

Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Filosofía y Letras

Colegio de Pedagogía

Informe académico de actividad profesional: Buró Educativo.

Alumna: Diana Ramírez del Prado Altamirano.

Asesora: Claudia Bataller Sala.

Septiembre 2013



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

| Índice de contenido | Página |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Introducción | 4 |
| Marco teórico | 8 |
| 1. Introducción..... | 8 |
| 1.1 El papel y la evolución de las micros, pequeñas y medianas empresas de 1988 al 2012..... | 11 |
| 1.2 México y la cultura empresarial..... | 26 |
| 1.3 Secretaría de economía..... | 29 |
| 1.4 Incubadoras certificadas por parte de la secretaría de economía..... | 32 |
| 1.5 Fundación ProEmpleo Productivo A.C..... | 35 |
| 1.6 Taller emprende..... | 39 |
| 2. Marco de referencia | 41 |
| 2.1 Diagnóstico del estado inicial de la tarea..... | 41 |
| 2.2 Características generales del lugar en dónde se desarrolló la actividad profesional..... | 47 |
| 2.3 Ubicación y descripción de la actividad laboral..... | 49 |
| 2.4 Implementación y grado de avance o resultados obtenidos..... | 52 |
| 2.4.1. Buró Educativo..... | 53 |
| 2.4.2. Formación profesional..... | 55 |
| 2.4.3 Consultoría..... | 56 |
| 2.4.4. Diagnóstico, Capacitación y seguimiento..... | 58 |
| 2.4.5. Gestión empresarial..... | 71 |
| 2.4.6. Clima laboral..... | 72 |
| 2.4.7. Evaluación..... | 74 |
| 2.4.8. Asesoría pedagógica..... | 76 |
| 2.4.9. Materiales didácticos..... | 80 |
| 2.5. Valoración crítica de la actividad profesional..... | 83 |
| 2.6. Conclusiones, propuestas y recomendaciones..... | 85 |
| Referencias | 90 |
| Anexo: Plan de Negocios | 102 |

Introducción

El presente Informe de Actividad Profesional tiene como finalidad el mostrar la relación de la formación obtenida en la Licenciatura de Pedagogía con la creación de mi empresa denominada Buró Educativo.

Es importante mostrar la creación de Buró Educativo bajo el marco de lo que se denomina como MiPyME (Micro, pequeña y mediana empresa), señalando y analizando las distintas etapas que tuve que pasar para darle forma como MiPyME, así como los fundamentos teóricos que sostienen la importancia de crear más empresas en México, sin dejar de lado las dificultades a las que me enfrenté cuando decidí llevar a cabo la idea.

Considero importante que al dar a conocer esta experiencia, se pueda abrir el campo laboral del pedagogo como un especialista en procesos de capacitación, consultoría y formación de manera empresarial.

Por ello, en el primer apartado, se encuentra el marco de referencia teórico, que sirve como pilar para poder fundamentar el papel que ha tenido las PyMES en los últimos 4 sexenios, lo cual dará un panorama de la relevancia que tiene fomentar la creación de empresas en nuestro país. Posteriormente se encuentra el marco de referencia empírico, en donde se encuentra todo lo relacionado a la actividad pedagógica que se realizó.

Buró Educativo, brindará consultoría y servicios profesionales como diagnósticos generales y diagnósticos de necesidad de capacitación, capacitación, evaluación, reingeniería de procesos, elaboración de materiales didácticos y servicios de consultoría.

Al inicio de la actividad profesional, se planteó elaborar un plan de negocios para iniciar una empresa, la cual se llevó a cabo con éxito. Aún se está acudiendo a asesorías mucho más especializada con 7 asesores que me llevarán de la mano como emprendedora para concluir esta etapa de incubación.

Cabe mencionar, que las metodologías que se emplearon fueron:

- Para la de la elaboración del glosario que solicitaron en el plan de negocios, se utilizó la metodología de investigación documental.
- Para la elaboración del estudio de mercado, se empleó la metodología de investigación exploratoria, el método cualitativo e interpretación de resultados estadísticos.

Con la formación pedagógica que obtuve en la Facultad de Filosofía y Letras, en el Colegio de Pedagogía, después de concluir la licenciatura en Pedagogía, así como la experiencia profesional en la misma área que empecé a adquirir a partir del 3er semestre, fue lo que me llevó a involucrarme en querer iniciar una empresa, donde mis intenciones son poder ejercer la pedagogía en diferentes áreas de acción, en una primera etapa, en capacitación y consultoría, así como en un futuro ser la fuente de trabajo para muchas personas más.

Por lo tanto la participación que tuve fue como emprendedora, y requirió compromiso y esfuerzo de mi parte, pues a pesar de ser un proyecto personal, se requiere disciplina y constancia para culminar la primera etapa que fue la de preincubación, cabe aclarar que posteriormente, detallaré esta etapa.

Considero de suma importancia el trabajo que realicé, porque tomando en consideración que de un 100% de empresas que se inicia operaciones, por falta del plan de negocios y la incubación por parte de una empresa experta, sólo el 10% sobrevive a los siguientes 2 o 3 años, y de ese 10 % de empresas que sobreviven, sólo un 10% sobrevivirá a 10 años, lo cual significa, que hacer las cosas de forma correcta, puede a ayudar a que todos los esfuerzos que se están realizando ahorita no se colapsen en un futuro.

He visto en repetidas ocasiones, como consultora, que la falta de planeación estratégica en una empresa es lo que determina si medularmente esa empresa podrá crecer o no, y es que lo que algunos empresarios llaman pérdida de tiempo (como tomarse el tiempo de hacer el plan de negocios) a la larga, se convierte en un dolor de cabeza, pues no tienen una dirección clara de lo que desean que se

convierta su empresa, y por lo tanto llega un punto de estancamiento, para después ir en declive.

Es por eso, que sólo tuve que aplicar orden y sentido en muchos de los conocimientos que obtuve en la carrera, y en mis trabajos como pedagoga, como la elaboración de objetivos, la elaboración de una planeación, el proceso de investigación, estadística y su interpretación, la formación docente, que en gran medida se aplica cuando se capacitará a capacitadores, observar los procesos completos de capacitación (diagnóstico, capacitación, seguimiento y evaluación) entre otros.

Como pedagoga, me interesa mucho contribuir en la formación que se puede hacer en las empresas, desde una perspectiva pedagógica, pues sólo de esa manera, se podrá ver un cambio real en la empresa a la que se le realice una consultoría o un proceso de capacitación, lo que podrá ir haciendo una evolución en las PyMES que existen en el Distrito Federal.

Por lo tanto, estos escenarios demandan una nueva arquitectura educativa que apunte y apueste al aprendizaje de por vida, lo que implica entablar una nueva hipótesis educativa: enseñar a aprender, y sobre todo utilizar adecuadamente la información en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Actualmente nos enfrentamos a una sociedad cada vez más competitiva, más capacitada que hace veinte años atrás, jóvenes que al terminar su educación básica y bachillerato y más aún, su educación profesional se enfrentan al “No hay Vacantes” o que inician un negocio y solo funciona un poco tiempo sin dejar ganancias o dejando pérdidas generalizadas, por lo que el desempleo y el subempleo de los jóvenes imponen elevados costos sociales y económicos, y se refleja en la pérdida de oportunidades de crecimiento económico y el desaprovechamiento de las inversiones en educación y formación.

De ahí también la relevancia de la creación de Buró Educativo, pues al llevar de la mano a la PyME en una consultoría, estará contribuyendo a que exista una formación empresarial que no se tenía por parte del empresario, y que seguramente podrá aportar soluciones para que esa empresa crezca, en lugar de haber despidos o en el peor de los escenarios quiebre.

La experiencia pedagógica que obtuve al hacer un plan de negocios es que sé que cuento con los conocimientos, que por un lado nos da la Universidad, y la práctica que te da el trabajo, para poder iniciar una empresa. Cabe mencionar, que tanto los servicios que ofreceré, como la misma creación de una empresa, Buró Educativo en este caso, son producto de años de práctica pedagógica.

Trabajar en formación docente, capacitación, administración, gestión, dar consultoría, investigar para poder elaborar materiales didácticos, escuchar a los clientes y aprender de mis antiguos jefes, dominar la tecnología, y seguir formándome es lo que me da la seguridad de querer iniciar mi empresa.

Opté por esta vía de titulación, porque considero pertinente mostrar que un egresado de nuestra Universidad, con la formación que recibí y el tiempo que llevo laborando son elementos que pueden construir una empresa sólida y que será de beneficio para la sociedad a la que servirá.

Marco teórico

1. Introducción

La educación fue vista por muchos años como una etapa en la vida de las personas, que se ubicaba en la niñez y en la primera juventud. La misma se impartía en instituciones constituidas para ese efecto como escuelas, colegios, universidades. Esto era válido para un mundo que avanzaba lentamente; donde las revoluciones tecnológicas ocurrían de siglo en siglo, o aún más espaciadamente. Pero finalizando el siglo XX todo cambió, y cada vez con mayor velocidad.

Ésta circunstancia ha creado la necesidad de actualizar nuestros conocimientos permanentemente, pues ya no alcanza con lo que aprendimos en las instituciones básicas. Aún los profesionales que están egresando de las universidades deben estar diseñando su propio plan de actualización porque el próximo año puede que parte de sus conocimientos sean obsoletos.

Después de la 2da Guerra Mundial, se profundizó la estandarización como norma predominante ya no solo de la producción industrial, sino también del empleo donde las carreras eran lineales y vitalicias desarrollándose la formación en forma sistematizada. El paradigma que iluminaba a las organizaciones implicaba que el objetivo era hacer siempre lo mismo cada vez con mayor eficacia cada vez mejor y al menor costo. Esta visión era útil en un mundo sin sobresaltos, con un medio estable y previsible, pero la situación cambió. Ya no es posible prever la evolución de los acontecimientos.

Por otro lado todas las organizaciones aprenden y enseñan, ya sea en forma deliberada o inconsciente. Por eso ha tomado gran trascendencia lo que las organizaciones han dado en llamar capacitación. Esto les permite sobrevivir en un entorno de permanente cambio, con el cual deben interactuar, adoptar previsiones y preparar a su personal para adelantarse a los cambios, aplicar su potencial en las oportunidades que se presenten y protegerse de las amenazas.

Para ello es preciso que su personal cuente con la debida capacitación, formación y entrenamiento, sin perder de vista los valores de la organización. Por eso hablamos de educación, ya que no solo deben aprender procedimientos, sino inculcarse valores, que atraviesan a toda la estructura, que son los que le dan continuidad, y sin los cuales los esfuerzos podrían ser divergentes y por lo tanto ineficaces en las empresas.

Messina (2008) dice que se puede vincular el concepto trabajo, y los vinculados con el concepto pedagogía, del cual, con su aplicación ha dado lugar a los procesos denominados educación, formación o capacitación y desarrollo. Aunque algunos autores tomen como sinónimos las palabras anteriormente mencionadas, existe en esencia diferencias marcadas de cada concepto.

La formación en las organizaciones es relevante pues:

- Es un proceso continuo y permanente.
- Se vincula siempre al puesto de trabajo de la persona que es formada.
- Se orienta a eliminar las diferencias entre las capacidades de una persona y las exigencias de su puesto de trabajo.
- La finalidad última es que la organización alcance sus propios objetivos por medio de la formación de sus recursos humanos.

Aguiñada (2009) comenta que, la formación empresarial, según dónde se desarrolle, puede ser formal o no formal, y según quien sea la persona que genere la iniciativa de formación podrá ser personal u organizacional, pudiendo desarrollarse en forma interna o externa a la organización.

El personal, con diferentes jerarquías de especialización, desde los operarios de la línea de producción hasta los técnicos altamente calificados o directivos, tiene en sus manos conocimientos, ya que manipulan los materiales, controlan los equipos, analizan los problemas surgidos y toman parte en las decisiones, acumulando una

experiencia sustancial. Ellos con sus conocimientos, habilidades, entrenamiento y experiencia representan una importante parte del capital de la empresa.

Las organizaciones que adquieran habilidad para desenvolverse en contextos flexibles y cambiantes, deberán disponer de un ciclo de conocimiento dinámico que les permita generarlo en oportunidad para su propio beneficio si desean tener un avance y un crecimiento en su estructura.

Alem (2011) menciona que también debe considerarse que la capacitación tendrá una incidencia no solo a nivel organización, sino, y sobre todo a nivel individual, ya que permitirá desarrollar competencias y potencialidades, facilitar la autoestima y la autorrealización, y en cada nivel el desarrollo de la propia carrera.

La necesidad de aprender continuamente pasa tanto por la propia práctica de la persona como por la relación con otras personas, y con la experiencia previa, de formación, que ella tenga.

Es a partir de aquí que se generará el aprendizaje, y para que éste sea positivo, y asegure la supervivencia de la organización, necesita avanzar más allá de la simple capacitación. Ya no es suficiente con buenos instructores, se requiere una visión estratégica del problema, una visión pedagógica. Necesita brindarle aquello que a pesar de los cambios tecnológicos pueda permanecer inmutable, que lo comprometa con la organización, que lo implique en su éxito, asegurando así que la inversión hecha no se pierda, que sea un aporte a la sociedad en la cual se inserta la organización.

(Alem, 2011) A eso llamamos educar en la organización. Y educar implica considerar ya no solo técnicas de capacitación, sino la adopción de líneas pedagógicas que valoren a las personas que la integran, y que generen un círculo virtuoso de aprendizaje y pertenencia.

1.1. El papel y la evolución de las micros, pequeñas y medianas empresas de 1988 al 2012

“En México es hasta finales de la década de los ochenta que se comenzaron a generar cambios importantes en cuanto a la política proteccionista que había venido desarrollando el Estado con respecto a la organización y supervivencia de las PYMES” (Cerón, 2007, p. 162) pues hay que recordar que anteriormente, a través de las gigantescas empresas estatales era como el Estado servía de sostén para la micro, pequeña y mediana empresa. Esto traía graves consecuencias, pues si había problemas en esas grandes instituciones, entonces las primeras empresas afectadas eran las más pequeñas.

Durante el sexenio del presidente Carlos Salinas de Gortari (1988-1994) la política económica del país dio una vuelta sumamente importante y pasó a ser una economía abierta con la inversión privada sustituyendo a la inversión pública como motor de crecimiento. Este gobierno tuvo como objetivo central recuperar la capacidad de crecimiento económico del país, la cual se encontraba en un estado de estancamiento y con fuertes rezagos sociales (González, 2008)

En el Primer Informe de Gobierno del Presidente entonces en función, Carlos Salinas de Gortari, se hacía énfasis que en 1982 el pago anual por intereses de la deuda externa era de 14 000 millones de dólares, entre 1983 y 1988 se destinó casi el 7 por ciento del PIB para su pago el monto de lo destinado era casi el equivalente a lo destinado en salud y educación para todo el país, para inicio del sexenio, el monto de la deuda era del 45 por ciento del PIB, lo cual hacía necesario una reducción de esta deuda para lograr un crecimiento económico.

Con el tiempo y después de casi 4 años de largas negociaciones con el FMI (Fondo Monetario Internacional), con políticos de Estados Unidos, mandatarios de países como Francia, Alemania, Canadá, Japón, Gran Bretaña y de otros países y con bancos comerciales en 1992, se llegó a un acuerdo y se logró una reducción de más de 7000 millones de dólares. Debido a este logro, la deuda se disminuyó a 20 000 millones de dólares, la deuda total (externa e interna) descendió de 63 por

ciento del PIB en 1988 a 22 por ciento en 1994, y los pagos de intereses pasaron de 17 por ciento del PIB a 9.8 por ciento en 1994.

La nueva política empresarial que confirió a la iniciativa privada y social el compromiso y la responsabilidad principal del crecimiento económico del país, fue el hecho que dio pie para que Nacional Financiera (NAFIN) dejara de ser la banca de desarrollo de un Estado propietario y se transformara en la banca de desarrollo de un Estado solidario y promotor de las micro, pequeñas y medianas empresas.
(Islas, 2011, p. 4)

Esta entidad, a través de diversas estrategias buscó la posibilidad de darle al sector de la PyMES la oportunidad de crecer y modernizarse al igual que una empresa grande, intentando lograr a su vez una mejor distribución del ingreso, acción que beneficiaría a un número importante de empresas.

Cerón comenta que de acuerdo con la acción emprendida por NAFIN, misma que poco después fue reconocida por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), se otorgó un crédito por cerca de los 250 millones de dólares, lo cual fue decisivo para que se pudiera seguir desarrollando la realización de metas que se pusieran, y que a su vez se verían beneficiadas muchas personas más a través de esta institución.

Con el crédito otorgado por el BID se buscó apoyar en forma directa:

a) A los intermediarios financieros para respaldar la creación y el fortalecimiento de una infraestructura especializada para la atención de la micro, pequeña y mediana empresa.

b) A las entidades e inversionistas del sector privado cuyos proyectos estuvieran destinados a proporcionar un servicio especializado de información, asesoría técnica y capacitación al citado sector.

c) A las instituciones educativas, centros de capacitación e investigación, así como a las asociaciones de profesionistas, cámaras y asociaciones empresariales para la instalación y puesta en marcha de programas de capacitación, asistencia técnica e información especializada en la atención de la micro, pequeña y mediana empresa.

Mediante esta nueva política se lograría ampliar la red de intermediarios a fin de no depender sólo de los bancos comerciales y de desarrollo en la canalización de los recursos institucionales, se pensó en las uniones de crédito como dispositivo orientado a la inclusión y participación de los empresarios como propios agentes de cambio y modernización.

Zarur (2002) hace notar que de acuerdo a los informes estadísticos el “Programa para la Modernización y Desarrollo de la Industria Micro, Pequeña y Mediana” en México puesto en marcha a partir del año 1991 a 1994, estuvo destinado a resolver la problemática empresarial, de éste sector industrial en específico que existía en ese momento.

La situación por la que transitaba el sector empresarial, era entre otros aspectos era:

- Marginación con respecto a los apoyos institucionales
- Baja escala de producción
- limitada cultura tecnológica

- Incapacidad para la obtención de créditos
- Carencia de personal calificado

Sólo por mencionar algunos referentes a la gestión empresarial. Junto a esto parece pertinente señalar, que dicha dificultad se originaba primordialmente en la restringida capacidad de actuación de los dirigentes de las PYMES (pequeñas y medianas empresas) quienes generalmente eran las personas que manejaban todos los aspectos de la administración y la producción de dichas compañías y que éstas se resistían al cambio y modernización de la empresa en ese tiempo.

“Nacional Financiera (NAFIN) estableció ciertos criterios a seguir, a efecto de incorporarlas al mercado mundial, e integrarlas al proceso de globalización económica (se entiende como el proceso de reestructuración del capital a nivel mundial)” (Cerón, 2007, p. 152) y se debían producir las condiciones recomendables, para que ésta unión al mercado internacional se realizara con ventajas competitivas para el sector empresarial, dependiendo del Gobierno y los directivos de las empresas generar en primera instancia esas ventajas.

Dentro de sus objetivos podemos citar aquellos que se refieren a:

- 1) Mejorar la escala de producción
- 2) Lograr el acceso a la tecnología
- 3) Incrementar la eficiencia productiva y elevar la calidad de la misma
- 4) Impulsar programas de capacitación gerencial y de mano de obra
- 5) Impulsar la participación en el mercado de exportación
- 6) Continuar la desregulación, desconcentración y simplificación administrativa, entre otros.

Comenzando el sexenio de Ernesto Zedillo, la crisis financiera y económica de 1995 puso a la orden del día el problema de la competitividad del aparato industrial en México (Garza, 1998) “La privatización y compra de los bancos mexicanos por grupos financieros extranjeros no redujo los costos de intermediación, ni se facilitó la obtención de los créditos” (Bizberg, 2010, p.14) , lo que provocó que casi hasta el 2001 se estancara el crédito comercial afectando gravemente a las personas en general, sin dejar a un lado a los pequeños y medianos negocios que en repetidas ocasiones ocupaban la tarjeta de crédito para realizar algunos pagos de su actividad económica.

Durante la administración del Presidente Ernesto Zedillo se presentó un “ligero dinamismo en la actividad industrial.” (6to Informe de Gobierno, 2006) siendo lo más relevante:

- En promedio anual los recursos canalizados por NAFIN ascendieron a 78477.4 millones de pesos de 2006, monto que es equivalente a haber multiplicado por más de 11 y 18 veces los niveles promedio anual de 1995-2000 y 1989-1994, respectivamente.
- El número de empresas atendidas por NAFIN en promedio anual de 2001 a 2006 fue de 201995, más de 15 veces lo realizado con relación a 1995-2000, y casi tres veces respecto a 1989-1994.
- Las micro empresas en el periodo de 2001 a 2006 participaron con 96.9 por ciento del total de las unidades atendidas del sector industrial, 21.6 y 32.6 puntos porcentuales por arriba del alcanzado en los promedios de 1995-2000 y 1989-1994, respectivamente.
- El crédito canalizado por empresa en promedio anual ascendió a 851.8 miles de pesos a precios de 2006, 6.1 por ciento más en términos reales respecto al promedio del periodo 1995-2000 y más de 18 veces con relación al promedio de 1989-1994.

- La Secretaría de Economía implementó una estrategia para incorporar a las unidades productivas que no tenían acceso a los servicios del crédito institucional y amplió los apoyos a la promoción de la capacitación empresarial. Con estos programas, de 2001 a 2005 en promedio anual 34 283 MIPYMES accedieron a un tipo de crédito institucional para iniciar un proyecto productivo. Para ello la SE adecuó los canales de atención al financiamiento, formación empresarial y de articulación productiva.

Como se puede observar, en el sexenio de Ernesto Zedillo no se presentó un crecimiento relevante en las MiPyMEs, lo que generó nuevamente un estancamiento en el desarrollo y el crecimiento de este sector tan importante para la economía mexicana.

Realmente el gran paso, de crecimiento en la micro, pequeña y mediana empresa se dio en el sexenio de Vicente Fox (2000- 2006), pues se empezó a instituir como una prioridad la atención a este sector empresarial, también se comenzó a cerrar una brecha que por años prevaleció con las autoridades, con la banca comercial y con los jugadores que hoy se debaten por conquistar estos negocios, que son los empresarios.

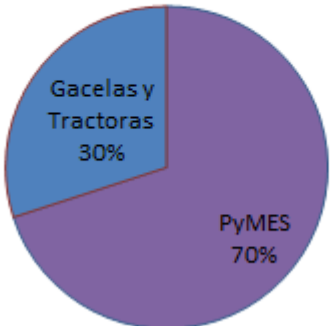
“A partir de este gobierno hay un primer componente que es que en alguien cae la responsabilidad de atender a las PyMES. Es una entidad que tiene un presupuesto y que a diferencia del pasado, podía haber la intención, era discursivo, pero no había presupuesto”, dijo Enrique Dávalos, director general de la organización Fundes México en entrevista con la periodista Carmen Castellanos del periódico El Economista.

De acuerdo con Morales (2006), a partir del Plan de Desarrollo Nacional 2001-2006 y el Programa de Desarrollo Empresarial del mismo periodo y la creación de los diversos programas entre los que figuran el Fampyme (Fondo de Apoyo a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa) y el Fidecap (Fondo de Fomento a la Integración de Cadenas Productivas), entre otros, el impulso dado a esta importante área de la economía fue notable.

“Las actividades de la Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa, con el Fondo PyME, el evento anual denominado Semana Nacional PyME, tanto nacionales como regionales, además del fomento a la creación de incubadoras, y finalmente el impulso de Nafin y de Conacyt al área: todo junto ha redundado en un creciente impacto económico”, explicó Morales

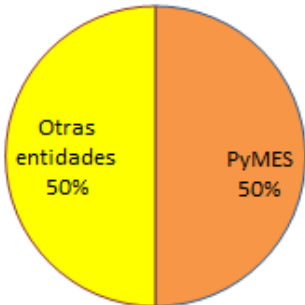
Sin embargo, los especialistas consideraban que esto es era sólo el comienzo, y que los planes de trabajo, financiamiento y asesoría, entre otros, que hoy operan ya de una manera mucho más definida y constante, debían ser analizados y en su caso modificados para lograr la madurez que necesitan para atender adecuadamente a las PyMES, quienes son las que generaban en ese entonces, un 70% de los empleos en el país y 50% del Producto Interno Bruto (PIB).

Las PyMES creaban el 70 % de los empleos en 2006



Emprendedores, Micro, Pequeñas y Medianas empresas, Gacelas y Tractoras son como la Secretaría de Economía clasifica a las empresas por medio de México Emprende.

Las PyMES aportaban el 50 % del PIB en 2006



A pesar de su importancia en el desarrollo económico de cualquier nación, las PyMES estuvieron desatendidas por décadas, y México no fue la excepción. En el momento en que se comienza a registrar cambios notables en la atención que reciben estas empresas, es importante reconocer que se apertura realmente el crédito hacia las PyMES, lo que generó una necesidad de observar en ellas una competitividad en las diferentes áreas que componen la empresa, y que se convertirían en las áreas de mayor prioridad para los siguientes gobiernos.

