que al contar en el negocio con trabajadores se les debe de dar de alta en el IMSS en el cual hay que pagar alrededor de 1,000 pesos bimestrales.

3.9 VINCULACIÓN DE LA LICENCIATURA EN SISTEMAS COMERCIALES CON LAS ACTIVIDADES DESEMPEÑADAS EN EL PUESTO.

El estudio de la carrera de Sistemas Comerciales me ha ayudado mucho en la práctica, está muy relacionado con la actividad que realizo. Sin duda uno de los temas más importantes e interesantes de objeto de estudio son los clientes o consumidores en el que diversos autores hablan de ello, son temas muy interesantes como el de conducta del consumidor que me identifica tanto con mi actividad. Así como muchos temas de marketing como las 4Ps que en el establecimiento tomamos muy en cuenta para el logro de nuestros objetivos:

El producto, el pollo asado y la comida china se elaboran vigilando siempre su calidad, sabor y frescura.

El precio, es un precio de lista que procuramos mantener fijo, aumentarlo lo menos posible.

La promoción, que ofrecemos es de muestras gratis, para que el cliente pruebe otros platillos.

La plaza, tenemos un único local, en el que se vende la comida para llevar.

3.10 MATERIAS DE APOYO EN LA REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES EN EL PUESTO.

Las materias que más resaltan en mi puesto son las siguientes:

Matemáticas:

Las matemáticas son una herramienta básica para este negocio, tomando en cuenta que siempre queremos que los números estén a nuestro favor al momento de hacer el corte.

Microeconomía:

Esta materia nos ha ayudado a entender de la mejor manera todo lo relacionado a las variaciones de los precios de los productos que compramos para el negocio. Principalmente cuando hay aumento en el precio del pollo que se compra, este costo influye directamente en los precios que ofreceremos a los clientes.

Optativa 1 de Mercadotecnia:

La mercadotecnia es un área muy interesante para nuestro negocio, porque te permite detenerte a pensar lo que espera el cliente de nuestro producto, esto te permite mejorar la forma de venderles el producto, para tener clientes frecuentes.

Conducta del consumidor:

Esta materia es muy interesante ya que nos permite comprender el porqué los clientes compran o dejan de comprar. Ejemplo de esto fue cuando se pensó en tener mejores ventas con la introducción de la comida china al menú, nos dimos cuenta que son los niños y jóvenes los que más influyen en la compra de este producto.

Planeación Estratégica:

Ofrecerle al cliente un producto que no ha pensado comprar, suena difícil de realizar, pero esta materia nos ha enseñado a hacerlo, además que es necesario ya que cuando es un producto nuevo o no se vende mucho, hay que ofrecerlo y promocionarlo para que sea consumido por el cliente.

Administración:

Los principales aspectos a tomar de esta materia son: la coordinación del personal y el control de los gastos financieros, son pieza clave para lograr el objetivo común, que es tener una economía sana y productiva.

Contabilidad Básica y Administrativa:

Una de las materias más utilizadas y requeridas, en el que me ha ayudado a llevar un orden y un control de cuánto se gasta, se invierte y se gana en este negocio, así como el de estar al corriente en los pagos de hacienda y demás

Promoción y publicidad:

Son herramientas indispensables del marketing, que dependen de la creatividad de uno, para aplicarlas y con ello obtener resultados favorables. En “Pollos asados El Dragón” y comida china, las promociones principalmente son mediante muestras, para que el cliente pruebe o conozca el producto, otra promoción son los regalos que se ofrecen en días festivos: como día de la madre, día del niño etc.

Mercadotecnia 1

Esta materia me ha ayudado muchísimo ya que realmente me ha enseñado la forma de vender, de una manera consciente y responsable.

Básicamente la empresa, el cliente, y el proveedor juegan un papel importante por que buscan beneficiarse de alguna manera y la mercadotecnia nos ofrece las herramientas necesarias para el bien de la empresa.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El sector alimentos, dedicado ha satisfacer el paladar de los clientes, del cual considero que es uno de los sectores más destacados e importantes en México, son muy productivas y son tan abundantes por que están presentes en cada rincón de nuestra ciudad.

Las microempresas en el sector alimentos son muy diversas, pero la relación en común con la de los “Pollos Asados El Dragón” y comida china, es que satisfacen una necesidad o un antojo al cliente.

Tenemos el deber de que la atención del servicio sea agradable y rápida, que la comida sea con higiene, cantidad y calidad. Que esté caliente y con un rico sabor.