En México para ser mucho más exacta, en el 2002 se empezó con la creación de la Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa (SPYME) (Reglas de Operación del Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeño y Media Empresa (Fondo PyME) para el ejercicio fiscal 2011) que dependía de la Secretaría de Economía, teniendo como objetivo principal diseñar, fomentar y promover herramientas y programas para el desarrollo, consolidación y creación de las micros, pequeñas y medianas empresas.

A la par de la creación de esta subsecretaría, nacieron otros organismos tanto privados como públicos y de orden local y regional. Todo esto propiciado por una estrategia de gobierno que a palabras del aquel entonces Presidente Vicente Fox, debía estar a la “changarrización” (Suárez, 2008) (La changarrización de la Economía, se refiere al hecho de que los pequeños negocios tomen fuerza y presencia en el desarrollo económico del país. La palabra “changarro” es un mexicanismo usado para nombrar a un negocio ya sea familiar o personal, con cualquier tipo de actividad) de la economía, es decía, al desarrollo y consolidación del sector formado por las PYMES, todo esto ratificado en el Plan de Desarrollo Nacional que actualmente y con variantes se continua llevando a cabo por el gobierno en turno, dicho Plan fue elaborado en base a cinco pilares y objetivos básicos los cuales son:

- 1- Manejar la economía de forma transparente.
- 2- Mejorar la competitividad global del país.
- 3- Promover una forma de desarrollo participativo.

- 4- Asegurar un desarrollo armonioso.
- 5- Crear las condiciones propias para un desarrollo sustentable del país.

En diciembre del mismo año la Ley para el Desarrollo de la Conectividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa fue votada por las Cámaras de Diputados y Senadores, para posteriormente ser ratificada y publicada por el Poder Ejecutivo mediante el Diario Oficial de la Federación. Dicha ley tiene como principal objetivo promover el desarrollo nacional favoreciendo la creación de PyMES y apoyando su productividad, competitividad y durabilidad. Esta ley está enfocada a aumentar la presencia de las PyMES en el mercado interior y exterior, promoviendo la creación y desarrollo de cadenas de valor más productivas, lo cual tendría como resultado del empleo y el aumento del bienestar económico y social. (Ley para el Desarrollo de la Conectividad de la Micro, Pequeña y mediana empresa, 2002)

La política Pública del país orientada a las PYMES y dirigida por la Subsecretaría PYME, no se basa solo en el otorgamiento de créditos o de financiamiento a las empresas, como muchos pueden pensar. Sin lugar a dudas, un paso acertado en la creación y desarrollo de la política PYME en el país fue el entender que las empresas requerían atención diferenciada, en función no solo a su tamaño y sector, si no en base a sus objetivos, estrategias y a la propia capacidad de la empresa, lo cual genera un mayor crecimiento.

Las PyMES principalmente, en esta etapa empiezan a vivir en un entorno global más competitivo. Ante ello los empresarios se comenzaron a percatar que tenían que dejar de lado las antiguas formas de organización empresarial para adoptar nuevas estrategias que les permitieran enfrentar con éxito los nuevos retos, y de esa misma manera, poder realizar cambios, ser flexibles y reinventarse más rápido que un corporativo grande (Barber, 2007).

Navas (2006) comenta que el nuevo papel de las medianas y pequeñas empresas es fundamental en el mundo globalizado concordando con el Banco Interamericano de Desarrollo (2002), el cual afirma que la importancia económica, sumada a la potencial flexibilidad y capacidad innovadora de las PyMEs, hacen que estos agentes económicos sean un instrumento privilegiado para mejorar la competitividad de las economías de la región latinoamericana.

De esta forma surgen nuevas ideas en la gestión empresarial como la subcontratación de insumos intermedios y de servicios de apoyo en la producción (Hamel, 2000), para fortalecer la operación empresarial.

Sin embargo, es necesario recurrir a la creatividad corporativa donde una compañía es creativa cuando sus empleados hacen algo nuevo y potencialmente útil sin que se les haya mostrado o enseñado directamente (Robinson & Stern, 2000).

Las empresas más innovadoras, no importando su tamaño ni su giro, se convierten en líderes de su sector en cuanto a innovación de procesos de trabajo, innovación en productos y rapidez en la incorporación de las innovaciones a los procesos de trabajo (Silva, 2004, p. 23).

Un paso importante dado en México por parte de la Secretaría de Economía en el ámbito de las políticas de las PYMES, ha sido la creación del Observatorio PYME, en alianza con la Universidad de Bologna en Argentina, el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), dicho observatorio forma parte también del Proyecto lanzado por el mismo Banco (BID) para la creación de un Observatorio PYME Latinoamericano.

El proyecto del Observatorio Mexicano de la PYME tiene como objetivo generar información cualitativa y cuantitativa sobre el desempeño de la pequeña y mediana empresa en el país (Comisión Intersecretarial de Política Industrial- CIPI, 2003)

Asimismo dicho proyecto tiene la capacidad de hacer evaluaciones acerca del impacto causado por los diversos instrumentos y acciones realizadas por el Gobierno en relación a las PyMES, pues da seguimiento al Plan Nacional de Desarrollo desde una perspectiva del sector, promueve la investigación científica aplicada a este sector y colabora con otras instituciones, universidades y organismos de manera local o internacional.

Aunque han pasado algunos años desde la publicación de este Observatorio, “la falta de datos actualizados sobre el mismo, impide conocer avances o retrocesos sobre la actual situación de las PyMES” (Hernández, 2009, p.4)

Desde el año 2007, asumió la presidencia del país Felipe Calderón, quien impulsó una política de apoyo a PyMEs gestionando unificar los apoyos del gobierno federal a este tipo de empresas y apostando a la creación de empleo. Sus medidas de política pública para el desarrollo quedaron reflejadas en el Plan Nacional de Desarrollo 2007 – 2012 (Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos, 2007).

Independientemente de la política económica imperante del gobierno federal, poco a poco, sobre todo en la última década, algunos empresarios se percataron de la ventaja que tenía unir esfuerzos para enfrentar la competencia en común. Esto no ha sido fácil, ya que la cultura imperante sobre todo en las PyMEs familiares, ha sido el trabajo individual con miras a sobrevivir en su entorno inmediato. Ha sido el efecto de la economía global, el que ha motivado a que muchos empresarios hayan empezado a cambiar de visión y no solo se apegaran a los programas federales de apoyo por medio de subsidios. “Esta reconversión cultural ha empezado a dar frutos como lo es la integración de clusters industriales en México” (Castillo, 2009)

En este sexenio, el Secretario de Economía en turno Bruno Ferrari García de Alba, en un mensaje emitido, comento que para la realización del PND 2007-2012, en lo que concierne a la Secretaría de Economía, se definieron 6 ejes estratégicos, los

cuales son:

Primer eje: Fomentar la competencia en la economía nacional.

Segundo eje: Acelerar la reforma regulatoria.

Tercer eje: Fortalecer el mercado interno.

Cuarto eje: Elevar la competitividad

Quinto eje: Fortalecer los derechos del consumidor

Sexto eje: Consolidar a México como potencia exportadora y destino de inversión en el mundo.

Pues bien, Ferrari (2011) comenta en Los ejes estratégicos de la Secretaría de Economía que el tercer y cuarto eje que son los correspondientes a brindar el apoyo contundente en la creación y crecimiento de las empresas. El tercer eje está encaminado a fortalecer el mercado interno, por eso, se ha redoblado esfuerzos con la finalidad de apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas, a través de un mayor acceso al crédito y a la capacitación.

Con los avances logrados durante el 2011, se han dado casi 6 veces más créditos que en el sexenio anterior. También se fortalecieron los esquemas de encadenamiento productivo en el sector privado y las compras de gobierno, para beneficiar a las empresas de menor tamaño.

En el cuarto eje, la innovación empresarial, fomenta la investigación científica y el desarrollo tecnológico en el sector productivo. “Sobre la base de un nuevo marco jurídico y un uso más eficiente de los fondos destinados a la innovación, estamos vinculando más a la academia y al sector empresarial” (Ferrari, 2011), lo cual influye en que se creen nuevas empresas, o bien, en algunas empresas ya existentes se incluyan investigaciones científicas y tecnológicas para el beneficio de nuestra sociedad mexicana.

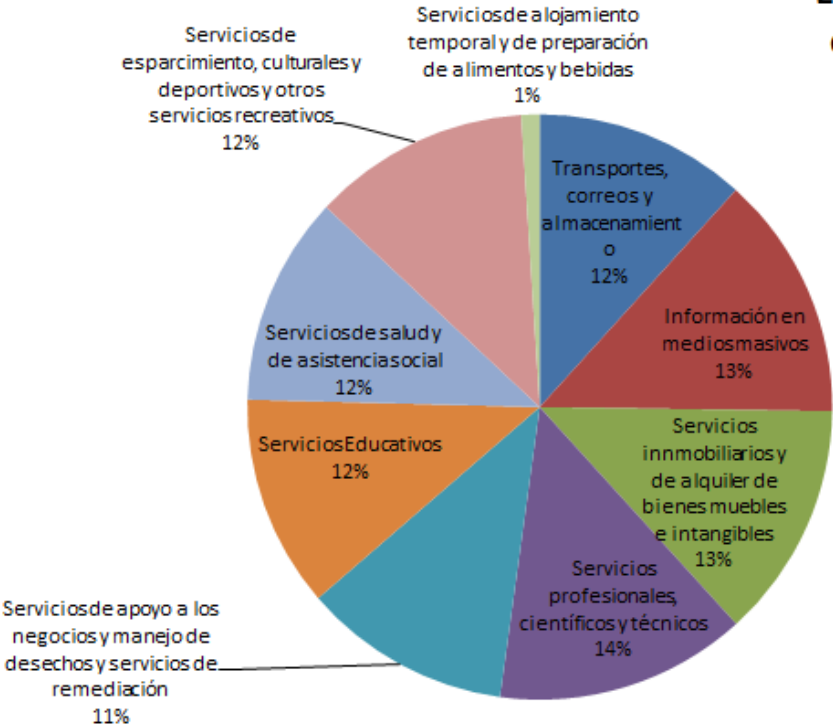
Para observar cuál ha sido el impacto de las empresas en materia de educación, se consultó al INEGI, en el apartado de economía, y debido a que ya se tiene en línea la información correspondiente al 2010, 2011 y 2012, realicé un comparativo del sector de empresas de servicios educativos, contra otros servicios, cabe aclarar, que los proporciones obtenidas, pertenecen a un porcentaje muy pequeño de la economía mexicana, pues están organizadas de la siguiente manera:

| Sectores económicos: | |
|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca. | |
| Comercio | |
| Comunicaciones y transportes | |
| Construcción | |
| Energía | |
| Minería | |
| Manufacturas | |
| Otros servicios | Transportes, correos y almacenamiento |
| | Información en medios masivos |
| | Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles |
| | Servicios profesionales, científicos y técnicos |
| | Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación |
| | Servicios Educativos |
| | Servicios de salud y de asistencia social |
| | Servicios de esparcimiento, culturales y deportivos y otros servicios recreativos |
| | Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas |
| | Turismo |

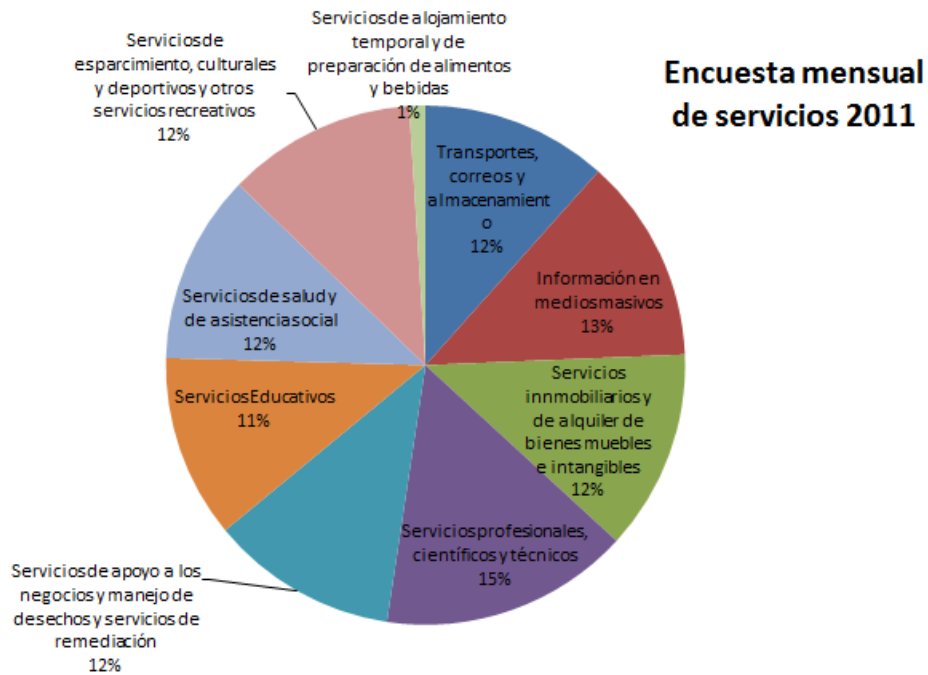
Como se puede observar, los servicios educativos están dentro del grupo de otros servicios, lo cual significa, que los porcentajes siguientes no representan el 100% del total del sector económico, representan la proporción de ese sector en particular.

En la encuesta mensual de servicios, según el INEGI, en el año 2010, el sector educativo ocupaba 12% de los servicios que se ofrecían a nivel nacional.

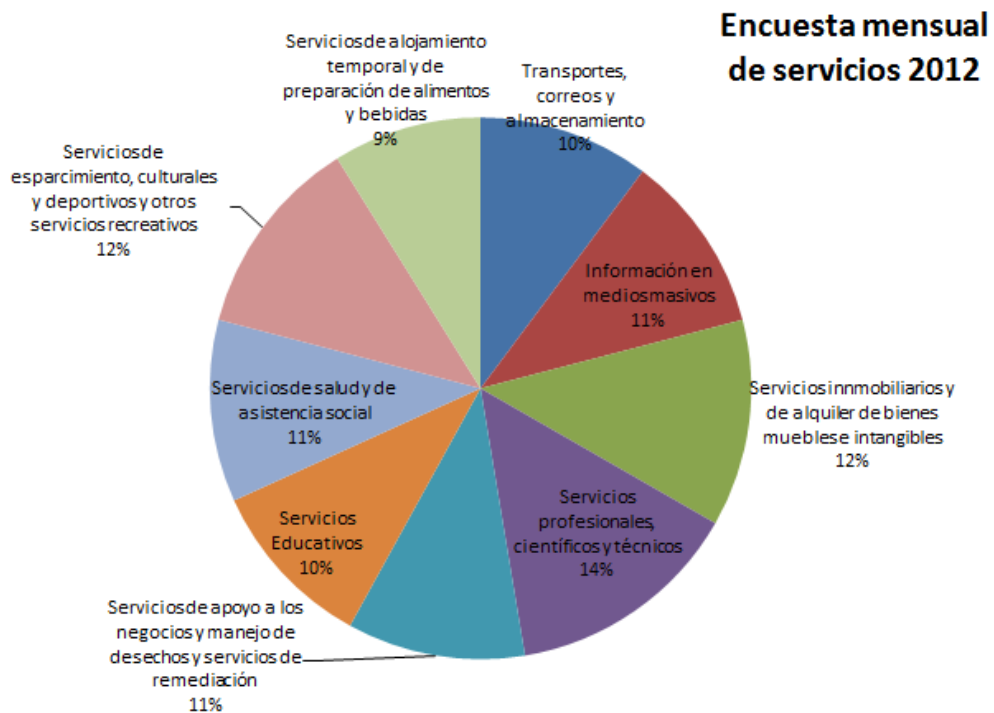
Encuesta mensual de servicios 2010



Para el 2011, decreció uno por ciento, es decir, los servicios educativos que se ofrecían a nivel nacional, eran cerca del 11%



Finalmente para este año (2012) la encuesta mensual de servicios, reporta, que lo que corresponde a la prestación de servicios educativos, cayó a 10%



Esto significa, que la industria de los servicios educativos ha ido en caída, pero habría que analizar, qué es lo que se considera como servicios educativos, así como analizar, por qué un sector que puede marcar una diferencia tajante en la vida de muchas personas va a la baja.

Por tal motivo, es alarmante, que se esté perdiendo el campo de acción laboral pedagógica, y que sobre todo, no se esté fomentando desde las mismas Universidades, una cultura empresarial.

1.2. México y la cultura empresarial

La cultura empresarial en México ha ido evolucionando a través del tiempo, en antiguas generaciones de emprendedores se tenía la costumbre de informarse antes de crear un negocio y “consultaban la opinión de amigos y familiares para estar seguros de que tenían una buena idea, a diferencia de lo que ocurre ahora, en que los nuevos empresarios siguen sus instintos y su experiencia como consumidores”. (Fernández, 2011).

Nájar (2011) experto en formación de Líderes, nos indica que igualmente, hace algunos años, las empresas trabajaban imponiéndose metas a mediano y largo plazo, mientras que esta generación de empresarios tiene propósitos más inmediatos, lo que hace que los consultores, y en general quienes dirigen y forman a estos nuevos empresarios, estén mucho más preparados para el cambio y para afrontar riesgos.

Las desigualas generacionales entre los nuevos líderes empresarial no sólo afectan “cómo se crean las nuevas organizaciones, sino que también constituye un reto para los gobiernos y las entidades educativas, ya que se requiere adaptarse a este cambio y darle las herramientas necesarias al nuevo emprendedor” (Nájar, 2011) y así la MiPyME sea fortalecida en diferentes áreas.

En México aproximadamente el 90% de las empresas son Pymes y de estas más de la mitad sólo cumplen los dos años de fundación, según datos de la Secretaría

de Economía (SE), para aumentar las posibilidades de vida de estos negocios se requiere de una mayor formación de las nuevas generaciones en temas de emprendimiento, así como dotarlas de los conocimientos y habilidades que han de emplear en sus empresas.

Si bien dentro de las instituciones legales que existen en nuestro país, los emprendedores y empresarios pueden encontrar la ayuda que se requiere, también existen entidades que aunque no aporten dinero a la creación de empresas o su crecimiento, su misión es difundir la cultura empresarial que existe en México, tal es el caso de Pepe y Toño, campaña del Consejo de la Comunicación que tiene como objetivo “propiciar un más sólido espíritu empresarial entre las nuevas generaciones, ya que sólo fortaleciendo el mercado interno se podrá lograr el crecimiento económico.”

En México, actualmente existen más de 3 millones de empresas, todas ellas están comprometidas con el progreso de nuestro país, pues es por ellas que se da trabajo formal a muchas otras personas y es un hecho que todos los países desarrollados cuentan con un sector empresarial sólido, mismo que ha de irse fortaleciendo cada vez más.

Por esta causa, es indispensable impulsar una cultura emprendedora y empresarial que permita generar mayores y mejores empresas, para brindar muchos empleos dignos, que se traduzcan en mejor calidad de vida y bienestar para miles de familias, nos afirma el Consejo de la Comunicación.

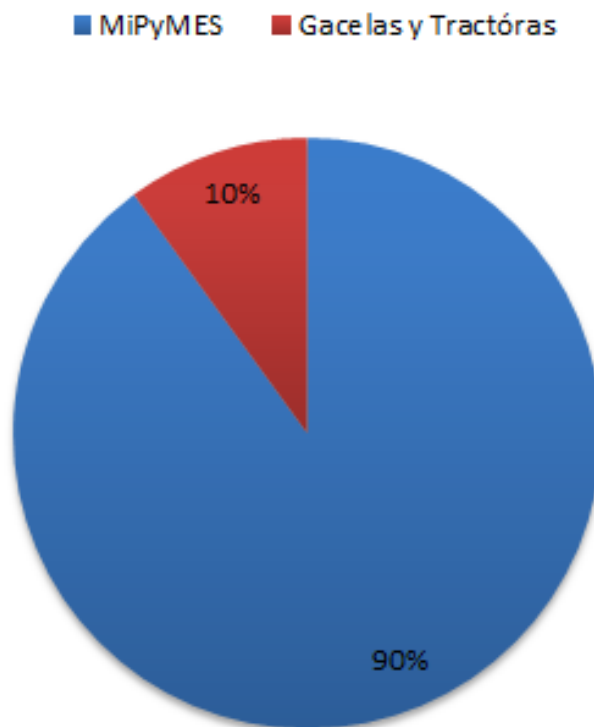
Como empresarios, su principal trabajo es generar participación en el desarrollo del país, generando empleos e impulsado el crecimiento de las comunidades de México, las siguientes cifras darán un mayor panorama de la importancia de crear nuevas empresas en nuestro país:

- En México, más del 90% del sector privado se integra de pequeñas y medianas empresas.

- Del total de las exportaciones que se realizan en nuestro país, 87% las realizan las empresas de la economía formal.
- La labor empresarial significa el 51.1% de los ingresos para el erario (ISR+IVA de personas morales)

Las PyMES (Pequeña y Mediana Empresa) o usualmente también el término MiPyME (acrónimo de "micro, pequeña y mediana empresa"), es una expansión del término original, en donde se incluye a la microempresa.

En México, las MiPyMES constituyen el 90% de las empresas, el 42% del empleo, y contribuyen con un 23% del PIB.



Una Micro, pequeña o mediana empresa esta definidas por el número de empleados con los que cuenta. En el artículo 3 de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa del año 2002, se establecieron los siguientes parámetros de clasificación de la MiPyMES:

| Número de empleados | | | |
|----------------------------|--------|--------|--------|
| Micro empresa | 0-10 | 0-10 | 0-10 |
| Pequeña empresa | 11-50 | 11-30 | 11-50 |
| Mediana empresa | 51-250 | 31-100 | 51-100 |

1.3. Secretaría de Economía.

La Secretaría de Economía, es creada con el objetivo de fortalecer las acciones de fomento al crecimiento económico y el bienestar de las familias mexicanas, de modo que en cada sexenio, se elabore un Plan Nacional de Desarrollo (PND), el cual busca como lo indica su nombre, realizar la planeación y estrategias a nivel nacional para desarrollar rubros como la Educación, la Salud, la Economía, la Política entre otros.

La misión de la Secretaría de Economía es:

“Promover e instrumentar políticas públicas y programas orientados a crear más y mejores empleos, más y mejores empresas, más y mejores emprendedores”.
(Secretaría de Economía, 2010)

Era importante conocerla, pues es por ella que se desarrollan las líneas de acción anteriormente mencionadas, y por lo tanto también es por la misión, que la Secretaría de Economía ofrece una variedad de programas que fortalecen y crean empresas en México.

La Secretaría de Economía, pone a la disposición de los mexicanos programas que son para diferentes intereses, que tienen diferentes requisitos y apoyos, pero que la finalidad de todos es fortalecer la economía de nuestro país.

Entre los programas que la Secretaría de Economía ofrece están:

- Programa Sectorial de Economía 2007-2012.
- Informes de Evaluación Externas.
 - o COMPITE (Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica)
 - o FINNOVA- FONCyT
 - o FOMMUR (Fondo de Microfinanciamiento a Mujeres Rurales)
 - o FONAES (Fondo Nacional de Apoyo para Empresas en Solidaridad)
 - o Fondo PyME (Fondo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa)
 - o Fondo de Reconversión.
 - o PRODIAT (Programa para el Desarrollo de las Industrias de Alta Tecnología)
 - o PROIND (Programa para impulsar la Competitividad de Sectores Industriales)
 - o PROLOGYCA (Programa de competitividad en Logística y Centrales de Abasto)

- o PRONAFIM (Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario)
- o PROSOFT (Programa para el Desarrollo de la Industria del Software)
- o Zonas marginadas.
- o ProMéxico.
- Reportes de seguimiento.
- Programas de Subsidio y Fideicomisos.
- Programas México Emprende

Como uno puede notar hay diferentes programas y fondos en los cuales es posible que bajo la cobertura de la Secretaría de Economía se pueda iniciar una empresa, no importando el giro ni el tamaño.

La Secretaría de Economía hecha mano de toda la ayuda posible para poder atender en diferentes aspectos a las personas que se acercan a ella a pedir ayuda, en áreas como la capacitación y consultoría, financiamiento, gestión, comercialización, innovación y desarrollo tecnológico, normas, oferta exportable entre otras, y es por eso que se crean la Incubadoras de negocios, las firmas de consultoría que están afiliadas a la Secretaría así como prestadores de servicios.

Todos estos sujetos son los que en repetidas ocasiones llevan de la mano al emprendedor para garantizar un mejor desarrollo como futuro empresario; a la vez, algunas también brindan servicios a las empresas que ya operan.

El Fondo PyME, que es uno de los programas que tiene la Secretaría de Economía nos dice que para los emprendedores, el desarrollo y consolidación son los ejes fundamentales para el desarrollo del país.

Estos utilizan el diseño, fomento y promoción de programas y herramientas para crear, consolidar y desarrollar a las pequeñas y medianas empresas que en suma representan el 99 por ciento de los negocios que existen en el país, y además generan cerca del 80 por ciento de los empleos.

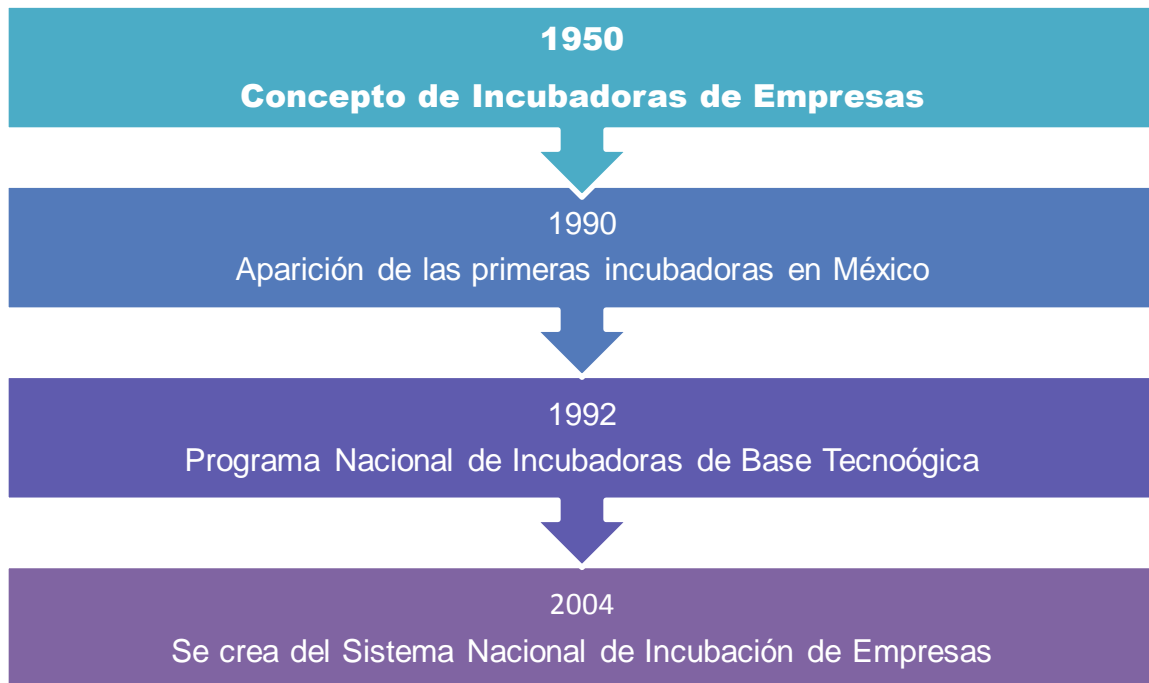
Las Microempresas son un motor de crecimiento en la economía nacional, mientras que las pequeñas empresas representan el 15 por ciento del empleo en el país. Su objetivo es la producción, transformación y prestación de servicios. Las Medianas empresas son unidades económicas con la oportunidad de desarrollar competitividad y mejorar las habilidades empresariales.

1.4. Incubadoras certificadas por parte de la Secretaría de Economía

Si bien las personas que desean abrir una nueva empresa, traen consigo muy buena disposición, en repetidas ocasiones carecen de la capacitación y habilidades necesarias para realizar esta importante tarea, misma que repercutirá en la vida de la empresa.

Por lo tanto la Secretaría de Economía, tenía que idear alguna manera para poder brindar servicio de calidad a todas las personas que acudieran a ella, y dándose cuenta que no podría darse abasto, “se implementó en el 2004 el Sistema Nacional de Incubación de Empresas” (UACH incuba, 2010), cabe resaltar, que aunque crea el Sistema, las Incubadoras no pertenecen a la Secretaría de Economía.

En el siguiente cuadro podremos ver cómo ha ido evolucionando el Sistema de Incubación de Empresas:



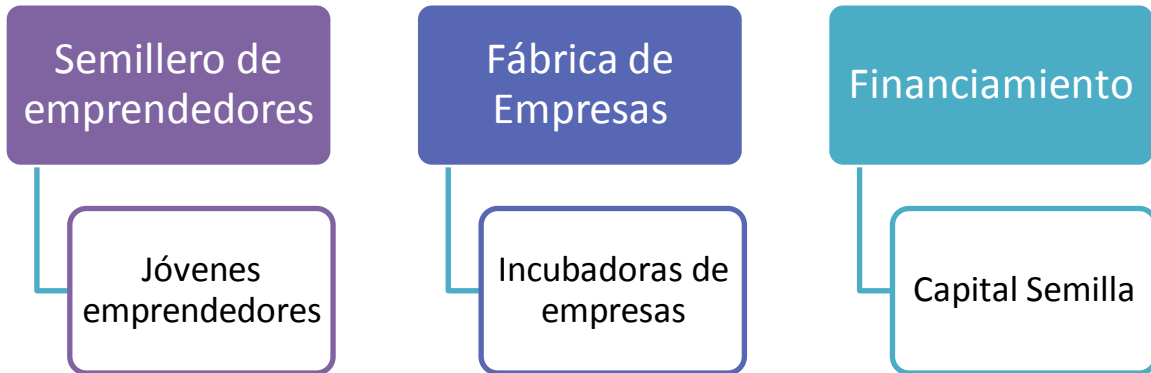
Según el Sistema Nacional de Incubación de Empresas, en una incubadora se le brindará al emprendedor o empresario la ayuda necesaria para preparar un plan de negocio y se le acompañará en el proceso de creación de su empresa proporcionando consultoría en las diversas áreas que llegara a necesitar manejar en la transición de ser empresario o en su defecto, si ya opera, afinar áreas que tengan oportunidad de un mayor crecimiento (éstas áreas comúnmente son: mercadotecnia, contabilidad, diseño gráfico e industrial, etc.).

Algunas de las incubadoras, incluso ofrecen espacios físicos para que emprendan su negocio como un verdadero empresario. Se debe considerar que lo que te ofrece una incubadora no es financiamiento, sino la oportunidad de entrenarse para enfrentar la vida empresarial de manera más sólida y estructurada a través de la capacitación y consultoría especializadas.

Para iniciar un proceso de incubación, el interesado debe seleccionar de la Red de Incubadoras la más cercana a su localidad y ponerse en contacto con ellos, para plantearles la idea del negocio y saber los requisitos para incubar la empresa. Hay tres tipos de incubadoras, que de acuerdo a las características del proyecto de negocio será el tipo de incubadora a la que se acuda:

- Incubadora de Negocios tradicionales: “Apoya la creación de empresas en sectores tradicionales, cuyos requerimientos de infraestructura física y tecnológica, así como sus mecanismos de operación son básicos. Su tiempo de incubación generalmente es de tres meses” (SNIE). Ejemplo de este tipo de negocios son: los restaurantes, las papelerías, las lavanderías, las distribuidoras, las comercializadoras, las joyerías, las tiendas de abarrotes, las consultorías, etc.
- Incubadora de Negocios de Tecnología Intermedia: “Apoya la constitución de empresas cuyos requerimientos de infraestructura física y tecnológica, así como sus mecanismos de operación son semi-especializados e involucran procesos semi-especializados, es decir, incorporan elementos de innovación” (SNIE). El tiempo aproximado de incubación de estas empresas son de 12 meses, ejemplo de estas empresas son desarrollo de redes simples, aplicaciones web, tecnología simple para el sector alimentos, telecomunicaciones y software semi-especializados.
- Incubadora de Negocios de Alta Tecnología: “Apoya la constitución de empresas en sectores avanzados, tales como Tecnologías de la Información y Comunicación, microelectrónica, sistemas microelectromecánicos (MEM'S), biotecnología, alimentos y farmacéutico, entre otros” (SNIE). Los proyectos que por sus características propias ingresan a las incubadoras pueden tardar hasta dos años en ser incubados.

El Gobierno Federal y el Programa de Incubadoras juntan esfuerzos y fomentan el Programa Nacional de Emprendedores, que tiene como objetivo promover e impulsar en los mexicanos la cultura y desarrollo empresarial para la creación de más y mejores emprendedores, empresas y empresas, esto se realiza a través de:



Las incubadoras que ya han pasado por un proceso de reconocimiento y validez por parte de la Secretaría de Economía son las que se encuentran en la Red de Incubadoras y por lo tanto, ahí es donde la misma Secretaría recomienda que acudan los emprendedores. (México Emprende, 2010).

1.5. Fundación ProEmpleo Productivo A.C.

La Empresa que estoy incubando, Buró Educativo, pertenece a un negocio tradicional, y aunque muchos de los procesos por separado los conocía, necesitaba guiarme de una estructura y una metodología ya probada, y es que por eso que necesitaba la ayuda de profesionales, y decidí acudir a la Fundación ProEmpleo Productivo A.C o mejor conocida como Fundación ProEmpleo solamente.

Fundación ProEmpleo, nació a consecuencia de la crisis económica de 1994, pues por esos años se incrementó considerablemente el índice de desempleo en México.

“Las micro y pequeña empresas, que constituyen el 97% de las empresas del país y que generan el 60% de los empleos, no contaban con los apoyos suficientes para lograr su consolidación y crecimiento” (Fundación ProEmpleo Productivo A.C).

Así que preocupados por combatir la crisis que estaba creando el desempleo y por fortalecer a las microempresas, un grupo de empresarios crea en 1995 la Fundación ProEmpleo Productivo, A. C., esto con el objetivo de ampliar las capacidades de los mexicanos para tener mayores oportunidades de ingreso.

El proyecto empezó apoyando a personas desempleadas en la capacitación en un oficio que pudiera ser su fuente de ingresos; sin embargo, al finalizar su adiestramiento, se les dificultaba encontrar un empleo en el cual pudieran ejercer el oficio aprendido, o administrarse en caso de lograr autoemplearse.

Y es por este motivo se determinó un cambio en la estrategia de apoyo, creando un modelo integral basado en la capacitación y asesorías en áreas específicas para promover la formación empresarial de personas que desean autoemplearse, iniciar o mejorar sus microempresas.

“El deseo de atender a más beneficiarios, así como la efectividad del proyecto, propiciaron la multiplicación del Modelo Social ProEmpleo en otras localidades de la República Mexicana” (Fundación ProEmpleo Productivo A.C). Así, que iniciando el año 2000 se creó la Red Nacional ProEmpleo, que actualmente cuenta con 12 centros en el territorio mexicano que comprenden: Distrito Federal, Aguascalientes, Colegio de las Vizcaínas, Cuernavaca, Durango, Estado de México, Guadalajara, León, Querétaro, Saltillo, Torreón y Xalapa.

“En el 2001, ProEmpleo publicó el libro Un camino de Esperanza. Testimonios de casos reales de microempresas, por Benjamín Grabinsky” (Fundación ProEmpleo Productivo A.C), éste material contiene 40 casos de éxito de beneficiarios que fueron apoyados por la Fundación y que por lo tanto son una muestra tangible de la transformación positiva que tienen los emprendedores cuando se les da acceso a capacitación y consultoría profesional.

En 2004 empezó a operar en ProEmpleo la Incubadora de Empresas, acreditada por la Secretaría de Economía como un Modelo de Incubación Tradicional, con el objetivo primordial de contribuir a la creación de empresas sólidas y formalizadas, con menor riesgo de desaparecer en el corto plazo.

Otro suceso importante dentro de esta institución es la adquisición, en diciembre de 2007, de un edificio propio en la colonia Anzures (misma que aún opera y brinda servicios a empresarios y emprendedores). Esto fue posible gracias al apoyo de varios miembros del Consejo, interesados en incrementar la capacidad organizacional de ProEmpleo y facilitar su eficiencia operativa.

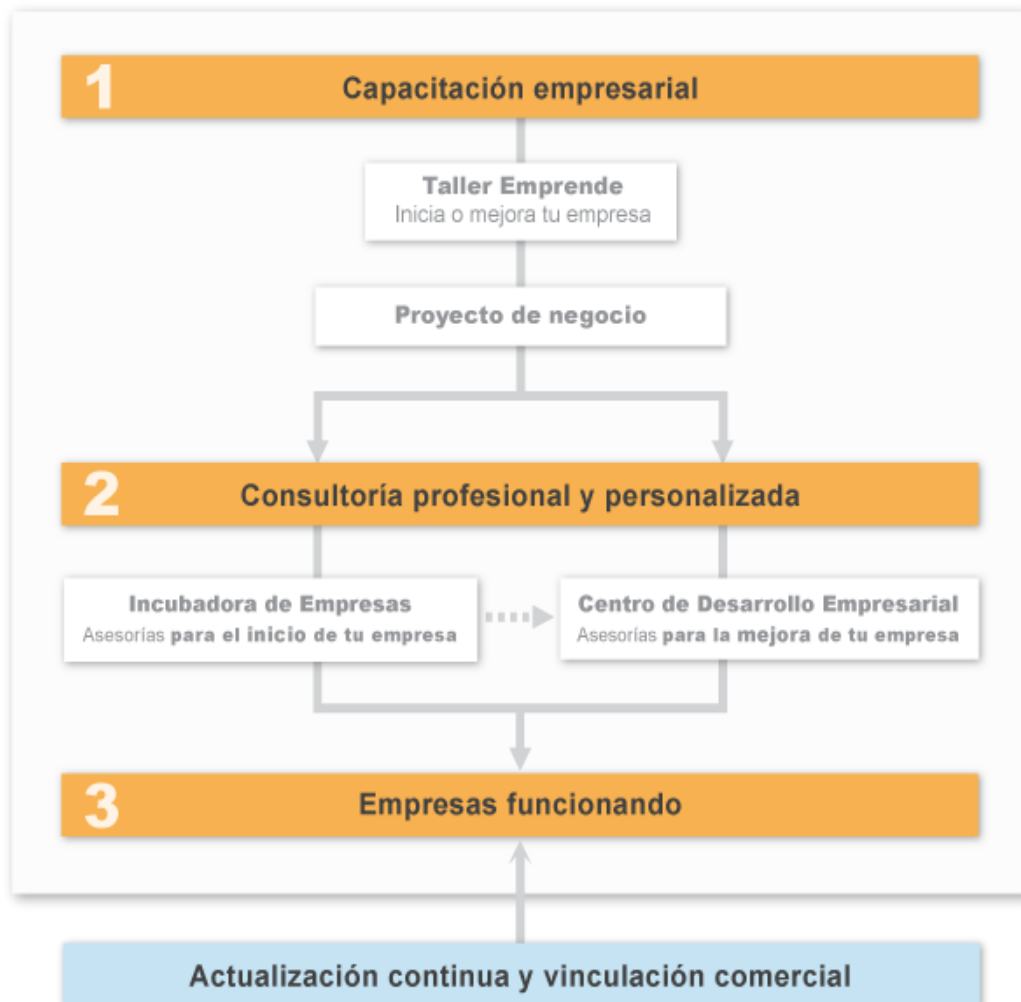
Para atender cada año a más personas, no solo en los centros ProEmpleo, sino también en diferentes lugares como lo son delegaciones, albergues para mujeres maltratadas, escuelas, mercados públicos y parroquias, cárceles, entre otros, han sido imprescindibles los apoyos y vinculaciones de ProEmpleo con organizaciones federales y estatales, universidades, empresas, instituciones de microcrédito, cámaras empresariales, fundaciones y personas que en general deseen contribuir con nuestra misión y nuestras metas.

Esta sinergia positiva ha permitido que, al día de hoy, ProEmpleo pueda continuar su labor con un alto nivel de excelencia, fiel a su misión y con la perspectiva de lograr grandes cosas en el futuro, sin que esto represente una inversión alta y cara para quienes desean tener este tipo de asesorías, al contrario, por tener vinculación con el Gobierno, se han podido bajar mucho los costos (las asesorías que se brindan están valuadas en cerca de 90 mil pesos, sin embargo el costo es de 4 mil pesos, sólo por dar un ejemplo).

ProEmpleo ofrece capacitación y consultoría a los emprendedores, para que desarrollen con éxito su proyecto de empresa, a través del Programa Impulso Emprendedor.

El siguiente diagrama, retomado de Fundación ProEmpleo, muestra los componentes del mismo:

Programa Impulso Emprendedor



Es pertinente detallar las características y los componentes de las distintas etapas de capacitación y consultoría que brinda la Fundación ProEmpleo, para comprender mejor su metodología y forma de trabajo.

1.6. Taller Emprende

El Taller Emprende es el primer paso de la capacitación. Es un taller presencial con metodología teórico-práctica, grupal, especialmente diseñado para que, de manera sencilla y entusiasta, el beneficiario aprenda los conceptos básicos necesarios para iniciar o mejorar su microempresa en el corto plazo, un mes, durante las mañanas o bien las tardes, el costo es muy accesible por lo que prácticamente cualquier persona interesada en querer ingresar a tomar este curso puede hacerlo. A continuación proporciono la estructura del Taller, mismo que proporcionó la Fundación ProEmpleo:

Estructura del Taller Emprende



Una vez que concluye el taller Emprende, y haber pasado por un proceso, puede el emprendedor optar por la incubación de Empresas, misma que ofrecen en forma de consultoría de un año a emprendedores que desean iniciar una microempresa legalmente constituida. El beneficiario debe tener un proyecto de inicio de empresa aprobado y contar con los recursos económicos para desarrollarlo. Creo importante proporcionar el diagrama, pues es de esta manera en que se puede apreciar el trabajo que se ha venido realizando como parte de la actividad profesional.

Una de las ventajas que ofrece la Fundación ProEmpleo es la educación continua que ofrece a los empresarios egresados de la misma, ésta puede lograrse gracias al apoyo de empresarios voluntarios, pues se ofrece mensualmente un programa de conferencias, talleres y cursos enfocados a fortalecer los conocimientos y habilidades del empresario y emprendedor.

Existe también una vinculación comercial, que se genera a través de una vinculación con Gobierno, medios de comunicación y la propia comunidad de empresarios, ProEmpleo genera espacios para que los emprendedores den a conocer su empresa y productos o servicios, así como para que entablar relaciones de negocios, pues son de gran beneficio cuando se inicia una empresa.

Es por todas los beneficios anteriores que decidí tomar el taller emprende de Fundación ProEmleo. En el Taller, nos hicieron que escribiéramos en papel nuestras ideas acerca de la empresa que deseábamos emprender, y es así que surge Buró Educativo.

2. Marco de referencia

2.1. Diagnóstico del estado inicial de la tarea

El diagnóstico inicial cuando se participó en la elaboración de un plan de negocios, era que se tenía una idea muy amplia sobre los servicios que se deseaban ofrecer, lo cual es factible al paso del tiempo, sin embargo para una primera etapa, se acordó que sólo se trabajaría con PyMES del Distrito Federal con una capacidad de pago, siendo así un universo todavía muy amplio de trabajo. Se delimitaron que fueran la PyMES en base al conocimiento que poseo.

En la Incubadora, observaron que traía los conocimientos necesarios para poder elaborar un plan de negocios, pues aunque se otorga un esquema que se tiene que llenar para ser revisado por los asesores de ProEmpleo, la esencia de la idea y la articulación para hacer el plan de negocios, fluyó de forma correcta.

Se detectó que las únicas áreas en donde no se contaba con conocimiento práctico, eran el área financiera y de contaduría, pues todo lo relativo a la elaboración de estados financieros, corridas financieras, depreciación, amortización, obtener costos directos e indirectos entre muchos otros puntos, sólo se conocían, pero no de forma práctica y menos la manera en que se debía aplicar a lo que se denomina prestación de servicios.

Las áreas trabajadas en el llenado del esquema y del taller al que se asistió fueron:

- Desarrollo humano.
- Mercadotecnia.
- Planeación estratégica.
- Producción.
- Estructura organizacional.
- Contabilidad y finanzas.
- Aspectos legales y fiscales
- Ventas.

| Unidad del Taller | ¿Cuál fue el trabajo realizado? | ¿Qué aprendí? |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Desarrollo Humano | Durante una semana estuvimos trabajando sobre nuestro propio desarrollo como personas, lo que generó ver un plan de vida, revisar nuestros sueños, metas. | Que el desarrollo humano es un pilar, que no se debe dejar de lado lo que deseo lograr en la vida, y que si estas mal emocionalmente hablando, es probable que no puedas avanzar en tus proyectos. |
| Mercadotecnia | Estuve trabajando un año en social media, que va de la mano con la mercadotecnia, lo cual me ayudo a poder entender mejor esta área y a la vez, ver la importancia que tiene en las empresas contar con una buena asesoría en este ramo. Estudiamos cómo identificar y encaminar un estudio de mercado, así como todos los elementos que están en él. | Aprendí que un estudio de mercado tiene que estar bien delimitado, para llegar a un punto específico, que son tus posibles clientes. Las redes sociales juegan hoy en día un papel muy importante en la mercadotecnia, pues tienen un alto impacto y bajo costo. Aquí aplique los conocimientos que tenía de estadística, y aunque no fue a los estándares que se me había enseñado, ProEmpleo, por ya contar con una metodología y estructura ya aprobada desde hace muchos años con repetidos casos de éxito, es que indicó el número de entrevistas o encuestas que tendríamos que realizar, para validar si a nuestro mercado le |

| | | |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | interesaba nuestro servicio o producto. |
| Planeación estratégica | En el apartado de planeación estratégica nos enseñaron cómo estructurar la misión, visión, valores, FODA y objetivos. | Aprendí que por haber trabajado años atrás en gestión educativa y haber cursado didáctica general I y II, ahí habían conocimientos ya aprendidos, y que solo era aplicarlos, también pude observar, que algunos compañeros no les quedaba claro cómo estructurar, a lo cual el instructor pregunto si había alguien que lo entendiera, por lo cual lo explique y quedó mejor entendido. Las bases pedagógicas me sirvieron para entender el orden que se necesita, de lo general a lo particular para poder poner orden a las ideas. |
| Producción | Se explicó el proceso de producción, así como los mapas de procesos con simbología y diagramas de flujo de operación. | En el CCH, cuando cursé cibernética y computación, me enseñaron a elaborar los diagramas de flujo y los mapas de procesos, lo cual me ayudó |

| | | |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | <p>bastante, pues no era un conocimiento nuevo que tuviera que aprender. Sin embargo, aplicarlo a un proceso empresarial, tiene sus variantes, por lo cual, solo tuve que ajustar lo que correspondía al proceso de operación de mi empresa.</p> |
| Estructura organizacional | <p>En esta unidad, se estudió los organigramas, descripción de puestos y proceso de integración a la empresa.</p> | <p>Al haber trabajado en BAEDI, aprendí cómo se realizaba la elaboración de descripción de puestos y organigramas, por lo cual no me costó trabajo definir estas partes. En el CCH, al estudiar la opción técnica en Administración de Recursos Humanos es que tenía conocimiento previo de cómo se lleva a cabo la integración de una nueva persona que pasará a ser parte de una nueva empresa, así que sólo tuve que hacer un ejercicio de imaginación, para definir cómo aplicaría los anteriores a Buró Educativo.</p> |
| Contabilidad y finanzas | <p>Una semana completa se dedicó nuestra instructora a enseñarnos conceptos de contabilidad, para después emplearlos con</p> | <p>Fue la semana que más aprendí, pues sólo conocía de manera conceptual lo que nos enseñaron, y aplicarlo a ejemplos y después a lo que</p> |

| | | |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>ejercicios y terminar con la aplicación de los mismos pero hacia lo que sería la contabilidad de mi empresa.</p> | <p>será mi empresa fue algo que realmente cambia el panorama, pues no sólo lo ves como un sueño que quieres hacer realidad, lo empiezas a poder ver tangible, y sobre todo objetivamente, pues es a base de una contabilidad correcta y sus finanzas que la empresa será rentable, se podrán pagar los costos fijos y a la larga es lo que hará que Buró Educativo crezca financieramente hablando. También hay que resaltar que cuando uno presenta su plan de negocios ante empresarios, en mi caso, primero ante un comité evaluador de empresarios, lo primero que observaron fue un pequeño documento construido por el estado financiero, la corrida financiera, el estado de resultados y el balance general; ellos mismos comentaron que cuando se buscan fuentes de financiamiento del proyecto, esa es una de las partes medulares que se fijan los inversionistas, y que cuando se analiza y se “leen los números” e interpretan es</p> |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| | | |
|-----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | que ven viable o no el proyecto. |
| Aspectos legales y fiscales | Este es uno de los apartados que solo se comenta la información, de manera muy rápida, no porque no sea importante, sino porque cada caso de los emprendedores es diferente, así que sólo se lee la información para estar enterados de las opciones que existen. | Aprendí, que la consultoría que hacen en la parte legal es muy importante, y realmente lo es, pues de ella depende que en un futuro la empresa pueda tener complicaciones con entidades federativas, por lo cual se tiene que estudiar cada caso y en base a lo que observan los asesores, es como se estructura la empresa. |
| Ventas | Finalmente se dedicaron unos días a ventas, con lo cual se estudió su estructura, cómo afecta positiva y negativamente a la empresa el tener una estrategia específica para esta área, para finalmente concluir el taller. | El haber trabajado un año en ventas, me permitió también poder ver desde una óptica más completa como es que las ventas son un punto clave para la subsistencia y crecimiento de la empresa, pues si no se realiza un ciclo, que inicia con la prospección del cliente concluyendo con el seguimiento de la venta, es probable que la empresa quiebre. |

Una vez que se tuvo el llenado completo del documento, se entregó al asesor asignado por parte de ProEmpleo para una primera revisión.