Como bien sabemos muchos micros negocios operan en el ámbito informal, este es un caso especial por el que atravesó en sus inicios pollos asados “Pollos asados El Dragón” y comida china.

El éxito se refleja en la preferencia del cliente, por lo que la experiencia nos ha llevado a entender mejor los miedos y problemas que se tienen en una microempresa empresa familiar como la nuestra.

Cuando se piensa en crear un micro negocio y no se tiene con los recursos suficientes, muchas veces se piensa que es más rápido iniciar un negocio de comida, por su baja inversión.

Creo que el motivo principal por el que muchas personas inician una microempresa familiar, es por que existe una baja solvencia económica, el empleo que se tiene no alcanza para cubrir los gastos del hogar o simplemente no hay empleo.

El llegar a ser un microempresario exitoso resulta un gran logro, es una manera de auto emplearse o generar empleos para el estado. Sin duda esta es la mejor opción hoy día para el egresado de la Licenciatura en Sistemas Comerciales. Por su parte, la Universidad de Quintana Roo, debe otorgar créditos semilla y apoyo para el arranque de los micros negocios.

BIBLIOGRAFIA

1. Acerenza, Miguel Ángel. (2004). "Marketing de restaurantes" edit. Trillas, México.
2. Johnston, Mark W y Marshall, Greg w. (2009). "Administración de ventas" Edit. Mcgraw-Hill interamericana, México.
3. Franco López, Armando. (2004). "Administración de la empresa restaurantera" edit. Trillas, México Interamericana, México.
4. Anzola rojas, Servulo. (2010). "Administración de pequeñas empresas" edit. Mcgraw-Hill.
5. Kotler, Philip. (2006). "Dirección de Marketing", edit. Pearson.
6. Lacalle Fernández, Daniel. (2013). "Nosotros, los mercados" edit. Deusto.
7. Lesur, Luis. "Manual de organización de negocios de comida rápida", edit. Trillas.
8. Duron García, Carlos. (2008). "El restaurante como empresa" edit. Trillas, México.
9. Belasteguigoitia, Imanol. (2012). "Empresas familiares" editorial: Mcgraw Hill.
10. Trevinyo-Rodriguez, Rosa Nelly. (2010). "Empresas familiares visión latinoamericana: estructura, gestión, crecimiento y continuidad" editorial: Pearson.
11. Leach, Peter. (2009). "La empresa familiar" edit. Granica, argentina.

12. Koenes, Avelina. (1993). "Las tres armas estratégicas de la pequeña empresa" edit. Ediciones Díaz de santos, España.
13. López Salazar, Alejandra. (2013). "La empresa familiar como objeto de estudio" edit. Pearson educación, México.
14. Guarneros, Isabel. (2013). "Más competitivas que pequeñas: imagen corporativa a la medida de su empresa" edit. Grupo editorial patria, México.
15. Steiner George a. (1983). "Planeación estratégica: lo que todo director debe saber" edit. Cecsa, México.
16. Chiavenato, Idalberto. (2011). "Planeación estratégica: fundamentos y aplicaciones" edit. Mcgraw-Hill interamericana, México.
17. Tedesco, Marcelo. 2013. "Ruta profesional: planeación estratégica para el desarrollo profesional" edit. Paidos, México.
18. Munch Galindo, Lourdes. (2013). "Planeación estratégica: el rumbo hacia el éxito" edit. Trillas.
19. Fischer de la vega, Laura estela. (2012). "Casos de investigación de mercados" edit. Fca unam.
20. Benassini, Marcela. (2008). "Introducción a la investigación de mercados.: enfoque para América latina" edit. Pearson, México.

21. Mcdaniel, Carl. (2011). "Investigación de mercados" edit. cengage learning, México.
22. Naresh K, Malhotra. (2008). "Investigación de mercados" edit. Pearson, México.
23. Barajas, Louis. (2011). "Microempresa, Mega vida" Edit. Grupo Nelson Inc.
24. Schiffman, León g. (2010). "Comportamiento del consumidor" edit. pearson, México.
25. Paul, Peter j. (2006). "Comportamiento del consumidor y estrategias" edit. Mcgraw-Hill interamericana, México.
26. Solomon, Michael r. (2007). "Comportamiento del consumidor", edit. pearson, México.
27. García canclini, Néstor. (2009). "Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización" edit. debolsillo, México.