2.2. Características generales del lugar en dónde se desarrolló la actividad profesional.

Mi empresa, Buró Educativo, es en donde se realizó la actividad profesional, su finalidad como empresa consiste en proporcionar servicios educativos y de consultoría a PyMES¹, en el Distrito Federal con capacidad de pago. Cabe aclarar que mi empresa se encuentra en proceso de incubación por parte de una Incubadora certificada por parte de la Secretaría de Economía de nombre ProEmpleo.

La relevancia de crear una empresa que proporcione los servicios de consultoría, capacitación, diagnósticos, planeaciones estratégicas, desarrollo de materiales didácticos entre otros, consiste en que a pesar de que ya hay empresas que ofrecen algunos de los servicios mencionados, no tienen el enfoque pedagógico, pues están orientados a otros campos del saber, y por lo tanto, no se logra consolidar una formación real de las personas que participan en dicho proceso, esto por un lado, por otro, el universo de PyMES en el DF en México son muchas, lo que significa que aún es nicho potencial para trabajarlo, es decir que existe campo laboral amplio para que Buró Educativo pueda ofrecer los servicios que brindará.

Como Pedagoga, es fundamental atender integralmente a la PyME, lo que ayudará a desarrollar todo el potencial y no sólo una parte, pues a veces los problemas que se resuelven afectan a toda la empresa.

La misión de la empresa es:

“Contribuir de manera significativa a formar y complementar las habilidades, conocimientos y aptitudes que las personas necesitan en su institución con un servicio profesional, integral y contextualizado” (Plan de negocios de Buró Educativo, 2011, p. 36)

¹ Las pequeñas y medianas empresas (conocidas también por el acrónimo PyMEs)

Tiene por consiguiente la siguiente visión:

“Buró Educativo busca ayudar a la formación de las personas que lo requieran, convirtiéndose en un punto de referencia en el ámbito educativo, de consultoría y capacitación, tenemos los conocimientos y habilidades para adaptarnos y evaluar las acciones que llevamos a cabo día a día con nuestros clientes” (Plan de negocios de Buró Educativo, 2011, p. 36)

Los valores en los que se rige Buró Educativo son:

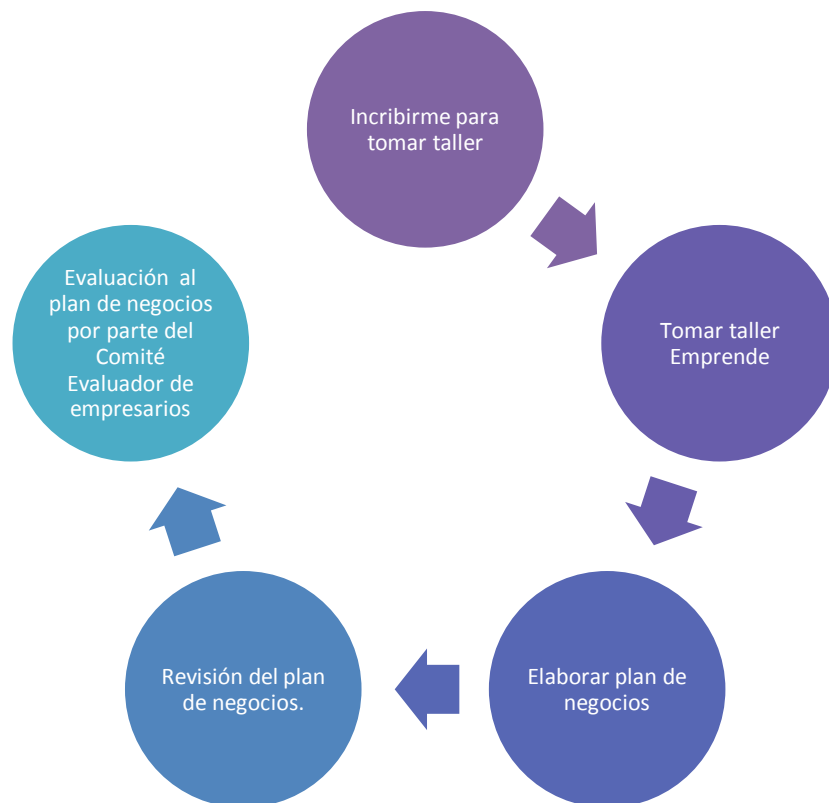
- Sinergia: Si todos aportamos y colaboramos de manera inteligente y oportuna serán mucho más fácil las tareas a desarrollar, ahorrando tiempo y recursos.
- Respeto: Los derechos y obligaciones, los pensamientos y la dignidad de todas las personas y organizaciones se muestran siendo honrados, justos y compasivos no importando jerarquías o posiciones.
- Responsabilidad: Asumir las consecuencias de nuestras acciones y ser congruentes entre lo que decimos, hacemos, pensamos y sentimos.
- Servicio al cliente: La atención puntual y asertiva con cada uno de nuestros clientes o prospectos es de vital importancia, servir siempre con excelencia.

Buró Educativo está en proceso de incubación, por parte de la Fundación ProEmpleo, por lo cual no tiene una dirección física; pero parte del trabajo

realizado se hizo en sus instalaciones, otra parte en mi domicilio, pues fue trabajo de escritorio y entrevistas a PyMES.

2.3. Ubicación y descripción de la actividad laboral:

La actividad profesional que realicé consistió en elaborar un plan de negocios, desde cero, mismo que tendría que revisar consultores que nos atienden de manera individualmente, para que una vez que el documento quedara lo mejor posible, se convocara a un Comité Evaluador de Empresarios de la Fundación ProEmpleo y éste daría la última palabras, de si era viable o no el plan de negocio.



El área al que corresponde a las actividades realizadas es la de emprendimiento, posteriormente se ingresó a la categoría de empresaria en incubación (Directora General).

Los objetivos y funciones desarrolladas fueron:

| Objetivos | Funciones |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ingresar a la Fundación ProEmpleo en un curso que dan de un mes para iniciar el plan de negocios. | Se tomó el curso que duró un mes, asistiendo y participando en el mismo. |
| Afinar en una primera etapa el plan de negocios para presentarlo ante el Comité Evaluador de Empresarios de Fundación ProEmpleo. | Se asistió a aproximadamente 10 sesiones, en donde se revisó y afinó el plan de negocios, pues una vez que el asesor considerara que dicho documento estuviera listo, se presentaría al Comité Evaluador de Empresarios de Fundación ProEmpleo, y éstos a su vez, determinarían si era una idea que se pudiera llevar a cabo como empresa. |
| Presentar ante el Comité Evaluador de Empresarios de Fundación ProEmpleo el plan de negociaciones de Buró Educativo para un dictamen. | Se presentó ante el ante el Comité Evaluador de Empresarios de Fundación ProEmpleo el plan de negocios, siendo aprobatorio su dictamen, lo cual dio paso a pertenecer a las empresas que se incubarán por parte de dicha fundación. |
| Terminar las asesorías que otorga Fundación ProEmpleo para obtener el documento que acreditará a Buró Educativo como una empresa incubada | <p>Aún se acude a las asesorías en Fundación ProEmpleo.</p> <p>Realizar las tareas que se dejan por asesoría</p> <p>Dar seguimiento a los materiales brindados por Fundación ProEmpleo</p> |
| Generar activos para hacer la empresa rentable | |

Para ser más clara cómo se ha ido desarrollando Buró Educativo, tengo que empezar por lo que llevó a plantearme que podía hacer una empresa, y esto inició con la formación, que desde el Colegio de Ciencias y Humanidades tuve, en el siguiente gráfico se explica a detalle las etapas.



2.3. Implementación y grado de avance o resultados obtenidos.

Como ya se mencionó se revisó el documento para sus adecuaciones finales, para presentarlo al asesor de ProEmpleo, él sólo hizo una observación muy puntual, en el apartado financiero, el cual consistió en aumentar las ganancias para hacer el plan de negocios más atractivo a los inversionistas, en caso de existir o buscarlos en un futuro, lo cual repercutiría directamente en las ganancias y los estados financieros, que son las primeras herramientas que los inversionistas revisan para ver si es viable o no el proyecto.

Una vez ya realizados los cambios y modificado lo que se indicó, el asesor de ProEmpleo registró el día y la hora en la que se presentaría el plan de negocios al Comité Evaluador de Empresarios de la Fundación ProEmpleo, acordando que el día 23 de febrero de 2012 a las 9:00 de la mañana se presentaría el proyecto.

Una semana antes de presentar el plan de negocios, se desarrolló una presentación en power point para facilitar la explicación del mismo.

Se presentó el día 23 de febrero de 2012 a las 10:00 de la mañana en las instalaciones de la Fundación de ProEmpleo (Herschel131, Colonia Anzures, Delegación Miguel Hidalgo, México Distrito Federal) el plan de negocios de Buró Educativo ante el Comité Evaluador de Empresarios, tuvo una duración de 10 minutos la presentación y 10 minutos de preguntas y observaciones directas a mi plan de negocios, por parte de diversos empresarios. Un mes después, me notificaron el proyecto había sido aprobado y que entraría en el proceso de incubación de la Fundación ProEmpleo Productivo A.C. Hasta el día de hoy me encuentro acudiendo a asesorías de incubación que contribuirán a la formación como empresa de Buró Educativo.

2.4.1. Buró Educativo

Buró Educativo nace como parte de mi experiencia de trabajo, pues aprendí que para poder realizar el trabajo cotidiano, se necesita en repetidas ocasiones de la colaboración de diferentes profesionistas, y que eso además de ofrecer una visión más amplia a las soluciones, es un plus que uno puede ofrecer a los clientes.

El término de Buró no fue elegido al azar, se retomó del francés “bureau” y según Palomar (2006) es una palabra polisémica, por lo tanto al traducirse al castellano tiene diferentes connotaciones, como oficina, despacho, junta (directiva), mesa de despacho entre otras, pero no es hasta que en la última edición, correspondiente al año 2001 de la Real Academia Española, en donde se introduce la palabra “buró” con los mismo significados que tiene la palabra bureau, es decir la palabra se castellanizó.

Ahora bien, eso es sólo en cuanto al significado de la palabra, pero existe un trasfondo en la misma, según Wikipedia nos habla que existen oficina de servicios, bureau de servicios o gestoría y que es una empresa que proporciona servicios empresariales por un coste.

Pero si retomamos la experiencia ya aprendida del trabajo en equipo, entonces se entiende que un equipo de trabajo es un grupo de personas organizadas, que trabajan juntas para lograr una meta.

El equipo se forma con la convicción de que las metas propuestas pueden ser conseguidas poniendo en juego los conocimientos, capacidades, habilidades, información y, en general, las competencias, de las distintas personas que lo integran, de ahí la relevancia de diversidad de los profesionistas que integrarán Buró Educativo, el término que se asocia con esta combinación de conocimientos, talentos y habilidades de los miembros del equipo en un esfuerzo común, es sinergia.

En este punto es relevante recordar que una empresa tendrá un nombre que se tiene que posicionar en el mercado, que debe ser fácil de recordar y que, en el mejor de los casos hable por sí sólo, Buró (llámese servicios, gestoría u oficina) Educativo tienes esos elementos, además, por cuestiones de registro de marca es que no le designé a mi empresa nombres como servicios educativos o gestoría educativa, por un lado, por otro aspecto, es que la empresa en una primera etapa es que se enfocará en capacitación y consultoría, pero a mediano y largo plazo habrán otros servicios, igualmente de índole educativa en diferentes sectores de la sociedad, así que se necesitaba un nombre más general que Capacitación educativa, por dar sólo un ejemplo.

Ahora, la palabra educativo, proviene de educación, y si bien el autor y corriente pedagógica que tomemos será el significado que se le adjudique al término, es conveniente saber que la palabra educación es polisémica igualmente, y que por lo tanto se requiere de un análisis para saber cuál será el enfoque que se le dará.

Pasillas (2002) dice que por educar se entiende simultáneamente el acto de enseñar, realización práctica de la tarea de influir en otros, formar o bien se hace referencia a un estado en el que se encuentra la persona.

Para algunos autores la educación es ciencia o hay Ciencias de la Educación, sin embargo para otros no lo es, ya que el científico es un campo que reúne determinado tipo de saberes humanos, un amplio y complejo campo de la práctica social que está orientado a construir conocimientos acerca de su objeto de manera segura o certera. Las ciencias también son procedimientos o conjuntos sistematizados de metodologías, procesos, técnicas, problemas y principios que sirven para construir nuevos conocimientos dentro de un área específica.

Si bien es cierto que el nombre de la empresa pudo haber quedado como Buró Pedagógico, la connotación de pedagogía en nuestra sociedad aún está íntimamente ligada a los niños, dejando de lado las diferentes áreas de acción de la propia pedagogía.

Así que por lo tanto la “Pedagogía es una disciplina que interviene en la educación con la finalidad de legitimar y mejorar los ideales y las prácticas educativas” (Pasillas, 2002, p. 3). Y esa es la razón fundamental que el nombre quedara como Buró Educativo.

Dentro del plan de negocios, nos pidieron en el momento de la elaboración del mismo que pusiéramos algunos conceptos propios que corresponden a la naturaleza de la empresa, por lo que los siguientes incisos corresponden a los empleados, así como su explicación:

2.4.2. Formación profesional

El concepto de formación proviene de la palabra latina *formatio*. “Se trata de la acción y efecto de formar o formarse (dar forma a algo o, dicho de dos o más personas o cosas, componer el todo del cual son partes)” (Real Academia Española, 2001).

Sin embargo, en la actualidad, la noción de formación suele ser asociada a la idea de formación profesional o escolar, según sea el contexto, y por lo tanto, comprende a aquellos estudios y aprendizajes que tienen como objetivo la adquisición de nuevas habilidades y saberes.

Si enfocamos la formación al ámbito laboral, entonces el objetivo de la formación profesional es aumentar y adecuar los conocimientos y habilidades que los trabajadores poseen y podrán aumentar a lo largo de toda la vida.

Por lo general, existen tres tipos de formación profesional:

- La formación profesional específica o inicial que es la destinada a los estudiantes que deciden iniciarse en el mundo laboral.
- La formación profesional ocupacional, para los desempleados que desean reinsertarse en el mundo del trabajo.

- La formación profesional continua, va enfocada para los trabajadores en activo que quieren adquirir mayores competencias y que intentan una actualización permanente de sus capacidades, lo que supone un aumento de su empleabilidad.

Es pertinente también señalar el concepto de formación profesional que definió la UNESCO desde 1989 que nos habla de que:

Todos las formas y niveles del proceso educativo que incluyen además del conocimiento general, el estudio de las tecnologías y de las ciencias relacionadas, la adquisición de habilidades prácticas, de competencias, actitudes y comprensiones relacionadas con las ocupaciones en los diferentes sectores de la vida social.

2.4.3. Consultoría

La consultoría dirigida a empresas es un servicio de asesoramiento profesional independiente, que ayuda a los altos mandos a tomar decisiones en sus organizaciones para alcanzar los objetivos y fines que se han propuesto, dentro de las asesorías que se ofrecen está el diagnóstico, la evaluación de procesos, el mejoramiento del aprendizaje y transmisión del mismo, la implementación de soluciones a problemas para que exista un cambio y esto reditúe en mejoras del personal y la empresa misma.

Por lo tanto, mantener una empresa exitosa requiere un arduo trabajo, para esto, saber planificar y tener conocimientos gerenciales es de gran importancia, debido a que permitirán la resolución de problemas que muchas veces parecen imposibles.

El surgimiento de los consultores empresariales ha posibilitado esta labor, ya que facilitan los cambios que las compañías necesitan implementar. Entre sus características se encuentran: la habilidad para relacionarse y trabajar con otras personas, entusiasmo ante procesos de renovación y el permanente crecimiento personal.

La experiencia es la principal ventaja que ofrecen los consultores, aunque también son importantes los conocimientos que se posean para asesorar de buena manera a las empresas que requieran los servicios. Asimismo, se debe tener la capacidad de ver desde afuera lo que acontece dentro de una compañía, lo cual permite una visión objetiva para el trabajo que se realiza.

Las grandes compañías contratan a consultores porque tienen la necesidad de diagnosticar problemas y hallar soluciones. En este sentido, cuando se produce una crisis al interior de una empresa lo óptimo es determinar dónde está el conflicto de manera objetiva y eficaz.

Existen instituciones que tienen fallas internas de gravedad, por lo que las soluciones deben ser radicales y muchas veces la inversión será alta, ya que el objetivo es crecer y para esto se deben destinar recursos económicos que llevarán a la empresa a un nivel de competencia mayor.

Al mismo tiempo, suele darse que los consultores asumen de manera temporal puestos de toma de decisiones con el objetivo de resolver rápidamente los inconvenientes.

2.4.4. Diagnóstico, Capacitación y seguimiento.

El Diagnóstico de Necesidades de Capacitación (DNC) es el factor que orienta la estructuración y desarrollo de planes y programas para el establecimiento y fortalecimientos de conocimientos, habilidades o actitudes en los participantes de una organización, a fin de contribuir en el logro de los objetivos de ésta.

Un reporte de DNC debe expresar en qué, a quién (es), cuánto y cuándo capacitar.

La atención hacia un DNC puede derivarse ante:

- Desviaciones en la productividad
- Un proceso de cambio en Políticas, Métodos o Técnicas
- Baja o Alta de personal
- Cambios de función o de puesto

A su vez, las circunstancias que imponen un DNC, pueden ser:

- Pasadas. Experiencias que han demostrado ser problemáticas y que hacen evidente el desarrollo del proceso de capacitación.
- Presentes.- Las que se reflejan en el momento en que se efectúa el DNC.
- Futuras.- Prevención que la organización identifica dentro de los procesos de transformación y que implican cambios a corto, mediano y largo plazo.

Las principales fases del proceso del DNC son:

1) Establecimiento de la situación ideal (SI) que, en términos de conocimientos, habilidades y actitudes, debería tener el personal, de acuerdo su función o al desempeño laboral. Para obtener información que define la situación ideal, es recomendable la revisión de la documentación administrativa, con relación a:

- Descripción de puestos.
- Manuales de procedimientos y de organización.
- Planes de expansión de la empresa.
- Nuevas o futuras necesidades de desempeño (cuando hay planes de cambio).

2) Descripción de la situación real (SR). Conocimientos, habilidades y actitudes con los que cuenta el personal, de acuerdo a su función o al desempeño laboral. Para obtener información que define la situación ideal, es recomendable obtener información sobre el desempeño del personal (para cada persona) por parte de:

- Jefe inmediato.
- Supervisores.
- Personal involucrado con el puesto.

Estas personas deberán aportar datos precisos, verídicos y relevantes (en cuanto a conocimientos, habilidades y actitudes).

3) Es necesario contar con instrumentos (formatos) que registren la información compilada. A su vez, estos registros deberán permitir su clasificación y calificación futura. Se recomienda que los registros asienten información individual de las personas analizadas. Los métodos y técnicas para obtener la información son diversos, entre ellas:

- Análisis documental. Expedientes, Manuales de Puesto, función o procedimientos, o reportes.
- Entrevista.
- Encuesta.
- Cuestionarios de evaluación de conocimientos.
- Inventario de habilidades.
- Análisis de tareas por medio de lista de cotejo.
- Registro directo con registros observacionales.
- Escalas estimativa de desempeño.
- Escalas estimativa de actitudes.
- Análisis grupales.
- Lluvia de ideas.
- Grupos binarios.
- Phillip's 66.
- TKJ

- La selección de los métodos o técnicas se aplican considerando:
 - Nivel ocupacional al que se va evaluar: Directivo, gerencial o mandos medios, administrativo, operativo.
 - Número de personas.
 - Recursos humanos, temporales, materiales y financieros que se tienen para el estudio.
 - Con base en los objetivos planteados se podrá hacer la jerarquía de los grupos a atender y las prioridades en tiempo respectivas.

Un reporte detallado del DNC debe reportar:

- Nombre de la organización o empresa.
- Título del estudio.
- Fecha de elaboración.
- Responsable principal y colaboradores en el estudio (con firmas de responsiva).
- Índice o capitulario del documento, con la paginación respectiva.
- Introducción. Antecedentes o Estado del Arte que dio motivo al DNC.
- Justificación.
- Resumen del documento.
- Método de trabajo.
- Características del personal del que se obtuvo información.
- Escenario(s) en los que se obtuvo la información.
- Apoyos materiales.

- Formatos e instrumentos.
- Procedimiento.
- Resultados.
- Prioridades de conocimientos, habilidades o actitudes a atender.
- Un cuadro integrador de información que defina áreas, personas y necesidades de capacitación.
- Problemas identificados que no pueden atenderse por medio de la capacitación y posibles áreas que pueden intervenir para su solución.
- En su caso, limitaciones u obstáculos para la realización del estudio.
- Recomendaciones para próximos estudios.
- Anexos de toda evidencia que permita el análisis del estudio.

En la actualidad todas las organizaciones buscan constantemente que el personal que forme su grupo de trabajo cuente con la combinación de perfil y experiencia que permitan aventajar las expectativas de desempeño y resultados que la organización requiere.

Para esto las instituciones deben complementar este aspecto con “la capacitación del personal, tanto para el que ya está laborando, como para aquel que recién se va a incorporar al equipo, para desempeñar adecuadamente su función y ayudar en el logro de los objetivos de la empresa” (Fernández, N. (s.f.))

Tanto el diagnóstico de necesidades de capacitación, como la propia capacitación son muy importantes para el desarrollo de los Recursos Humanos, pues son factores determinantes en el cumplimiento de los objetivos de toda organización. Desarrollar actitudes así como aptitudes y el crecimiento personal profesional, en los empleados y ejecutivos permite que éstos desempeñen su trabajo con mayor eficiencia y calidad, esto a la vez es traducido en beneficios para la misma empresa.

El más importante recurso con que cuenta una empresa es el Recurso Humano. La capacitación es, por lo tanto, una inversión para la organización, pues los resultados que se obtienen de ella no sólo benefician al empleado, sino que contribuye al logro de los objetivos empresariales.

La utilización efectiva de los Recursos Humanos en el momento actual y en el futuro dentro de la organización, depende de la capacitación. Esta labor también permite establecer y reconocer requerimientos futuros, asegurar a la empresa el suministro de empleados calificados y el desarrollo de los recursos humanos disponibles y formados a las necesidades de la propia organización.

La evaluación del desempeño juega un papel muy importante en el desarrollo de los recursos humanos de una organización, pues su correcta aplicación se convierte en un medio de motivación y estímulo en los empleados, que finalmente termina beneficiando a la organización.

Es conveniente resaltar, que la importancia de la capacitación ha ido evolucionando a través de la historia, pues como aportó Durán (2008) en México, sobre todo durante las pasadas décadas de los años sesenta y setenta, se comenzó a encontrar frecuentemente la alusión hacia el tema de la sistematización, que iniciaba en la escuela, hasta las tareas propias del ámbito laboral, siguiendo el discurso oficial de que sólo a través de una mayor productividad era posible remontar la condición de país “en vías de desarrollo”.

Durán (2008) destaca que por esos mismos años funcionaba la empresa ARMO (Adiestramiento Rápido de Mano de Obra) encargada de diseñar, desde una perspectiva neoconductista, los programas de capacitación que les fuesen requeridos desde los más diversos campos de la industria, lo cual influyó en cómo se capacitó a esas personas.

A partir de la creación del Sistema de Enseñanza Tecnológica y su antecedente más remoto en las distintas escuelas de artes y oficios en nuestro país, se busca más concretamente que la educación responda a los cambios y evoluciones que la economía va sufriendo, y que por lo tanto, influirá en el contexto en el que opere.

De Chicago, vía Berkeley, nos había llegado, a la generación de pedagogas (y uno que otro pedagogo) que nos formábamos en la Facultad de Filosofía y Letras, el furor cognoscitivista por la confección de los objetivos para la enseñanza y el aprendizaje. Recuerdo que en tres de las asignaturas que cursábamos durante ese segundo año de la carrera nos hallábamos revisando temas relacionados con la operacionalización de objetivos, la enseñanza programada y/o los niveles taxonómicos de Benjamín S. Bloom. Esta concepción de la llamada “tecnología de la enseñanza” era muy bienvenida en ámbitos laborales necesitados de operacionalización y sistematización, pero muy cuestionada en áreas sociales y humanísticas. (Durán, 2008, p.6)

Es importante destacar que para algunas áreas, como las anteriormente mencionadas como actividades muy técnicas, en donde no hay que estar reinventando las soluciones a los problemas, o que son tareas repetitivas la

capacitación basada en la tecnología de la enseñanza es suficiente, pues sólo se requiere que se sigan una serie de pasos, que nunca o muy pocas veces ha de cambiar; sin embargo para áreas en donde hay que tomar decisiones trascendentales, es de suma importancia el crear una formación de reflexión que permita al trabajador aplicar un criterio mucho más elaborado, que seguramente hasta ha de repercutir en la vida de alguna otra persona, de ahí la diferencia de los tipos de capacitación que se pueden impartir en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en nuestro país e igualmente de ahí proviene la necesidad de contar con un grupo de profesionales de diferentes áreas del conocimiento, y que cada una ha de aportar desde su campo una visión diferente de cómo capacitar a las personas.

Anteriormente y podría decir que una parte importante actual del campo laboral de la capacitación está dominada por los psicólogos, sin embargo sin ánimo de ofender, los enfoques de formación son diferentes, pues ellos están enfocados en resultados de tipo estímulo- respuesta, cuando nosotros como pedagogos, contamos con una formación didáctica que distingue marcadamente la formación que deseamos tener en las personas.

A principios de 1900 surge el capataz de control de calidad, el cual supervisa el trabajo realizado por los operarios que realizan tareas similares (Feingenbaum, 1991, p. 90) y por lo tanto el vocablo capacitación siempre estuvo -y está- más relacionado con el de capataz, que con el de desarrollo de capacidades humanas de una manera consciente como autoconstrucción.

El profesional de la educación concibe que su objeto de estudio es el fenómeno educativo en su conjunto y no el educando; éste, en tanto ser humano, es el sujeto de su propia educación, no “tabla rasa” (Mora, s.f., p.1) donde escribe quien educa.

El trabajo, en el ámbito de la formación humana, no es sólo visto como la manera de obtener los satisfactores materiales que posibiliten la sobrevivencia, sino que,

en tanto actividad producto de la cultura, trasciende de ese nivel elemental para alcanzar el de acción y transformación del mundo.

Desde la perspectiva misma de la Pedagogía, afirmo “que no basta con “capacitar” a una persona en el manejo de cierto equipo o el desarrollo de determinada competencia concreta, que en la educación como fenómeno amplio y comprensivo de todas las áreas participa la totalidad de la persona”. (Durán, 2008).

Hablando de la relación entre la formación y el empleo, existen distintos puntos de vista sobre si la planificación educativa debe estar orientada al mercado laboral. Mientras los alumnos piensan que esta planificación debe responder a las necesidades y demandas del mercado laboral, reformando los planes de estudio para que estos estén más ligados a los problemas con los que se encontrarán al incorporarse al mundo laboral, los empresarios, estiman que los jóvenes poseen conocimientos básicos necesarios sobre aspectos técnicos del trabajo, con ciertos desfases y carencias, sus habilidades prácticas son insuficientes, y sus valores, expectativas y orientación para el trabajo, están sobre valorados, por lo tanto hay una desvinculación entre el mercado laboral y lo que se enseña en la escuela, misma que se puede disminuir si desde que se ingresa a la carrera se pone en claro en qué el pedagogo podrá desempeñarse como profesionalista.

Adentrándonos en la formación de profesionales, la enseñanza nunca puede ser una mera transmisión de conocimientos, característica de esta tradición. Se debe conseguir la construcción de estos. Los docentes deben facilitar situaciones de aprendizaje a sus alumnos para que estos en vez de asimilar la información sin más, la construyan, y la razonen e ir mucho más que eso, la vivan.

“La enseñanza no debe ser entendida como algo que ayude a los alumnos a llenar sus “cabezas” si no como algo que les ayude a ampliar y modificar ideas, que les enseñe a pensar.” (Cela, 2008)

Y para esto, las relaciones deben ser de constante interacción, nunca unidireccionales. Que mejor manera que la de poner y dar lo mejor de sí para que las relaciones sean buenas, las exigencias se acepten, ante los problemas se colabore y sobre todo, las opiniones sean respetadas y se discutan. Porque el dialogo, la comunicación más directa entre dos personas, es la mejor forma de aprender y de construir nuevos conocimientos, y sobre todo, de hacer a los alumnos partícipes de su propia educación.

Una formación de este tipo, que promueva el desarrollo de las potencialidades del estudiante y que lo eduque en actitudes y valores, requeriría que todas las personas formaran parte del proceso formativo, algo que puede resultar utópico.

Ahora bien, la capacitación laboral no sólo se aplica a las personas que ingresan a un empleo, debe ser un proceso continuo que involucre a todos los que conforman la empresa, desde los más jóvenes hasta los adultos y adultos mayores de ser el caso.

Pues en México tenemos un paulatino incremento de la esperanza de vida que ha repercutido con un aumento significativo de la población de los sujetos mayores de 65 años, (4.9 % más en el 2000, censo INEGI) a quienes no se les considera, en general, personas productivas, dado la involución de sus capacidades, lo que implica que éstos dependan de la población económicamente activa.

Por lo que se tendrá que considerar que las personas que antes por ley se jubilaban máximo a los 60 o 65 años, ahora también algunas de estas personas se encontrarán trabajando, lo cual hace que exista mayor competencia entre los jóvenes, que desean ingresar a trabajar y los adultos mayores que tienen que trabajar para poder seguir viviendo.

Hasta ahorita, he hablado sobre la capacitación vista desde diferentes ópticas, sin embargo, es igualmente relevante, contemplar, que legalmente existe un respaldo para efectuarse, el cual consiste en los siguientes artículos que se encuentran en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, La Ley Federal del Trabajo y Ley Orgánica de la Administración Pública Federal:

En la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos: en el Artículo 123, Apartado A, Fracción XIII y XXXI y Fracción XIII dice que las empresas, cualquiera que sea su actividad, giro y tamaño, estarán obligadas a proporcionar a sus empleados, capacitación o adiestramiento para el trabajo. Así que por lo tanto es un derecho para los trabajadores y una obligación de los patrones que se debe cumplir, y no por miedo a una sanción o un revocamiento de permisos para operar, sino al contrario ejercer el derecho- obligación como un beneficio colectivo que se puede tener.

En la Ley federal del trabajo, que entró en vigor el 1ero de mayo de 1970, se establecen las bases para que el trabajo en México sea llevado a cabo de manera digna y justa, pues indica en su contenido los derechos y las obligaciones que contraen ambas partes (trabajador y patrón) al tener una relación laboral, a continuación se retoman algunos artículos que son de importancia conocer:

| Artículo | Derechos y obligaciones | Observaciones |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 132 | Son obligaciones de los patrones proporcionar capacitación y adiestramiento a sus trabajadores. | Si todas las personas cuando ingresan a trabajar son del conocimiento de este derecho, puedes ejercerlo, y por lo tanto esto disminuiría los errores de operación que se puedan tener. |
| 153-A | Todo trabajador tiene el derecho a que su patrón le proporcione capacitación y adiestramiento en su trabajo que le permita elevar su nivel de vida y productividad, conforme a los planes y programas formulados de común acuerdo, por el patrón y el sindicato o sus trabajadores y aprobados por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social. | La capacitación que el empresario ofrece debe ser acorde a las necesidades que se requieren satisfacer, no se debe dar una capacitación sólo por darla, como ocurre en el sector del Gobierno. |

| | | |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 153-B | <p>Para dar cumplimiento a la obligación que, conforme al artículo anterior les corresponde, los patrones podrán convenir con los trabajadores en que la capacitación o adiestramiento se proporcione a éstos dentro de la misma empresa o fuera de ella, por conducto de personal propio, instructores especialmente contratados, instituciones, escuelas u organismos especializados, o bien, mediante adhesión a los sistemas generales que se establezcan y que se registren en la Secretaría del Trabajo y Previsión Social.</p> | <p>Este artículo es muy relevante, pues es donde se hace del conocimiento de todos, que se podrá ofrecer los servicios de capacitación a las empresas en México, y que éstas pueden contratar los servicios sin que exista dolo o coacción, aquí igualmente, es relevante porque si se analiza el número de PyMES que existen en nuestro país, es un universo de trabajo muy basto en donde se puede insertar el pedagogo.</p> |
| 153-F | <p>La capacitación y el adiestramiento deberán tener por objeto actualizar y perfeccionar los conocimientos y habilidades del trabajador en su actividad; Así como, proporcionarle información sobre la aplicación de nueva tecnología en ella; preparar al trabajador para ocupar una vacante o puesto de nueva creación; prevenir riesgos de trabajo; incrementar la productividad; y, en general, mejorar las aptitudes del trabajado.</p> | <p>El mismo artículo nos dice que la capacitación tiene un fin, y que si se aplica, serán medidas preventivas, en beneficio de la empresa misma.</p> |
| 153-O | <p>Las empresas en que no rija contrato colectivo de trabajo, deberán someter a la aprobación de la Secretaría y Trabajo y Previsión Social, dentro de los primeros sesenta días de los años impares, los planes y</p> | <p>Dentro de la capacitación a las empresas, se puede apreciar que otra área para trabajar es la parte de Gestión y planeación, en donde la Didáctica es nuestra principal herramienta, pues es ella quien nos guiará al crear los planes y programas de capacitación o adiestramiento.</p> |

| | | |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | programas de capacitación o adiestramiento que, de común acuerdo con los trabajadores, hayan decidido implantar. | |
| 153-C | Comprobar que quienes capacitarán a los trabajadores, están preparados profesionalmente en la rama industrial o actividad en que impartirán sus conocimientos, no estar ligadas con personas o instituciones que propaguen algún credo religioso. | Si la misma ley está pidiendo que quienes capaciten deben estar preparados profesionalmente, los pedagogos cuentan con esta formación en particular de poder formar a otros con las mejores prácticas pedagógicas. |

Finalmente tenemos la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, ésta en su Artículo 40 dice que la Secretaría del Trabajo y Previsión Social le corresponde promover el desarrollo de la capacitación y el adiestramiento en y para el trabajo, así como realizar investigaciones, prestar servicios de asesoría e impartir cursos de capacitación que para incrementar la productividad en el trabajo, requieran los sectores productivos del país, en coordinación con la Secretaría de Educación Pública.

Todos los documentos anteriormente mencionados, tienen un propósito en común, que es fomentar entre las empresas que se crean y que operan una cultura de capacitar y dotar de las herramientas que necesite su personal para que este se desarrolle de la mejor manera.

2.4.5. Gestión empresarial

El concepto de gestión posee preliminares básicos correspondientes a la organización, lo que implica que éste aplicado en una empresa o en un negocio examina algunos de los objetivos principales correspondientes a la misma.

Por lo tanto la concepción de gestión se mueve en un ambiente en el cual, por lo general, los recursos disponibles escasean, y en base a esto, la persona encargada de la gestión debe aplicar diferentes fórmulas para que se esta manera se logren persuadir y motivar constantemente a todas las fuentes del capital empresarial, con el objetivo de lograr que las mismas apoyen todos los proyectos que la empresa planea emprender.

Podemos enfocar la gestión empresarial, a sector privado o público, siendo el privado en donde existe mayor aplicación de dicha herramienta, de cualquier manera las empresas que le pertenecen al sector público, es decir, aquellas que son propiedad del estado, también suelen tener buenos modelos de gestión, pero los mismos suelen independizarse bastante de lo que es el concepto de gestión más técnico.

Y es aquí en donde radica la diferencia más grande, ya que el sector privado, aplicando la gestión en el desarrollo de sus actividades obtiene muchas más ganancias que una empresa correspondiente al sector público, es por ello que es importante considerar la relevancia de ésta área de la organización.

Las empresas privadas cuentan con muchos más recursos que aquellas del Estado, y uno de esos recursos es la tecnología, una herramienta que ha ayudado ampliar el concepto de gestión en todas las aplicaciones correspondientes.

García y Pérez (2011) dicen que la gestión empresarial debe cumplir con cuatro funciones fundamentales para el desempeño de la empresa; la primera de esas funciones es la planificación, que se utiliza para combinar los recursos con el fin de planear nuevos proyectos que puedan resultar redituables para la empresa, en términos más específicos nos referimos a la planificación como la visualización

global de toda la empresa y su entorno correspondiente, realizando la toma de decisiones concretas que pueden determinar el camino más directo hacia los objetivos planificados.

La segunda función es la organización en donde se agruparan todos los recursos con los que la empresa cuenta, haciendo que trabajen en conjunto, para así obtener un mayor aprovechamiento de los mismos y tener más posibilidades de obtener resultados.

La dirección de la empresa en base al concepto de gestión implica un muy elevado nivel de comunicación por parte de los administradores para con los empleados, y esto nace a partir de tener el objetivo de crear un ambiente adecuado de trabajo y así aumentar la eficacia del trabajo de los empleados aumentando las rentabilidades de la empresa.

El “control es la función final que debe cumplir la gestión empresarial, ya que de este modo se podrá cuantificar el progreso que ha demostrado el personal empleado en cuanto a los objetivos que les habían sido marcados desde un principio”. (García y Pérez, 2011, p.44).

2.4.6. Clima laboral

El interés suscitado por el campo del clima laboral está basado en la importancia del papel que parece estar jugando todo el sistema de los individuos que integran la organización sobre sus modos de hacer, sentir y pensar y, por ende, en el modo en que su organización vive y se desarrolla.

Por clima laboral se entiende “el conjunto de cualidades, atributos o propiedades relativamente permanentes de un ambiente de trabajo concreto que son percibidas, sentidas o experimentadas por las personas que componen la organización empresarial y que influyen sobre su conducta” (Irondo, 2007).

Frecuentemente este concepto se confunde con el de cultura empresarial, pero se diferencia en ser menos permanente en el tiempo aunque comparta una connotación de continuidad.

La importancia del conocimiento del clima laboral se basa en la influencia que este ejerce sobre el comportamiento de los trabajadores, siendo fundamental su diagnóstico para el diseño de instrumentos de gestión de Recursos Humanos.

“El clima laboral es el conjunto de variables que inciden en la percepción que tienen las personas del lugar donde desarrollan su actividad laboral” (Trotter, 2000, p. 205) Ahora bien, las variables pueden ser objetivadas y matematizadas, pero la percepción no tiene nada que ver con la objetividad, pues es una ecuación personal de características cien por cien subjetivas. Las personas toman en cuenta una situación de totalidad, sin tener en claro o en la conciencia los aspectos parciales.

En el campo del desempeño laboral las personas trabajan para satisfacer necesidades económicas, pero también de desarrollo personal, de ahí la importancia de tener un buen clima laboral, pues este afectará la productividad que se realice en la empresa.

Estas necesidades dan lugar a las motivaciones que afectan o mejoran el rendimiento, por lo que la percepción está determinada por la historia del sujeto y de sus anhelos y proyectos personales.

Esta subjetividad y la suma de variables objetivas existentes, determinarán las respuestas que darán las personas cuando son consultadas por aspectos de su trabajo, y es preciso, por la información que arrojarán que se trate con sumo cuidado pues si la persona se siente cohibida, coaccionada o incómoda, no aportará una solución real al problema que hay.

Trotter (2000) comenta que en una investigación sobre clima laboral lo que se busca es determinar aquellas variables objetivas que pueden incidir negativamente sobre la percepción que tienen las personas sobre la calidad de

trabajo en que se encuentran. Esta calidad por ultimo influirá en el rendimiento del desempeño y por lo tanto en los resultados económicos como de satisfacción de las personas que intervienen en los procesos, comprometiéndose así el proyecto de empresa y la permanencia estable, productiva y saludable de la gente.

2.4.7. Evaluación

La evaluación, es una actividad inherente y cotidiana del ser humano, quien constantemente evalúa sus acciones, las acciones de los demás y lo que nos rodea. Se “considera a la evaluación como un proceso de comparación entre los aspectos de ejecución de determinado programa como los estándares, de tal forma que la información obtenida sea utilizada para mejorar el objeto evaluado” (Pastrana, N., 1983, p.30)

El Consejo de Normalización y Certificación de Competencias Laborales, define a la evaluación como el proceso por medio del cual se recopilan suficientes evidencias sobre el desempeño del individuo, conforme a las especificaciones que marca una Norma Técnica de Competencia Laboral (NTCL) de carácter nacional, para determinar si es competente o todavía no lo es el desarrollo de una función laboral determinada.

Al igual que la definición anteriormente presentada, se pueden encontrar muchas otras, pero todas responden al momento y tiempo específico de cuando fueron creadas, y por lo tanto no abarcan todos los aspectos relacionados a una evaluación.

La importancia de la evaluación radica en que a partir de los diferentes aspectos a analizar se puede reflexionar, aportar soluciones y encontrar áreas de oportunidad y mejora de lo que se evalúa.

Es de suma importancia recalcar, que por el enfoque de las palabras empleadas, en repetidas ocasiones se confunde y se toma como sinónimo la evaluación y la medición.

En cuanto a las diferencias y relaciones que existen entre la evaluación y medición se pueden mencionar las siguientes:

| Medición | Evaluación |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| La medición consiste en el establecimiento de una relación de correspondencia entre una serie de números o atributos del objeto que se desea medir. | La evaluación es un proceso que se conforma a partir de descripciones cuantitativas o cualitativas, su interpretación, así como la emisión de juicios de valor. |
| La medición se limita a la descripción cuantitativa o cualitativa del objeto medio. | La evaluación tiene como resultado una interpretación sobre lo medido con relación al marco de comparación establecido. |
| La medición, por sí misma, no conduce a la emisión de juicios de valor sobre el objeto. | La evaluación puede permitir conocer la forma en que se desarrolla determinado proceso (objeto evaluado), a fin de planear acciones para mejorarlo o transformarlo y orientar la toma de decisiones. |
| La medición no constituye un fin, puesto que forma parte del proceso de evaluación. | La evaluación es un proceso sistemático de propuestas (planeación de acciones), tendentes a mejorar o transformar el objeto evaluado. |

Con base en lo anterior, se puede afirmar que la medición hace referencia generalmente a la asignación de números y observaciones que corresponden a la caracterización de las cualidades y atributos del objeto, es decir, se realiza una descripción de aquello que se está midiendo. (Mestas, A., 2003, p.12)

Es relevante hacer notar que la evaluación en conjunto con la capacitación y un diagnóstico de necesidades son un solo proceso y, que por lo tanto el dar un seguimiento después de haber brindado un servicio es lo que finalmente arroja el

resultado si la consultoría fue correcta, tuvo errores o aún hay área de oportunidad que se tengan que trabajar dentro de la empresa.

Aunque el término de evaluación puede ser cotidiano, es confundido a menudo con medición, lo que en repetidas ocasiones hace que se tengan complicaciones y limitaciones de los alcances que se pueden tener en el proceso, y más cuando se ha de establecer parámetros de medición.

Es común que entre PyMES los parámetros correspondan a la competencia o el ideal del mercado, y esto suele ser lo que enriquece en gran medida a las evaluaciones empresariales, pues se echa mano de la imaginación y la creatividad para superar lo que ya existe.

2.4.8. Asesoría pedagógica

El asesoramiento pedagógico constituye un cauce de comunicación abierta y libre entre el estudiante, que desea adquirir una preparación científica, profesional y humana que le permita una actuación personal valiosa, y el asesor, comprometido en la búsqueda y la enseñanza de la verdad y habituado a un trabajo intelectual riguroso y serio.

Gracias a esta comunicación mutua, enriquecedora para ambas partes, la tarea educativa adquiere un sentido más pleno y gana en efectividad.

Pero el asesoramiento académico y profesional de los alumnos es una actividad docente ordinaria que implica al profesor y al alumno en una comunicación interpersonal. Además constituye un aspecto importante de la función educativa que se desarrolla en la universidad, es parte de la tarea propia de todo profesor y es un derecho de todos los alumnos.

El asesoramiento puede entenderse como el proceso por el que dos o más profesionales deciden establecer una relación con la finalidad de dar o recibir algún tipo de ayuda, apoyo o asistencia. Esta ayuda es proporcionada por

personas que tienen un determinado catálogo de conocimientos y capacidades, y la relación se establece con la pretensión de ayudar a los miembros de una misma organización a comprender más claramente sus objetivos y como la misma podría mejorar este tipo de aspectos definitorios del asesoramiento que han sido expuestos a su vez por distintos.

Las personas, e instituciones acuden a asesoramientos pedagógicos cuando el objetivo del asesoramiento es ayudar al alumno a encauzar como protagonista sus aspiraciones académicas, profesionales y personales en la vida universitaria y su entorno para servir luego mejor a la sociedad. Cada vez es más frecuente -sobre todo en el ámbito empresarial- que la selección para los puestos de trabajo no se apoye de modo exclusivo en el expediente académico y en las habilidades técnicas, sino que se valoran muy particularmente las habilidades sociales y las actitudes.

La posibilidad de una atención personalizada a través del asesoramiento permite formar a cada alumno teniendo en cuenta sus puntos fuertes, así como los aspectos en los que debe poner un especial esfuerzo o atención.

Un asesor pedagógico tiene como finalidad prevenir posibles problemas, participar y ayudar en la solución de los que puedan existir y cooperar en la consecución de una mayor mejora educativa.

Con respecto a la heterogeneidad y la multiplicidad del asesoramiento en educación se puede decir que el asesoramiento es un campo muy abierto que no constituye un único tipo de prácticas de apoyo, sino más bien un conjunto heterogéneo que se desarrollan en distintos escenarios y con propósitos, agentes y estrategias diversas, por ello se refiere a que tiene multiplicidad, ya que no se centra en un contexto determinado, modelo, enfoque, sino que va extrapolando y contrastando de todos y se va adaptando según las necesidades que se van encontrando.

Por ello ante la heterogeneidad que se encuentra, se puede hablar que hay un conjunto diverso de profesionales que se van adaptando e investigando para así

dar respuestas a las necesidades que surgen en los procesos dinámicos de cambio y mejora del sistema, por eso se habla aquí de la multiplicidad de los distintos agentes de profesionales.

A continuación presento un listado de funciones desempeñadas por los asesores pedagógicos. La mayoría de las tareas identificadas están asociadas a dos funciones principales sin que esto signifique que no son importantes:

- Dar apoyo directo a los enseñantes en el centro en relación con el currículo.
- Proporcionar formación permanente a través de cursos.
- Asesorar a escuelas en procesos de capacitación.
- Proporcionar materiales para la enseñanza.
- Participar en la organización y mantenimiento de Centros de Profesores.

Dentro de las tareas a desempeñar están:

1. Investigación y análisis, realizando y/o sintetizando investigaciones y diseminando directrices de política educativa.
2. Evaluación de prácticas escolares, ayudando a los centros a conocerlas y sistematizarlas.
3. Desarrollo de materiales, métodos o procedimientos.
4. Demostrar y modelar nuevas prácticas y métodos educativos.
5. Información sobre resultados de investigación y sobre nuevos métodos pedagógicos.
6. Planificación a nivel de centros.
7. Establecimiento de relaciones entre centros o grupos implicados en proyectos similares.

8. Formación de profesores en nuevas prácticas educativas.
9. Consultor para seleccionar y desarrollar nuevos programas.
10. Apoyo a los centros para el desarrollo de sus propias dinámicas de cambio.
11. Creador de capacidades, ayudando a los centros a desarrollar sus potencialidades para dirigir su propia mejora

Algunas funciones que se realizan cuando uno está asesorando pedagógicamente a una organización o de manera personal son:

-Planificar: Ejercer funciones de convocatoria e implicación de la organización en sesiones de planificación de su propio desarrollo, animar la coordinación interna y la comunicación institucional, elaborar planes financieros, etc. Para ello debe de conocer principios y prácticas de administración, procesos y procedimientos de resolución de problemas y habilidades para la dinamización institucional.

-Mediador informativo: Identifica, clarifica y sintetiza la información pertinente. Es necesario que sea fácilmente accesible, que genere confianza, que sea capaz de definir metas y responsabilidades y de disponer de habilidades y actitudes de escucha.

- Especialista en procesos de aprendizajes: Ha de estar capacitado para usar teorías disponibles al respecto y métodos educativos para satisfacer necesidades de formación planteadas por los procesos de cambio, promover el aprendizaje desde la experiencia, organizar actividades de apoyo profesional, formular metas de aprendizaje y usar recursos técnicos y humanos disponibles.

-Solucionador de problemas: Es la función clave, el experto debe operar como ejemplo y como recurso para promover una metodología de resolución de problemas sin perder de vista en ningún momento el propósito general de desarrollar la capacidad de la organización para el cambio y la resolución de problemas que puedan ir surgiendo en el futuro. (Ordóñez, s.f.).

2.4.9. Materiales didácticos

Tratar de presentar una definición de material didáctico no es una tarea fácil ya que se trata de un concepto polisémico, considerado de distinta manera, según quien lo defina o utilice, así que a continuación hay un par de definiciones que puede ayudar a clarificar la idea de lo que es un material didáctico:

Zabala (2000) lo han definido como: “Instrumento, recurso o medio para ayudar en el aprendizaje de unos contenidos y la consecución de unos objetivos.”

Por su lado, Rossi (1966): “Cualquier forma de recurso o equipo que sea usado normalmente para transmitir información entre personas.”

Una vez aclarado lo anterior, y entendiendo que un material didáctico es cualquier objeto, siempre y cuando tenga un objetivo de aprendizaje, es prudente plantearse ¿Cuáles son las funciones que cumple el material?

Pues bien, los materiales cumplen una función muy importante, pues tienen una finalidad de enseñanza y expresan una propuesta pedagógica. Enseñan en tanto guían el aprendizaje de los alumnos, presentando y graduando los contenidos y las actividades, transmitiendo información actualizada sobre la temática del curso, planteando problemas, alentando la formulación de preguntas y el debate del grupo.

Galdeano (2006) nos dice que la función de los materiales didácticos consiste en:

- Favorecer la autonomía.
- Despertar curiosidad científica en el alumno, motivar para seguir estudiando.
- Recuperar los saberes previos y relacionarlos con los nuevos que se proponen.
- Facilitar el logro de los objetivos propuestos en el curso.
- Presentar la información adecuada, esclareciendo los conceptos complejos o ayudando a esclarecer los aspectos más controvertidos.
- Poner en marcha el proceso de pensamiento en el alumno, proponiendo actividades inteligentes y evitando, en lo posible, aquellos que sólo estimulen la retención y repetición.
- Permitir a los alumnos contactarse con problemas y situaciones reales.

Para poder llegar a cumplir con estas funciones, es necesario llevar a cabo un proceso de planificación detallada en la que habrá que considerar una serie de características que deberán manifestar los materiales didácticos que diseñemos.

Lorenzo García Aretio define algunas de ellas:

- Programados: la previsión debe incluir respuestas a preguntas tales como ¿qué material utilizar?, ¿para la consecución de qué objetivos/contenidos?, ¿en qué momento habrá de utilizarse?, ¿en qué contexto de aprendizaje?, ¿a quién está destinado?

- **Adecuados:** adaptados al contexto socio-institucional, apropiados al nivel de índole del curso en cuestión, a las características del grupo destinatario.
- **Precisos y actuales:** ofrecen orientaciones lo más exactas posibles de los hechos, principios, leyes y procedimientos. Deben reflejar la situación presente, con los conocimientos más actualizados en esa área del saber.
- **Integrales:** establecen las recomendaciones oportunas para conducir y orientar el trabajo del estudiante. Se tratará de materiales que desarrollen todos los contenidos exigidos para la consecución de los objetivos previstos o materiales que dirijan y orienten hacia las fuentes o utilización de otros medios complementarios.
- **Abiertos y flexibles:** deben invitar a la crítica, a la reflexión, a la complementación de lo estudiado, que sugieran problemas y cuestionen a través de interrogantes, que obliguen al análisis y a la elaboración de respuestas. Adaptados a los diferentes contextos.
- **Coherentes:** congruencia entre las distintas variables y elementos del proceso de enseñanza y aprendizaje, esto es, entre objetivos, contenidos, actividades y evaluación.
- **Transferibles y aplicables:** materiales que faciliten la utilidad y posibiliten la aplicabilidad de lo aprendido a través de actividades y ejercicios.
- **Interactivos:** mantenedores de un diálogo simulado y permanente con el estudiante, que faciliten la realimentación constante, preguntando, ofreciendo soluciones, facilitando repasos.
- **Significativos:** sus contenidos tienen sentido en sí mismos, representan algo interesante para el destinatario y están presentados progresivamente.

- Válidos y fiables: la selección de los contenidos a de girar en torno a aquello que se pretende que aprenda el estudiante. Los contenidos presentados son fiables cuando representan solidez, consistencia y contrastan.
- Que permitan la autoevaluación: a través de propuestas de actividades, ejercicios, preguntas que permitan comprobar los progresos realizados.

Una vez que se tuvo claro cuáles serían las bases epistemológicas de las labores que se realizarían como Buró Educativo, se realizó que el llenado del documento, que proporciona y pide ProEmpleo, fue elaborado bajo un enfoque pedagógico, pues se busca no sólo ser una empresa que sea rentable, sino, que en base a una ética profesional, se contribuya a la sociedad, en específico a las PyMES con las habilidades, conocimientos y aptitudes que encausen una mejora a las personas o Instituciones que se les brinde servicio profesional, y sobre todo, siempre con una visión pedagógica que permita transformar la realidad de las personas.

2.5. Valoración crítica de la actividad profesional.

La actividad que se realizó, que fue estructurar la idea bajo ciertos estándares que pide ProEmpleo, fue un reto, pues la formación que se recibió en la escuela en general, no te conduce a ser una persona emprendedora, al contrario, te prepara con habilidades y contenidos que previamente fueron revisados por expertos, y que por lo tanto, si una persona desea poner su empresa, debe empezar a formarse en la cultura del emprendimiento y empresarial, y que por lo tanto, no es del todo fácil, pues hay que vencer paradigmas sociales, familiares entre otros, y si no tienes claro que es lo que deseas hacer con esos conocimientos que adquiriste, no podrás culminar tu idea.

Se necesitó de tiempo, para poder analizar críticamente el por qué se deseaba brindar ciertos servicios, y al mismo tiempo, se hilaron, de manera que uno conduce al otro, fortaleciendo cada vez más a las personas con las que en un futuro se trabajará.

Como Pedagogía, afirmo, que los conocimientos que adquirí, tienen muchas bondades para ser hacer la vida mejor, y que sólo es cuestión de complementarla, con algunos otros saberes para que pueda rendir mejores frutos a la sociedad.

Al hacer un plan de negocios, consideré profesionalmente cómo me gustaría contribuir a otras empresas, pues no concibo a Buró Educativo como una empresa que sólo se beneficiará económicamente de otras, sino que, la aportación pedagógica que se realice, estoy segura que cambiará muchas cosas en esas Instituciones.

Debo también decir, que el plan de negocios, la estructura en sí, a excepción de la parte financiera y de contabilidad, me resultaron sumamente fáciles de realizar, pues cuando uno ve en lo práctico lo enseñado en el aula, muchas enseñanzas cobran sentido y significado.

El proceso de enseñanza-aprendizaje que se dio en el taller de ProEmpleo, me ayudó a poder clarificar, que estaba preparada para poder emprender una empresa, y que es con esfuerzo y constancia que lo podré lograr, y si bien es cierto, que aún me falta camino por recorrer, el deseo de aprender y enseñar es más grande.

A la fecha mi empresa Buró Educativo, está en incubación (proceso de consultoría en distintas áreas que conforman una empresa que va a iniciar operaciones) y por lo tanto se están realizando las actividades que los asesores están pidiendo por cada área de la empresa, de manera que cuando se inicien operaciones, éstas se empiecen con una estructura, que permitirá a mediano plazo, empezar a tener un crecimiento en todos los departamentos que lo conformarán, esto es lo que muchas empresas cuando inician sus operaciones no realizan, motivo por el cual también, cuando en el quehacer cotidiano de las actividades, si los empieza a

rebasar el trabajo, y tienen que crecer, la empresa crecerá de manera no armónica, esto puede impactar en tener deficiencias en el servicio o errores que pueden costar mucho.

No vivimos en una cultura de la previsión, no somos una cultura emprendedora y tampoco somos un país en donde se planeen las cosas. Por lo tanto el reto empieza desde el ser disciplinado para un futuro prometedor.

Afirmo que la carrera de Pedagogía, es una carrera que de ser desarrollada empresarialmente hablando, puede aportar grandes beneficios a diferentes ámbitos de la sociedad, y que como Pedagoga, me toca el mostrar esos beneficios que se tienen con una Licenciatura como ésta.

2.6. Conclusiones, propuestas y recomendaciones.

Concluyo, que la Universidad Nacional Autónoma de México, en su Facultad de Filosofía y Letras en el Colegio de Pedagogía, me formó y me dio los conocimientos, herramientas, técnicas, metodologías entre muchas otras cosas más para tener las armas que me ayudarán a respaldar uno de los proyectos más importantes de mi vida, Buró Educativo.

Aunque no se me instruyó en una educación emprendedora, como sería el caso de algunas otras escuelas, la UNAM me dio la bases humanísticas para entender que las personas, son lo más preciado y que por lo tanto trabajar con ellas, requieren un compromiso real de mi parte, pues se puede impactar positiva o negativamente la vida de la gente.

También, la Licenciatura de Pedagogía me dio los contenidos teóricos que necesitaba para poder entender la práctica pedagógica que realizo a diario.

El ingresar a la Fundación de ProEmpleo, y culminar mi plan de negocios, es la mejor síntesis de la carrera que pude realizar, pues en ella, tuve que echar mano de lo que mis profesores me enseñaron como en las asignaturas de Didáctica

General, Evaluación Educativa, Estadística, Prácticas Escolares, Organización Educativa, Metodología, entre otras, así como del Diplomado en Educación a Distancia y Educación Abierta que decidí tomar por parte de la CUAED e incluso de la opción técnica en Administración de Recursos Humanos que cursé en el Colegio de Ciencias y Humanidades.

Aunque nuestra Universidad nos da la libertad de elegir cual es el camino que queremos tomar, en cuanto a nuestra formación, era mi responsabilidad siempre, antes de inscribirme investigar qué es lo que cada profesor me podía ofrecer, y que por lo tanto contribuyera al perfil de egreso que yo quería tener.

Finalizar esta primera etapa (la elaboración del plan de negocios y ser aprobado por el Comité Evaluador de Empresarios de Fundación ProEmpleo), fue una de las etapas más pesadas, pues uno es el que decide qué poner y que no pondrás en tu documento, sentí una enorme satisfacción, al ver que era correcto, coherente y que de ser llevado a cabo podré no solo generar ingresos para mí, sino para muchas personas más. El compromiso, es terminar con las asesorías de incubación por las que tendrá que pasar Buró Educativo, y de esta manera, se me otorgará un documento en el cual se avalará a Buró Educativo como empresa incubada, lo cual abrirá otras puertas, especialmente financieras que me podrán facilitar el crecimiento de la empresa.

Me es relevante resaltar que cuando uno entra a la Licenciatura de Pedagogía, todos los maestros preguntan el por qué desea uno estudiarla, pero, al menos en ese primer año que pasé, los mismos maestros no te decían que es lo que podrías hacer con lo “que vas a aprender” lo cual generó en algunos compañeros una fuerte ansiedad hasta desilusiones de abandonar la carrera.

A los compañeros que decían desde el primer día que entraban a Pedagogía porque les gustaban los niños, son un ejemplo claro que nuestra carrera, su labor, impacto en la sociedad, aún le falta difundirse, y por lo tanto, en los trabajos que hay afuera, y en los que estamos perfectamente capacitados para desarrollar, no

se les considera a los pedagogos porque muchos otros campos de estudio consideran a la pedagogía como una carrera para estudiar a los niños.

Sé que una vez que ya estás trabajando en “lo que el pedagogo puede desarrollar profesionalmente” es mucho más fácil saber qué es lo que puedes hacer con esta carrera pero ¿no sería mejor desde el inicio de la misma aclararlo? Estoy totalmente de acuerdo que debemos ser responsables de lo que queremos ser, pero una orientación al respecto no vendría mal.

También es cierto, que aunque las asignaturas se llamen de alguna manera, cada materia, es única, por el profesor que la imparte, y que es muy sabio hablar con alguien que ya haya tomado su materia para conocer un poco sobre ese futuro o futura profesora, con el que deseas tomar la clase.

Definitivamente no me arrepiento de haber estudiado Pedagogía, y también agradezco la oportunidad que tuve, cuando en mi tercer semestre ingresé a trabajar en un lugar en donde tomó significado real la carrera, lo cual me permitió tener otra visión de lo mucho que podría hacer con ella, pero creo que no todos corremos con esa facilidad.

Ya que la capacitación será la base de desarrollo como empresa para Buró Educativo, se investigó también un poco a cerca de las tendencias que hay en capacitación, teniendo como resultado lo siguiente:

Management Bussines Service Consulting comenta que diversas investigaciones laborales, indican que en los próximos años, los presupuestos de formación se duplicarán, con el fin de adiestrar y perfeccionar a una mayor cantidad de personas. En algunos países como Francia, España, la capacitación del empleado es una exigencia de ley, así como en México; cada año las empresas tienen que invertir un cierto porcentaje del costo de la nómina en capacitación.

En la práctica, la empresa anteriormente mencionada afirma que, las empresas invierten no más del 2% en promedio, lo cual era considerado en el pasado como un presupuesto apropiado, en la actualidad, las empresas de alta tecnología (que

son las más avanzadas en este campo) sus presupuestos de capacitación no bajan del 10%. En el futuro, las empresas de mayor crecimiento serán las que brindan mayores oportunidades de capacitación a sus empleados.

Por lo cual las empresas van a requerir cada vez más establecer una conexión directa entre sus planes estratégicos empresariales y sus programas de capacitación y formación, centrando la formación en el desarrollo de las competencias organizacionales, la resolución de problemas, la planificación estratégica, la capacidad para desarrollar negocios, etc. esto es programas destinados a adquirir y/o reforzar las competencias y habilidades en aquellas áreas- donde las competencias son necesarios elevarlos hasta el nivel de "deseable" para el negocio.

Cada empresa deberá preocuparse por investigar y evaluar las competencias necesarias para sus diversas gamas de puestos de trabajo, y diseñar unos programas para apoyar el desarrollo de estas competencias.

En la actualidad, las tecnologías más recientes permiten que la capacitación sea más descentralizada y efectiva que en el pasado gracias a la multimedia y la capacitación virtual hoy es posible capacitar grande volúmenes de personal en menor tiempo. “Los instructores de aula de 15 a 20 personas solo van existir en las pequeñas empresas, o para programas que estén destinados principalmente a establecer valores culturales”. (Potenciar, s.f.)

Las empresas de mayor jerarquía son las más propensas a usar la capacitación virtual, el video interactivo, y la comunicación satelital, para impartir programas de formación continua, esta expansión de los métodos no tradicionales será absolutamente crítica para la relación costo-beneficio de las futuras inversiones en formación.

Desgraciadamente en la actualidad pocas empresas valoran efectivamente la capacitación y formación, principalmente a causa de la falta de metodologías de eficacia comprobada. En este campo, las empresas, mas importantes pondrán en práctica una metodología profesional basada en los resultados (midiendo el efecto

de la formación sobre los rendimientos del puesto de trabajo,) en lugar de medir la eficacia de propio programa de formación, este proceso de valoración será esencial para su supervisión y control de las actividades de formación, si se implantan con éxito, comenta MBS Consulting en su portal de internet.

Todos estos cambios van a originar mejoras sustanciales en los métodos de gestión de los recursos humanos, cuando las empresas definan cuidadosamente la combinación de técnicas y procedimientos que necesitan para satisfacer sus necesidades de capacitación tanto para los actuales como para los nuevos empleados, estarán en una mejor situación para optimizar los recursos humanos.

Una recomendación muy puntual que hago a los compañeros que aún estudian la carrera es, que inicien su proyecto de titulación en el último semestre, de esta manera no perderán la inercia con la que se ha venido trabajando y no dejarán inconclusa esta etapa de la vida, pues es muy difícil retomarla después, ya que vienen cosas en la cotidianidad que les dificultará que sigan su proceso.

Espero que con éste documento, pueda aportar algo a mis compañeros que pudieran interesarles el tema, y espero también que encuentren el campo de la Pedagogía tan interesante y fascinante como lo he encontrado yo. Si bien es necesario vivir la Pedagogía para entender más el quehacer pedagógico, no está demás detenerse a reflexionar sobre lo que aprendemos desde la teoría.

Gracias a todas las personas que han aportado una parte de su tiempo, su sabiduría y recursos en general para poder concluir exitosamente ésta etapa de mi vida.

Referencias:

Aguñada, D. (2009). *Organización y procedimientos instruccionales para la preparación técnica del personal en talleres de enderezado y pintura automotrices*. Recuperado el 23 de octubre de 2012, de <http://bit.ly/SutLTL>

Alem, M. (2011). *Pedagogía laboral: Base de la información y capacitación en las organizaciones*. Recuperado el 27 de noviembre de 2012, de <http://bit.ly/YJ2Een>

Barber, C. (2007). *La responsabilidad social en las PyMES*. Recuperado el 15 de noviembre de 2012, de <http://bit.ly/WDtbcj>

Bizberg, I. (2020). *Alianzas público privadas, estrategias para el desarrollo exportador y la innovación*. Recuperado el 12 de noviembre de 2012, de <http://bit.ly/WDtkfT>

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (25 de junio de 2012).

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Recuperado el 30 de julio de 2012, de <http://bit.ly/18Wbid>

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (25 de junio de 2012). *Ley Federal del Trabajo*. Recuperado el 29 de julio de 2012, de <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/125.pdf>

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, (14 de junio de 2012). *Ley Orgánica de la Administración Pública Federal*. Recuperado el 27 de junio de 2012, de <http://bit.ly/iOP7uS>

Carrier, J. (2002). *Escuela y multimedia*. México, D.F., México: Siglo XXI.

Castells, M. (2001). *La galaxia Internet, empresa y sociedad*. Barcelona, España: Areté.

Castillo, R. (2009). *Empresarialidad de PyMES en México: Marco Histórico hacia su nuevo escenario*. Recuperado el 20 de noviembre de 2012, de <http://www.colpamex.org/Revista/Art11/55.htm>

Castellanos, C. (2006). *El de Fox, un sexenio para las PyMES*. Recuperado el 14 de noviembre de 2012, de <http://fox.presidencia.gob.mx/buenasnoticias/?contenido=24808&pagina=90>

Cázares, L. (1990). *Técnicas actuales de Investigación documental*. México, D.F., México: UAM.

Cela, S. (2008). *Los discursos sobre la formación de profesionales*. Recuperado el 4 de julio de 2012, de <http://bit.ly/Suu150>

Cerón, E. (2007). *Las PYMES en México*. Recuperado el 13 de noviembre de 2012, de <http://bit.ly/WDtRyk>

Comenio, J (2004). *Didáctica Magna*. México, D.F., México: Porrúa.

Comisión Intersecretarial de Política Industrial- CIPI, (2003). Recuperado el 13 de noviembre de 2012, de <http://www.cipi.gob.mx/html/observatorio.html>

Consejo de la Comunicación. *Pepe y Toño*. Recuperado el 10 de octubre de 2012, de http://www.pepeytono.com.mx/quienes_somos

De Ibarrolla, María. (1998). *Formación Profesional, Productividad y Empleo (desde la perspectiva del desarrollo latinoamericano)*. Recuperado el 8 de julio de 2012, de <http://www.oei.org.co/iberfop/mexico1.htm>

De la Garza, D. (2003). *La tecnología educativa hoy no es como ayer: nuevos enfoques, nuevas miradas*. Tecnología y Comunicación Educativas. ILCE, 37, 4-21.

Durán, T. (2008). *Educación laboral*. Recuperado el 28 de julio de 2012, de <http://www.paedagogium.com/Articulos/NC/01.html>

Feingenbaum, A. (1991). *Control de la calidad total*. New York, New York: McGraw-Hill.

Fernández, D. (2011). *La cultura emprendedora se transforma*. Recuperado el 27 de octubre de 2012, de <http://bit.ly/Suu4hd>

Fernández, N. (s.f.). *Diagnóstico de Necesidades de capacitación*. Recuperado el 9 de julio de 2012, de <http://bit.ly/Suu7JU>

Ferrari, B. (2011). *Los ejes estratégicos de la Secretaría de Economía*. Recuperado el 25 de octubre de 2012, de <http://bit.ly/Suu94t>

Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (FONDO PYME). (s.f). Recuperado el 1 julio de 2011, de <http://bit.ly/i9Bp9K>

Fundación ProEmpleo Productivo A.C (s.f.) Recuperado el 31 de octubre de 2012, de http://proempleo.org.mx/inicio/?page_id=143

Galdeano, M. (2006) *Los materiales didácticos en Educación a Distancia (I) Funciones y características*. Recuperado el 9 de julio de 2012, de <http://bit.ly/SutFLJ>

García, J. (1983). *Replanteamiento de la microenseñanza en Formación Docente en Didáctica de la Educación Superior. Una propuesta teórico metodológica*. México, D.F., México: UNAM.

García, M. y Pérez A. (2011). *Taller emprende*. México, D.F., México: Fundación ProEmpleo Productivo A.C.

Garza, E. (1998). *La modernización industrial de México*. Recuperado el 12 de noviembre de 2012, de <http://bit.ly/WDvign>

González, S. (2008). *Políticas e Instituciones para el desarrollo económico territorial. El caso de México*. Recuperado el 27 de noviembre de 2012, de <http://bit.ly/SHV2nd>

Hamel, G. (2000). *PyMES*. Recuperado el 19 de noviembre de 2012, de

<http://cadel2.uvmnet.edu/congreso/ponencias/pdfs/Pymes.pdf>

Hernández, J. (2009). *Políticas de Apoyo a la Internacionalización de las PYMES Mexicanas*. Recuperado el 18 de noviembre de 2012, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/hernandez_t_ja/capitulo3.pdf

Irondo, J. (2007) *Clima Laboral. Contexto de Gestión*. Recuperado el 18 de julio de 2007, de <http://www.orggames.org/contexto.htm>

Islas, E. (2011). *Evolución de la PyMES en México*. Recuperado el 13 de noviembre de 2012, de <http://bit.ly/WDuV5m>

Kiyosaki, K. (2007). *Mujer Millonaria*. México, D.F., México: Aguilar.

Ley para el Desarrollo de la competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana empresa, Poder Legislativo de México (13-12-2002). Recuperado el 10 de octubre de 2012, de <http://bit.ly/Suu017>

Ley para el Desarrollo de la Conectividad de la Micro, Pequeña y Mediana

Empresa. (30 de diciembre de 2002).
http://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=3&cad=rja&ved=0CC4QFjAC&url=http%3A%2F%2Fdof.gob.mx%2Fnota_to_doc.php%3Fcodnota%3D716999&ei=ftyUIIPFKj8yAGtnoHoAQ&usg=AFQjCNHdJaYsSqaJiMljXgYgRFO76bj1Ow&sig2=83BRW2syZB7ykcpjLOYxMA

Management Bussines Service Consulting. (s.f.) *Nuevas tendencias en la capacitación*. Recuperado el 29 de noviembre de 2012 de http://www.mbsperu.com/articulo_cap_1.htm

Martínez, F. (1989). *El oficio del investigador educativo*. México, D.F., México: UAS.

Mena, M. (2005). *El diseño de Proyectos de Educación a Distancia*. Buenos Aires., Argentina: Stella.

Mestas, A. (2003). *La evaluación como proceso*. México, D.F., México: Instituto de Evaluación de la Calidad Educativa S.C

México Emprende, *Programas por segmento*. Recuperado el 12 de noviembre de 2012, de <http://www.mexicoemprende.mx/>

Messina, G. (2008). *Educación y trabajo. Lecciones desde la práctica innovadora en América Latina*. Recuperado el 29 de noviembre de 2012, de <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001608/160881s.pdf>

Monzó, R. (2005). *Evaluación basada en competencias*. Revista Panamericana de Pedagogía. 6, 131-143.

Mora H. (s.f.). *La tabla rasa: presupuesto empirista de la mente*. Recuperado el 03 de noviembre de 2012, de <http://www.incocr.org/biblioteca/0029.PDF>

Nájar, D (2011). *Emprendedores emergentes*. Recuperado el 15 de octubre de 2012, de <http://bit.ly/SuuleK>

Novak, J. (1988). *Aprendiendo a aprender*. Barcelona, España: Libros Universitarios y Profesionales.

Navas, D. (2006). *Las medianas y pequeñas empresas, clave del mundo globalizado*. Recuperado el 12 de noviembre de 2012, de <http://ols.uas.mx/fen/gestione/showjournal.asp?id=3>

Ordóñez, R., (s.f.). *Asesoramiento pedagógico*. Recuperado el 9 de julio de 2012,
de <http://bit.ly/Sutxfh>

Padula, J. (2003). *Una introducción a la Educación a Distancia*. Buenos Aires.,
Argentina: FCE.

Palomar, V. (2006). *La Normalización terminológica*. Recuperado el 16 de
septiembre de 2012, de <http://bit.ly/SuuRP9>

Pansza, M. (2006). *Fundamentos de la Didáctica*. México, D.F., México: Gernika.

Pansza, M. (2005). *Operatividad de la Didáctica*. México, D.F., México: Gernika.

Pasillas, M (2002). *Sobre la estructura y el modo de ser de la Pedagogía*. México,
D.F., México: UIICSE.

Pastrana, N. (1983). *Evaluación de programas*. México, D.F., México:
UNAM/CEUTES

Primer Informe de Gobierno (1ero de noviembre de 1989). Recuperado el 14 de noviembre de 2012, de <http://lanic.utexas.edu/larrp/pm/sample2/mexican/gortari/1/8900040.html>

Potenciar (s.f.). *Incorporación de nuevas tecnologías de capacitación*. Recuperado el 30 de noviembre de 2012 de <http://bit.ly/YJ0dbL>

Real Academia Española. (2001). *Formación*. En Diccionario de la lengua española (22.a ed.). Recuperado el 8 de julio de 2012, de <http://lema.rae.es/drae/?val=fotrmaci%C3%B3n>

Reglas de Operación del Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeño y Media Empresa (Fondo PyME) para el ejercicio fiscal 2011. (29 de diciembre de 2010). Recuperado el 15 de noviembre de 2012, de http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5173027&fecha=29/12/2010

Rossi. (2000). *Materiales para el Aprendizaje, más allá del libro de texto, Innovación Educativa*. Recuperado el 30 de octubre de 2012, de <http://bit.ly/Suv2Kh>

Robinson y Stern (2000). *Innovación y creatividad corporativa en lo inesperado*.

Recuperado el 20 de noviembre de 2012, de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAN8292.pdf>

Sexto Informe de Gobierno (1ero de septiembre de 2006). Recuperado el 14 de

noviembre de 2012, de <http://sexto.informe.fox.presidencia.gob.mx/index.php?idseccion=122>

Silva, A. (2004). *Gerencia de la innovación*. Recuperado el 19 de noviembre de

2012, de <http://bit.ly/WDw3WC>

Sistema Nacional de Incubación de Empresas (SNIE), (s.f.). Recuperado el 31 de

octubre de 2012, de <http://siem.gob.mx/sniedefinicionesSNIE.asp>

Suárez, M. (2008). *De la changarrización*. Recuperado el 14 de noviembre de

2012, de <http://bit.ly/WDwbFw>

Tecla, Alfredo. (1985). *Teoría, métodos y técnicas en la Investigación Social*.

México, D.F., México: Ediciones Taller Abierto.

Trotter, M. (2000). *Clima Laboral*. México, D.F., México: Editorial V&R

Universidad Autónoma de Chihuahua (s.f.) *Evolución del sistema de Incubación de Empresas*. Recuperado el 27 de octubre de 2012, de <http://bit.ly/SuvYyv>

Wikipedia (2012). *Oficina de servicios*. Recuperado el 16 de setiembre de 2012, de http://es.wikipedia.org/wiki/Oficina_de_servicios

Zarur, A. (2002). *Apertura y modernización empresarial en México*. El caso de la pequeña y mediana empresa. <http://www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num5/doc12.htm>

Zavala, P. (2000). *El Proyecto Educativo en la Educación Escolar*. Recuperado el 6 de noviembre de 2012, de: http://upana.edu.gt/web/upana/tesis-educacion/doc_view/417-t-e2-134-g633-

Anexo

Plan de negocios



Fundación
ProEmpleo

Incubadora de Empresas

Plan de Negocios

Buró Educativo

Diana Ramírez del Prado Altamirano
Julio 2011

Índice

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| PLAN DE NEGOCIOS | 103 |
| BURÓ EDUCATIVO | 103 |
| 1. RESUMEN EJECUTIVO..... | 106 |
| 1.1. CONCEPTO DE NEGOCIO | 107 |
| 1.2. MERCADO META..... | 107 |
| 1.3. PRINCIPALES PRODUCTOS O SERVICIOS..... | 107 |
| 1.4. INVERSIÓN NECESARIA, PROYECCIONES DE VENTAS Y RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN | 108 |
| 2. EL EMPRENDEDOR..... | 109 |
| 2.1. DATOS PERSONALES..... | 110 |
| 2.2. EXPERIENCIA PROFESIONAL..... | 110 |
| 2.3. EDUCACIÓN..... | 112 |
| 3. ASPECTOS GENERALES | 113 |
| 3.1. CONCEPTO DE NEGOCIO | 114 |
| 3.2. JUSTIFICACIÓN DE LA IDEA..... | 114 |
| 3.3. NECESIDADES DETECTADAS EN EL MERCADO..... | 114 |
| 3.3.1 <i>Necesidades de los clientes satisfechas por la competencia.....</i> | <i>114</i> |
| 3.3.2 <i>Necesidades de los clientes aun no satisfechas por la competencia.....</i> | <i>114</i> |
| 4. ESTUDIO DE MERCADO..... | 115 |
| 4.1. POSICIONAMIENTO | 116 |
| 4.2. DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS / SERVICIOS | 116 |
| 4.2.1 <i>Ventajas Competitivas.....</i> | <i>118</i> |
| 4.3. MERCADO OBJETIVO | 118 |
| 4.3.1 <i>Perfil del cliente y/o consumidor final.....</i> | <i>118</i> |
| 4.3.2 <i>Perfil de Cliente Empresarial.....</i> | <i>118</i> |
| 4.4. MERCADO POTENCIAL | 119 |
| 4.5. PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN..... | 119 |
| 4.6. PROMOCIÓN Y/O PUBLICIDAD..... | 122 |
| 4.7. INFORMACIÓN DE LA INDUSTRIA | 122 |
| 4.8. INVESTIGACIÓN DE MERCADO..... | 129 |
| 4.8.1 <i>Metodología.....</i> | <i>129</i> |
| 4.8.2 <i>Periodo de levantamiento.....</i> | <i>129</i> |
| 4.8.3 <i>Objetivo</i> | <i>129</i> |
| 4.8.4 <i>Tamaño de la Muestra.....</i> | <i>129</i> |
| 4.8.5 <i>Diseño de la encuesta.....</i> | <i>129</i> |
| 4.8.6 <i>Resultados.....</i> | <i>130</i> |
| 4.8.7 <i>Análisis de Resultados</i> | <i>134</i> |
| 4.9. ANÁLISIS DE COMPETENCIA | 135 |
| 4.9.2 <i>(Nombre de la competencia 2).....</i> | <i>135</i> |
| 4.9.3 <i>(Nombre de la competencia 3).....</i> | <i>136</i> |
| 4.10. IMAGEN CORPORATIVA | 137 |
| 4.10.1 LOGOTIPO..... | 137 |
| 4.10.2 APLICACIÓN DEL LOGOTIPO EN IMAGEN CORPORATIVA | 137 |
| 5. ESTUDIO TÉCNICO | 138 |
| 5.1. UBICACIÓN DE LA EMPRESA | 139 |
| 5.2. LAY OUT EMPRESA | 139 |

| | | |
|-----------|-------------------------------------------|------------|
| 5.3. | PROCESO DE PRODUCCIÓN Y/O EJECUCIÓN | 139 |
| 5.4. | PROVEEDORES Y SUS CARACTERÍSTICAS | 140 |
| 6. | ESTUDIO ADMINISTRATIVO | 141 |
| 6.1. | PLANEACIÓN ESTRATÉGICA | 142 |
| 6.1.1 | <i>Misión</i> | 142 |
| 6.1.2 | <i>Visión</i> | 142 |
| 6.1.3 | <i>Valores</i> | 142 |
| 6.1.4 | <i>Análisis FODA</i> | 143 |
| 6.1.5 | <i>Formulación de Estrategias</i> | 144 |
| 6.1.6 | <i>Objetivos de la Empresa</i> | 145 |
| 6.2. | DISEÑO ORGANIZACIONAL | 146 |
| 6.3. | DESCRIPCIÓN DE PUESTOS..... | 146 |
| 6.4. | CONDICIONES DE TRABAJO | 148 |
| 7. | LEGAL..... | 149 |
| 7.1. | TRAMITES DE APERTURA | 150 |
| 7.2. | ESTRUCTURA LEGAL | 150 |
| 7.3. | DERECHOS DE MARCA..... | 150 |

1. Resumen Ejecutivo

1.1. Concepto de Negocio

Buró Educativo es una empresa de servicios de consultoría educativa para PyMES del D.F.

1.2. Mercado meta

El perfil de los clientes a los que va dirigidos los servicios de Buró Educativo son:

Empresas, de cualquier giro, de tamaño pequeño y micro, de nueva creación o que se encuentre operando con capacidad de pago.

1.3. Principales productos o servicios

| |
|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Servicios |
| |
| Uso de Tecnología |
| Educación a Distancia |
| Asesoría pedagógica |
| Creación e Impartición de cursos, talleres, pláticas, diplomados y seminarios |
| Gestión |
| Redes sociales |
| Clima laboral |
| Comunicación Asertiva |
| Capacitación, seguimiento y evaluación |
| Diagnóstico de necesidades de capacitación |
| Materiales didácticos |
| Desarrollo humano |

| |
|--------------------------|
| Planeación estratégica |
| Resolución de conflictos |

1.4. Inversión Necesaria, Proyecciones de ventas y Recuperación de Inversión

El capital requerido que necesito para iniciar a operar Buró Educativo es de cuatro meses de operaciones iniciales.

2. El Emprendedor

2.1. Datos Personales

Nombre: Diana Ramírez del Prado Altamirano

Correo electrónico: diaanaramirez@gmail.com o diana@buroeducativo.com

2.2. Experiencia Profesional

| Periodo de labores | Empresa | Actividades |
|--------------------|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2009 – 2012 | Obviously | Seguimiento de información Manejo de redes sociales Manejo de herramientas en redes sociales |
| 2007-2010 | Profesional independiente | Asesoría pedagógicas Consultoría Diseño e impartición de cursos y talleres Nivelación académica Capacitación Diseño de material didáctico |
| 2008- 2009 | Grupo OEM S.A de C.V | Venta de equipo Impartición de cursos Administración |
| 2008- 2009 | Niños del Rey A.C | Atención a menores y jóvenes |
| 2008 | ENLACE México | Call center |

| | | |
|------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2007- 2008 | ADULAM A. C | <p>Curso de organizadores gráficos</p> <p>Asistente general de proyectos (Indesol, Procura, C&A)</p> <p>Atención a menores (Área de psicopedagogía)</p> |
| 2008 | Develop | <p>Seguimiento a asesores.</p> <p>Diagnóstico de necesidades de capacitación.</p> <p>Desarrollo de Manuales operativos.</p> <p>Planeación de actividades.</p> <p>Elaboración de material didáctico.</p> <p>Revisión de material didáctico en línea.</p> <p>Reporte de actividades.</p> <p>Propuesta de material didáctico,</p> <p>Revisión de cursos.</p> <p>Revisión de misión, visión y objetivos institucionales.</p> |
| 2005- 2007 | Buró de Asesoría Educativa y Desarrollo Institucional S.C | <p>Elaboración de cursos</p> <p>Materiales didácticos</p> <p>Capacitación, seguimiento y evaluación docente</p> <p>Diagnóstico de necesidades de capacitación</p> <p>Capacitación, seguimiento y evaluación laboral</p> <p>Formación docente</p> <p>Gestión educativa</p> <p>Elaboración de Perfiles laborales</p> <p>Gestión de modelo educativo</p> <p>Diseño curricular</p> <p>Corrección curricular</p> |

Seguimiento de proyectos

Auxiliar administrativo

Búsqueda especializada en Internet

Elaboración de manuales

2.3. Educación

| Periodo | Institución | Nivel acreditado |
|------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 2004- 2007 | UNAM | Licenciatura en Pedagogía (Pasante) |
| 2006- 2007 | CUAED- UNAM | Diplomado en educación abierta y educación a distancia |
| 2006- 2007 | UNAM Facultad de Filosofía y Letras, Colegio de Pedagogía | Servicio Social en la Facultad de Filosofía y Letras, Colegio de pedagogía |
| 2004- 2005 | ILCE | Prácticas profesionales |
| 2002- 2004 | CCH- UNAM | Dirección General del Colegio de Ciencias y Humanidades (Prácticas de opción técnica) |

3. Aspectos Generales

3.1. Concepto de Negocio

Buró Educativo es una empresa de servicios de consultoría educativa para PyMES.

3.2. Justificación de la Idea

Buró Educativo se crea en base a la experiencia que tengo en las diferentes áreas que atiende la educación.

La educación es relevante para cambiar muchas problemáticas que hay en la actualidad, así que conjuntaré la resolución de carencias de formación con la pasión que tengo por la pedagogía, el servicio y los recursos tecnológicos que tengo a la mano. Deseo ayudar a alcanzar metas y brindar calidad en el servicio prestado a los clientes y trabajadores.

3.3. Necesidades detectadas en el mercado

3.3.1 Necesidades de los clientes satisfechas por la competencia

Las necesidades de mis próximos clientes están cubiertas por personas que trabajan de manera independiente o informal por un lado, por otro lado existen consultorías que atienden PyMES, sin embargo los consultores en su mayoría de formación son ingenieros, administradores, lo cual en ocasiones dificulta la comunicación. Las empresas que se insertan en la parte operativa, carecen de la parte de consultoría y pedagógica que se necesita.

3.3.2 Necesidades de los clientes aun no satisfechas por la competencia

Están abiertos a propuestas, pues las pocas personas que ya están siendo atendidas no les satisfacen del todo.

La mayor parte de los perfiles que existen en México con PyMES

Las empresas consultoras no están posicionadas correctamente.

4. Estudio de mercado

4.1. Posicionamiento

Buró Educativo es una empresa confiable, la cual va a ayudarte a resolver los problemas que tiene tu empresa, que va a ayudarte con tus áreas de oportunidad, te va a capacitar y dar seguimiento en los procesos de mejora en los que te vas a comprometer. Será una empresa posicionada, con una buena imagen, amigable y que dará un servicio al cliente que marcará la diferencia entre ser una consultoría y Ser La empresa Consultora.

4.2. Descripción de Productos / Servicios

| Servicio | |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | |
| Uso de Tecnología | Se enseña el uso pertinente de la tecnología en las actividades en donde se desea insertar así como su manejo. |
| Educación a Distancia | Es un modelo educativo en donde empleando una plataforma se dan las clases, se hace uso de herramientas, técnicas, didáctica, metodologías específicas para lograr el proceso de enseñanza-aprendizaje. |
| Asesoría pedagógica | Es una asesoría en donde el experto en educación ayuda a resolver los problemas de ésta índole. |
| Creación e Impartición de cursos, talleres, pláticas, diplomados y seminarios | En base a un diagnóstico, se crea un curso, taller, diplomado o seminario para impartirlo posteriormente, cabe mencionar que la estructura es lo adaptable a cualquier forma de impartición y modelo educativo. |
| | |
| Gestión | Es dar estructura sólida a la institución, pues es el eje vertebral para planear, organizar, direccionar y controlar lo que sucede. |

| | |
|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Redes sociales | Es la nueva forma de dar a conocer un producto o servicio, además de posicionarla y realizar marketing |
| Clima laboral | Es la resolución pertinente de conflictos entre los miembros del equipo de trabajo, por medio de técnicas y casos se van exponiendo diferentes temáticas que ayudarán a una comunicación asertiva y por lo tanto a proponer soluciones realistas para los problemas existentes. |
| Comunicación Asertiva | La comunicación asertiva es una herramienta indispensable en cualquier ámbito, pues esta ayudará a decir con precisión, madurez, claridad y dirección lo que se necesita expresar |
| | |
| Capacitación, seguimiento y evaluación | La capacitación es una herramienta fundamental para la Administración de Recursos Humanos, es un proceso planificado, sistemático y organizado que busca modificar, mejorar y ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes del personal nuevo o actual, como consecuencia de su natural proceso de cambio, crecimiento y adaptación a nuevas circunstancias internas y externas. El seguimiento se hace justamente en el proceso de adaptación y de desarrollo de los conocimientos, habilidades y actitudes, evaluándolas constantemente para obtener estándares de medición. |
| Diagnóstico de necesidades de capacitación | Antes de capacitar a cualquier institución es pertinente hacer un diagnóstico que muestre la situación real en donde está esta, y que por lo tanto no indique cuál es el área de oportunidad que debemos desarrollar. |
| Materiales didácticos | Los materiales didácticos son aquellos con los que teniendo un objetivo específico vamos a emplearlos en una actividad |
| Desarrollo humano | Es aquel que sitúa a las personas en el centro del desarrollo, es la promoción del desarrollo potencial de la personas, del aumento de sus posibilidades y del disfrute de la libertad para vivir la vida que valoran. |
| Planeación estratégica | Conjunto de acciones maestras para la toma de decisiones que tienen influencia en la eficacia a largo plazo de una |

| | |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | Organización |
| Resolución de conflictos | En la resolución de conflictos se busca alcanzar acuerdos que proporcionen resultados perdurables y pacíficos; lo hace por medio de la estructuración de un proceso de negociación que incluya a los actores involucrados y a las necesidades de éstos. |

4.2.1 Ventajas Competitivas

Los servicios que Buró Educativo va a ofrecer aunque son para PyMES, están segmentados. Existen empresas que tienen estos servicios pero sólo atienden a un segmento y tienen otros enfoques de trabajo, se cumplirá en tiempo y forma con los servicios, experiencia, profesionalismo, resolución oportuna de los conflictos, negociación ganar- ganar, servicio al cliente de excelencia empleando un dominio de la tecnología, educación a distancia, Pedagoga de planta, adaptabilidad a los clientes, nueva opción, disposición en la forma de pago. El servicio posventa será esencial para ir evaluando la calidad y la satisfacción del cliente. Por ser poco conocida la profesión de Pedagogía, el campo de trabajo está mucho más vinculado a los administradores, ingenieros, psicólogos entre otros, sin embargo, carecen de una metodología pedagógica que les permita de manera natural hacer el trabajo.

4.3. Mercado Objetivo

4.3.1 Perfil del cliente y/o consumidor final

4.3.2 Perfil de Cliente Empresarial

| Perfil de Cliente Empresarial | |
|-----------------------------------|------------------------|
| Giro al que pertenece la empresa. | No aplica |
| Cantidad de empleados. | No aplica |
| Ubicación | DF |
| Extensión de empresa | PyME |
| Situación de la empresa | Con capacidad de pago. |

4.4. Mercado potencial

Prácticamente cualquier PyME que se encuentre en el D.F, que desee mejorar sus procesos de formación, ya sea gestión, capacitación, evaluación, producción de materiales, procesos internos, reingeniería de procesos, formador de capacitadores, consultoría y que tenga una solvencia económica.

4.5. Proceso de comercialización

El proceso de comercialización de mi servicio estará dividido en 4 grandes fases:

1. Prospección:

La fase de prospección o exploración es el primer paso del proceso de venta y consiste en la búsqueda de clientes en perspectiva; es decir, aquellos que aún no son clientes de la empresa pero que tienen grandes posibilidades de serlo.

La prospección involucra un proceso de tres etapas:

- **Etapas 1.- Identificar a los clientes en perspectiva** se responde a la pregunta: ¿Quiénes pueden ser nuestros futuros clientes?

Para hallar clientes en perspectiva se puede acudir a diversas fuentes, por ejemplo:

- Datos de la misma empresa.
 - Referencias de los clientes actuales.
 - Referencias que se obtienen en reuniones con amigos, familiares y conocidos.
 - Empresas o compañías que ofrecen productos o servicios complementarios.
 - Información obtenida del seguimiento a los movimientos de la competencia.
 - Grupos o asociaciones.
 - Periódicos y directorios.
 - Entrevistas a posibles clientes.
- **Etapas 2.- Calificar a los candidatos en función a su potencial de compra:** Luego de identificar a los clientes en perspectiva se procede a darles una "calificación" individual para determinar su importancia en función a su potencial de compra y el grado de prioridad que requiere de parte de la empresa y/o el vendedor.
Algunos factores para calificar a los clientes en perspectiva, son los siguientes:
 - Capacidad económica.
 - Autoridad para decidir la compra.
 - Accesibilidad.
 - Disposición para comprar.
 - Perspectiva de crecimiento y desarrollo.
 Luego de asignar la puntuación correspondiente a cada factor se califica a cada cliente en perspectiva para ordenarlos de acuerdo a su importancia y prioridad para la empresa.
- **Etapas 3.- Elaborar una lista de clientes en perspectiva:** Una vez calificados los clientes en perspectiva se elabora una lista donde son ordenados de acuerdo a su importancia y prioridad.
Cabe destacar que la lista de clientes en perspectiva es un patrimonio de la empresa no del vendedor y debe ser constantemente actualizada para ser utilizada en cualquier momento y por cualquier persona autorizada por la empresa

2. El acercamiento previo o "preentrada":

Luego de elaborada la lista de clientes en perspectiva se ingresa a la fase que se conoce como acercamiento previo o preentrada que consiste en la obtención de información más detallada de cada cliente en perspectiva y la preparación de la presentación de ventas adaptada a las particularidades de cada cliente.

Esta fase involucra el siguiente proceso:

- **Etapas 1.- Investigación de las particularidades de cada cliente en perspectiva:** En esta etapa se busca información más específica del cliente en perspectiva, por ejemplo:
 - Nombre completo.
 - Edad aproximada.
 - Sexo.
 - Hobbies.

- Estado civil.
- Nivel de educación.

Adicionalmente, también es necesario buscar información relacionada con la parte comercial, por ejemplo:

- Productos similares que usa actualmente.
 - Motivos por el que usa los productos similares.
 - Que piensa de ellos.
 - Estilo de compra, etc...
- **Etapas 2.- Preparación de la presentación de ventas enfocada en el posible cliente:** Con la información del cliente en las manos se prepara una presentación de ventas adaptada a las necesidades o deseos de cada cliente en perspectiva. Para preparar esta presentación, se sugiere elaborar una lista de todas las características que tiene el producto, luego se las convierte en beneficios para el cliente y finalmente se establece las ventajas con relación a la competencia. También, es necesario planificar una entrada que atraiga la atención del cliente, las preguntas que mantendrán su interés, los aspectos que despertarán su deseo, las respuestas a posibles preguntas u objeciones y la forma en la que se puede efectuar el cierre induciendo a la acción de comprar.
 - **Etapas 3.- Obtención de la cita o planificación de las visitas en frío:** Dependiendo de las características de cada cliente, se toma la decisión de solicitar una cita por anticipado (muy útil en el caso de gerentes de empresa o jefes de compra) o de realizar visitas en frío, por ejemplo tocando las puertas de cada domicilio en una zona determinada (muy útil para abordar amas de casa con decisión de compra).

3. La presentación del mensaje de ventas:

La presentación del mensaje de ventas debe ser adaptada a las necesidades y deseos de los clientes en perspectiva. Hoy en día, ya no funcionan aquellas presentaciones "enlatadas" en las que el vendedor tenía que memorizarlas para luego "recitarlas" ante el cliente (quién asumía una posición pasiva). Los tiempos han cambiado, hoy se debe promover una participación activa de los clientes para lograr algo más importante que la venta misma, y es: su plena satisfacción con el producto adquirido.

La presentación del mensaje de ventas se basa en una estructura basada en 3 pilares:

- *Las características del producto:* Lo que es el producto en sí, sus atributos
- *Las ventajas:* Aquello que lo hace superior a los productos de la competencia
- *Los beneficios que obtiene el cliente:* Aquello que busca el cliente de forma consciente o inconsciente

Por otra parte, las objeciones ya no representan un obstáculo a superar por el vendedor, por el contrario son claros indicios de compra (si el cliente objeta algo es porque tiene interés pero antes

necesita solucionar sus dudas). Finalmente, el cierre de venta ya no es una tarea que se deja al final de la presentación, es decir que el famoso cerrar con broche de oro pasó a la historia. Hoy en día, el cierre debe efectuarse ni bien exista un indicio de compra por parte del cliente, y eso puede suceder inclusive al principio de la presentación.

4. Servicios posventa

Según los autores Stanton, Etzel y Walker *"la etapa final del proceso de venta es una serie de actividades posventa que fomentan la buena voluntad del cliente y echan los cimientos para negocios futuros"*

Los servicios de posventa tienen el objetivo de asegurar la satisfacción e incluso la complacencia del cliente. Es en esta etapa donde la empresa puede dar un valor agregado que no espera el cliente pero que puede ocasionar su lealtad hacia la marca o la empresa.

Los servicios de posventa, pueden incluir todas o algunas de las siguientes actividades:

- Verificación de que se cumplan los tiempos y condiciones de trabajo
- Verificación de una entrega correcta en caso necesario
- Asesoramiento para un uso apropiado
- Garantías.
- Servicio
- Soporte técnico
- Posibilidad de cambio o devolución en caso de no satisfacer las expectativas del cliente
- Descuentos especiales para compras futuras

4.6. Promoción y/o Publicidad

| Formas de promocionarse | | | |
|-------------------------|---|------------|---|
| Televisión | | Ofertas | X |
| Radio | | Ahorros | |
| Periódicos | | Descuentos | X |
| Revistas | X | Regalos | |
| Volantes | | Premios | |

| | | | |
|-------------------------|---|----------------------|---|
| Sección Amarilla | | Degustaciones | |
| Internet | X | Muestras | |
| Redes Sociales | X | Programas de lealtad | X |

La publicidad que va a tener Buró Educativo a ser esencialmente en redes sociales, página web, ferias e internet. La manera de promocionarnos está ligada a ofertas, descuentos y programas de lealtad.

4.7. Información de la Industria

La Secretaría de Economía promueve e impulsa la cultura y el desarrollo empresarial para la creación de más y mejores emprendedores, los cuales ocupan el primer nivel dentro de la pirámide empresarial.

Para los emprendedores, el desarrollo y consolidación son los ejes fundamentales para el desarrollo del país. Estos utilizan el diseño, fomento y promoción de programas y herramientas para crear, consolidar y desarrollar a las pequeñas y medianas empresas que en suma representan el 99 por ciento de los negocios que existen en el país, y además generan cerca del 80 por ciento de los empleos.

Otro importante sector lo son las grandes empresas nacionales cuyo uno por ciento de presencia en el país, produce el 65 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB). (SE)

Microempresas: Son un motor de crecimiento en la economía nacional, ocupan en 95 por ciento del total de las empresas. (SE)

Pequeñas empresas Representan el 15 por ciento del empleo en el país. Su objetivo es la producción, transformación y prestación de servicios. (SE)

Medianas empresas Son unidades económicas con la oportunidad de desarrollar competitividad y mejorar las habilidades empresariales. (SE)

El Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 contempla cinco ejes rectores que direccionan la transformación de México sobre bases sólidas, realistas y, sobre todo, responsables. Uno de éstos es el logro de una economía competitiva y generadora de empleos, capaz de un crecimiento más sostenido y acelerado que permita mejorar la vida de todos los mexicanos.

Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPyMES) representan más del 95% del total de las

empresas y en ellas laboran, aproximadamente, el 90% de los trabajadores. Por ello, la Secretaría de Economía, a través del Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa otorga apoyos de carácter temporal a programas y proyectos que fomentan la viabilidad de las empresas que se están gestando o aquellas que comienzan a emprender; el desarrollo sustentable y productivo de las empresas activas, así como la consolidación y la competitividad de este sector.

En 2010 el Fondo PyME logró apoyos para la generación de más de un millón de empleos que beneficiaron a más de 293 mil empresas. Con estas acciones se pretende que las MIPyMES mejoren su capacidad de gestión, administración, innovación y se facilite al acceso a financiamientos a través de instituciones financieras o intermediarios financieros especializados.

Consulta el sitio web www.fondopyme.gob.mx

De acuerdo a la Ley Federal del Trabajo en México, todo trabajador tiene el derecho a que su patrón le proporcione capacitación o adiestramiento en su trabajo que le permita elevar su nivel de vida y productividad, conforme a los planes y programas formulados, de común acuerdo.

El éxito o fracaso de la compañía depende en gran medida del talento del equipo. Es por esto que para cada nueva contratación, resulta indispensable asegurarse que todo empleado tenga todas las herramientas y conocimientos necesarios para desempeñar correctamente su labor.

Un plan de capacitación debe ser preciso y estructurado. Es importante que se atiendan las necesidades de formación y entrenamiento y que estén alineadas con las necesidades de la compañía.

Para esto, debes ser capaz de diseñar y gestionar un plan como el siguiente:

Diagnóstico

Uno de los puntos para iniciar con un proceso de capacitación es la evaluación de las necesidades de la empresa.

Este diagnóstico se puede realizar mediante un formato que el jefe de departamento envía a sus empleados donde se registra el concepto que ellos tienen sobre lo que consideran puntual para capacitarse.

Establecer metas para la capacitación e inversión Debes definir qué quieres alcanzar con la capacitación y determinar de qué forma recuperarás el dinero invertido. Por ejemplo, si contratas un curso profesional de ventas para todos tus vendedores, después de tomar este curso querrás que ellos incrementen sus ventas en X%, esto generaría utilidades por X cantidad y por lo tanto recuperarías la inversión en Y meses.

Seleccionar cursos y empleados. En este punto deberás determinar qué entrenamientos son necesarios para mejorar el desempeño de la empresa en general y después seleccionar a los empleados más idóneos para adquirir esta capacitación.

Realizar cronograma. El programa se puede hacer semestral o anual. Es preferible hacerlo cada seis meses, porque puede ser flexible si aparece la necesidad de realizar cambios por diversas razones. No obstante, si es anual se podría afectar el cronograma en el caso de que se corrieran fechas.

Revisar logística. La logística es un aspecto clave para la empresa, porque está relacionada con el presupuesto, las herramientas y personas que van a intervenir en su organización y ejecución. En este caso, el apoyo en los proveedores de la empresa para realizar las capacitaciones es algo que contribuye a que se disminuyan costos en el presupuesto que se brinda para hacerlas. Por ejemplo, suele suceder que las compañías ofrecen valores agregados con la compra de sus productos y las actividades de formación son parte de ellos.

Evaluar. En un plan siempre es vital medir la efectividad de su aplicación, por lo que, es requisito determinar los procesos o acciones para evaluar resultados. En cuanto a los resultados deseados de una capacitación, si ésta fue efectiva, deberías observar un cambio de conducta en el personal, impacto positivo en la productividad de la empresa y mejoras en el desempeño.

Según Donald Kirkpatrick, experto en temas de formación y RR.HH., existe una forma simple y flexible para evaluar en cuatro niveles el impacto de un programa de formación:

a- Reacción o satisfacción, que determina en qué medida se valoró la acción.

b- Aprendizaje, determina el grado de conocimiento adquirido.

c- Comportamiento, permite ver si las personas han transferido a su trabajo el conocimiento adquirido.

d- Resultados, mide el impacto en cuanto a cantidad y cualidad para compararlos con los objetivos planteados. (Entrepreneur)

El concepto de equipo tiene su origen en la versión deportiva del tema. Sin embargo, esta mirada desde el deporte se incorpora al ámbito organizacional a mediados del siglo XX cuando diferentes autores empiezan a reconocer la importancia de los equipos en las organizaciones, centrándose en las empresas y particularmente en los proyectos. Así se suele hablar en la actualidad de team building, team work, team leadership.

El trabajo en equipo no es una mera suma de actividades individuales, sino que hay una energía colectiva que produce un efecto distinto a la simple adición de tareas.

Para aquellos que conducen o lideran equipos y que desean no sólo conformar equipos de trabajo sino, fundamentalmente, aprender a conseguir todo el potencial de la sinergia entre todos sus integrantes, aquí les entregamos **10 claves** que serán fundamentales.

1. Constitución de los equipos con un propósito determinado y una tarea. Para que un equipo se constituya, debe haber un propósito convocante, una tarea a realizar.

2. Alcance de los propósitos en un plazo determinado. Los equipos tienen tiempos concretos para realizar su tarea. Estos tiempos pueden ser fijados por un nivel superior de la organización, por el propio equipo, por el conductor o mediante un proceso de negociación entre los distintos actores de la organización.

3. Especialización individual y co-especialización en equipos. Si bien los integrantes tienen conocimientos y habilidades específicos en una o más disciplinas, también deben prepararse para intercambiar funciones.

4. La selección de los integrantes del equipo. Las organizaciones seleccionan a sus miembros centrándose en habilidades individuales, condiciones psicológicas, etc.

5. Evaluación por procesos. Evaluación por resultados. Algunos equipos se miden solo por resultados. Otros se miden también la forma y el proceso en que se realizó la tarea.
6. Estilo del equipo. Todo equipo tiene un estilo que lo caracteriza y se forma por acuerdos internos, por los recursos, por el estilo personal, los conocimientos y experiencias previas de los integrantes y del conductor, por su historia, etc.
7. Estándares de calidad. Los equipos tienen como requisito el cumplimiento de estándares de calidad. Por ejemplo: una orquesta no puede desafinar.
8. Confiabilidad. Se desarrolla con el tiempo. En equipos efímeros la confiabilidad está muchas veces implícita en la profesionalidad de sus integrantes.
9. El juramento del equipo. Los pactos marcan los límites del equipo, generan cohesión.
10. Ética, motivación y capacitación. La satisfacción de ciertos principios éticos -de los cuales la capacitación permanente y la competencia no están excluidas- es un motivador para los integrantes del equipo. (Entrepreneur)

Capacitación Empresarial: Hoy como nunca, la capacidad competitiva de las empresas depende en gran medida del conocimiento y la competitividad de su capital humano. Uno de los servicios que ofrece México Emprende, es el de capacitación a empresas e instituciones del sector público y privado, entre los que se encuentran cursos, talleres y diplomados; diseñados en términos de su contenido y metodología para cubrir las necesidades de los Empresarios-Emprendedores.

La capacitación ha demostrado ser un medio muy eficaz para hacer productivas a las personas, su eficacia se ha demostrado en más del 80% de todos los programas de capacitación. No obstante, no se debe dar por hecho que exista una relación causal entre el conocimiento impartido o las destrezas enseñadas y el aumento significativo de la productividad. Se deben impartir programas diseñados para transmitir información y contenidos relacionados específicamente al puesto de trabajo o para imitar patrones de procedimientos. Los futuristas afirman que el personal requerirá capacitación muchas veces durante toda su vida laboral. La mayoría de las personas disfrutan la capacitación y la consideran útil para su carrera.

El desarrollo de los recursos humanos es central ante el reto tan importante que las empresas enfrentan en este mundo globalizado y competitivo. La capacitación y desarrollo del recurso humano es una estrategia empresarial importante, que deben acompañar a los demás esfuerzos de cambio que las organizaciones llevan adelante; dentro de un breve diagnóstico al Empresario-Emprendedor, se puede determinar su necesidad real. Supongamos el siguiente ejemplo: Un empresario acude a México Emprende con la idea de que necesita un nuevo equipo para realizar más rápido alguna actividad, después de la evaluación, se determina que lo que no necesariamente requiere es un nuevo equipo, sino una capacitación de cómo reducir de forma eficiente su tiempo de producción.

La capacitación empresarial es fundamental en toda organización, mediante ella, los colaboradores aprenden cosas nuevas, crecen individualmente, establecen relaciones con otros individuos, coordinan el trabajo a realizar, se ponen de acuerdo para introducir mejoras, etc.; en otras palabras, les conviene tanto al colaborador como a la empresa, por cuánto los colaboradores satisfacen sus propias necesidades y por otra parte, ayudan a las organizaciones a alcanzar sus metas; como podrá apreciarse, la capacitación y desarrollo comienza con una inversión donde las empresas deberán poner atención e invertir más, para lograr con eficiencia y rentabilidad mejores logros. (México Emprende)

Consultoría y Asesoría Empresarial

El personal que brindará los servicios en México Emprende, son personas especialistas en su área, por ejemplo, para brindar un servicio dentro del centro financiero, tiene que ser una persona con amplio dominio de los procesos para la gestión y otorgamiento de crédito, debe de ser un Consultor financiero. Para el caso de la evaluación del programa o servicio al cuál aplica el Empresario-Emprendedor, debe de ser una persona con conocimiento de los programas y servicios que se ofrecen en México Emprende.

Los consultores de México Emprende, otorgan servicios profesionales con experiencia o conocimiento específico en un área. Un asesor, es la persona que dará consejos y guiará durante un proceso específico cuando lo requiera; o es la que hará algún tipo de trámite cuando así lo amerite la situación.

Redes sociales

Si bien gran parte de encontrar lo que funciona para su empresa en los sitios de los medios de comunicación social es un proceso de ensayo y error, las estadísticas recientes de correo electrónico de marketing ExactTarget empresa (que recientemente *adquirió la plataforma CRM sociales CoTweet*) arrojar algo de luz sobre cómo la población utiliza Facebook el sitio y cómo interactúa con las marcas. En primer lugar, las buenas noticias: sobre la base de su estudio de 1.500 usuarios de Facebook, ExactTarget *concluyó* que el 38 por ciento de los consumidores en línea de EE.UU. "Al igual que" (antes conocida como "Fan") una marca en el sitio de redes sociales. Y el fanático promedio gustan los nueve marcas diferentes, dándole el un montón de oportunidades para encontrar su camino en las noticias los clientes potenciales fuentes. La noticia de que representa un desafío para las empresas que desean beneficiarse de Facebook, sin embargo, es que sólo porque alguien le ha gustado que no quiere decir que están listos para ver sus mensajes promocionales. Citando un estudio anterior, ExactTarget informes que el 70 por ciento de los consumidores no piensan convertirse en un fan equivale a optar a la comercialización. Afortunadamente, ExactTarget no se detuvo allí, e hizo algunas investigaciones sobre lo que motiva a los usuarios igual que las empresas en Facebook. Los resultados ofrecen una idea de lo que puede hacer como un negocio para mantener a los fans que se acumulan y no participan golpear el botón "Hide" en sus noticias.

Aquí está el desglose de por qué un usuario podría "Al igual que" su marca, ilustrado por el porcentaje de encuestados que dijeron que el uso de Facebook para la actividad de las enumeradas:

- 40 por ciento para recibir descuentos y promociones
- 39 por ciento para mostrar mi apoyo a la empresa a otras personas
- 36 por ciento para obtener un regalo de promoción "
- 34 por ciento para mantenerse informado sobre las actividades de la empresa
- 33 por ciento para obtener información actualizada sobre los futuros productos
- 30 por ciento para obtener información actualizada sobre las ventas futuras
- 29 por ciento para la diversión o entretenimiento
- 25 por ciento para tener acceso a contenido exclusivo
- 22 por ciento que alguien me lo recomendó
- 21 por ciento de aprender más sobre la compañía
- 13 por ciento para la educación sobre temas de sociedad
- 13 por ciento de interactuar

En la superficie, algunos de estos hallazgos parecen estar en conflicto con la idea de ser resistente a los usuarios mensajes de marketing. Pero la realidad es que para llevar los usuarios como marcas para una amplia variedad de razones, y la mezcla de contenido que usted publique en su página de Facebook debería reflejar esto.

Hay un poco más a él que eso, sin embargo, si te sumerjas más en algunas de las conclusiones relativas a ExactTarget datos demográficos y patrones de uso. Por ejemplo, el 65 por ciento de los usuarios de Facebook sólo acceder al sitio cuando no está en el trabajo o la escuela - típicamente significado de la mañana o por la noche. Esto significa que si usted está haciendo los medios de comunicación social sólo una parte de un niño de 9 am a 5 pm jornada de trabajo, usted puede ser que estén perdiendo en la conexión con los consumidores durante la época en que es probable que estén en línea. También hay diferencias en cómo los hombres y las mujeres usan el sitio, con las mujeres que indica que su enfoque principal en el sitio es en el mantenimiento de relaciones (por un margen de 63 por ciento a 54 por ciento), lo que implica que tienen menos tiempo para involucrarse con las empresas. Esperemos que, mediante la combinación de algunos de estos hallazgos con su amplio análisis propios éxitos y fracasos y anecdótica, puede refinar su estrategia de crecimiento tanto en su base de fans y su nivel de compromiso.

4.8. Investigación de Mercado

4.8.1 Metodología

Realicé investigación en las diferentes fuentes de información, con el objetivo de conocer más mi mercado meta. La información que requiero la obtendré de 13 empresas. Una vez obtenida la información la clasificaré e interpretaré para poder emplearla correctamente.

4.8.2 Periodo de levantamiento

Centro del D.F, Cuauhtémoc y Miguel Hidalgo y por redes sociales

4.8.3 Objetivo

Conocer el mercado meta para saber si es un campo de trabajo para mi empresa.

4.8.4 Tamaño de la Muestra

13 Empresas.

4.8.5 Diseño de la encuesta

1.1.1.

Entrevista a Empresa:

Giro de la empresa: _____

Fecha: ___/___/___ Folio: _____

Sitio: _____

Buen día, te agradezco el tiempo que me estás brindando para poder realizar una entrevista que me permitirá conocer a cerca de los servicios de capacitación y consultoría que se tiene en las empresas.

¿Tu empresa invierte en capacitación?

¿Qué temáticas son las más recurrentes?

¿Cuentan con un departamento interno que realice capacitación a tu personal?

SI: Evalúan periódicamente los procesos y al personal

NO: Desearía que expertos te asesoren en cómo puedes capacitar y evaluar a tu personal y sus procesos.

¿En un área de oportunidad dan seguimiento al personal?

¿Suelen resolver los problemas que se presentan entre el mismo personal?

¿Has escuchado de lo que es desarrollo humano?

¿Crees que tu empresa podría crecer más si invirtieras en la formación de tu capital humano?

¿Cuánto estarías dispuesto a invertir en el desarrollo de habilidades para tu personal, teniendo en cuenta que la inversión se verá reflejada en un mejor ambiente laboral y eso a su vez en una mejora en la producción y ventas?

¿Ustedes han detectado necesidades de capacitación en su empresa?

¿Qué han hecho con ellas?

¿Ya hay alguien que las esté solventando?

SI: ¿Me puedes decir porqué elegiste ese proveedor?

SI: ¿Estás satisfecho con el servicio brindado?

NO: Desearías que expertos te asesoren

¿Qué necesitas para capacitar a tu personal?

¿Conoces de los beneficios de documentar los procesos en una empresa?

¿Ustedes lo hacen?

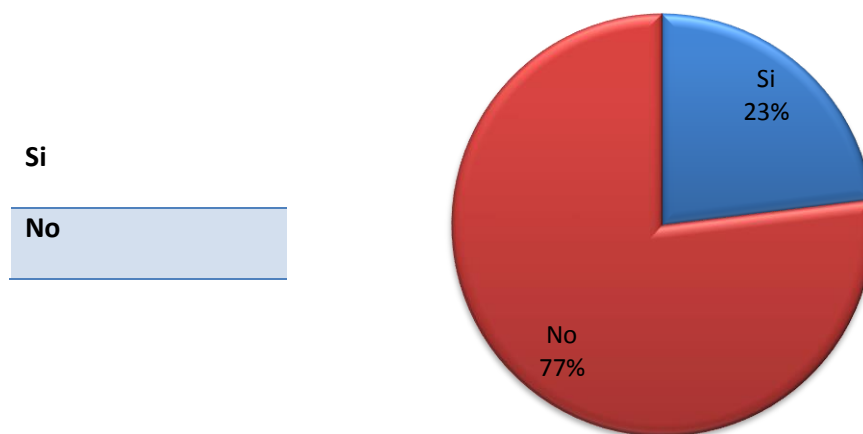
SI: ¿Qué beneficios les ha traído?

NO ¿Por qué?

OPCIONAL:

Deseas proporcionarnos alguna manera de contacto:

4.8.6 Resultados

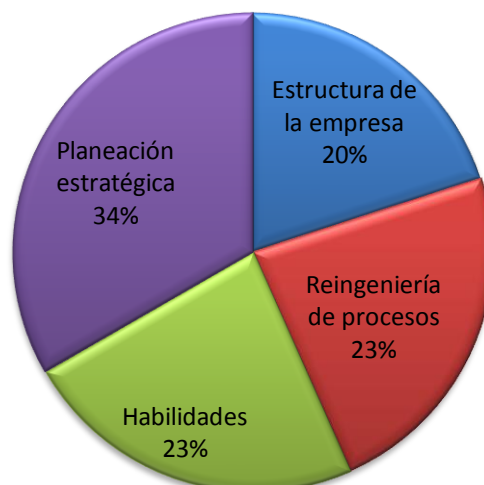


Empresas

En la pregunta ¿Tu empresa invierte en capacitación? Contestaron 13 empresas y este fue el gráfico obtenido

En la pregunta ¿Qué temáticas son las más recurrentes? Contestaron las 13 empresas y las temáticas que se nombraron son:

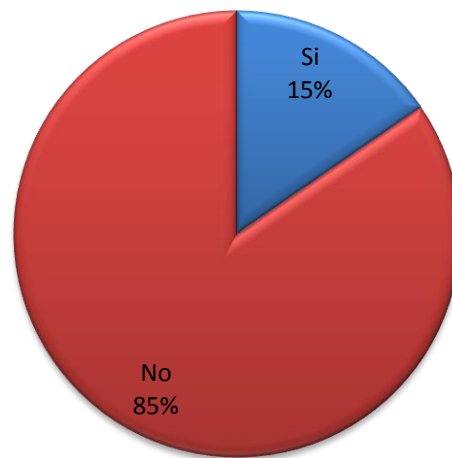
| | |
|---------------------------------|----|
| Estructura de la empresa | 6 |
| Reingeniería de procesos | 7 |
| Habilidades | 7 |
| Planeación estratégica | 10 |



En la pregunta ¿Cuentan con un departamento interno que realice capacitación a tu personal?
Respondieron 13 empresas quedando el gráfico de la siguiente manera:

Si 2

No 11



Las 2 empresas que contestaron que si cuentan con un departamento interno que realice capacitación No evalúan periódicamente los procesos ni al personal, pues es el departamento de RH, y están más enfocados en la nómina, contratación y selección de personal.

Las empresas que no tienen un departamento interno que realice capacitación, sí desearían contar con uno de manera interna o externa, a fin de monitorear y evaluar a su personal.

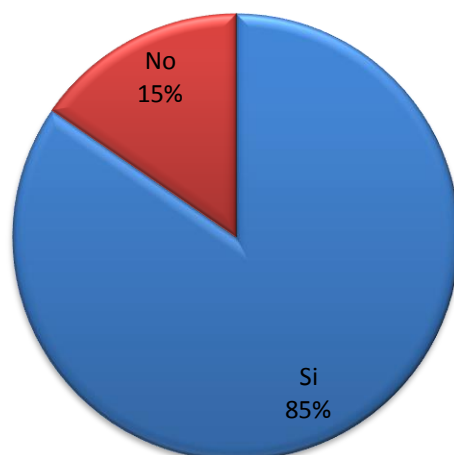
Ninguna empresa da seguimiento a su personal en sus áreas de oportunidad, pues no tienen detectadas cuales son. Tampoco se resuelven los problemas que se presentan entre el mismo personal, pues en muchas de las ocasiones no saben de ellos.

Todas las empresas saben lo que es el desarrollo humano, pero ninguna lo pone en práctica en el ámbito empresarial

En la pregunta ¿Crees que tu empresa podría crecer más si invirtieras en la formación de tu capital humano? 13 empresas contestaron lo siguiente:

| | |
|-----------|----|
| Si | 11 |
|-----------|----|

| | |
|-----------|---|
| No | 2 |
|-----------|---|



En la pregunta ¿Cuánto estarías dispuesto a invertir en el desarrollo de habilidades para tu personal, teniendo en cuenta que la inversión se verá reflejada en un mejor ambiente laboral y eso a su vez en una mejora en la producción y ventas?

Las 13 empresas dijeron que lo fuera necesario, pero que pedirían facilidades de pago.

En la pregunta ¿Ustedes han detectado necesidades de capacitación en su empresa? El 100% de las empresas contestaron como negativa dicha cuestión, por lo que no han hecho nada con ellas, no existe alguien que las esté resolviendo y desearían recibir el servicio, así como saber exactamente que es en lo que se les tiene que capacitar e ir documentando los procesos en la empresa pues tampoco lo hacen.

4.8.7 Análisis de Resultados

Empresas

La capacitación en las empresas es primordial para su crecimiento, así como una planeación estratégica adecuada, sin embargo, sólo el 23% de la muestra representativa de micro empresas encuestadas invierten en ella.

Las temáticas más recurrentes en las que invierten las empresas es en la estructura de la empresa, reingeniería de procesos, desarrollo de habilidades y planeación estratégica siendo esta última la más nombrada. Sólo el 15% de las empresas cuentan con un departamento de capacitación, que en realidad es el área de Recursos Humanos, y están mucho más enfocados en la nómina, contratación y selección de personal, por lo que no evalúan periódicamente los procesos ni al personal. Las empresas que no tienen un departamento interno que realice capacitación, sí desearían contar con uno de manera interna o externa, a fin de monitorear y evaluar a su personal. Ninguna empresa da seguimiento a su personal en sus áreas de oportunidad, ni saben cuáles son las necesidades de capacitación, pues no tienen las tienen detectadas. No existe alguien que les esté resolviendo estos problemas y desearían recibir el servicio, así como saber exactamente que es en lo que se les tiene que capacitar, e ir documentando los procesos en la empresa pues tampoco lo hacen.

Tampoco se resuelven los problemas que se presentan entre el mismo personal, pues en muchas de las ocasiones no saben de ellos. Todas las empresas saben lo que es el desarrollo humano, pero no lo ponen en práctica con su personal ni tampoco lo transfieren como parte de sus valores entre sus colaboradores, lo que crea un mal ambiente de trabajo laboral, sin embargo el 85% de las empresas afirma que si invierte en sus recursos humanos podrá crecer más, que estaría dispuesto a pagar lo que fuera necesario, pero con facilidades de pago

Análisis de Competencia

4.9.1 Grupo Consultor Orozco & Asociados

| | |
|------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ubicación: | San José Insurgentes |
| Concepto de Negocio: | Consultoría a organizaciones |
| Fortalezas: | Cuentan con apoyos Económicos con fondos del Banco Interamericano de Desarrollo y del Gobierno Federal. Están certificados por CONOCER |
| Debilidades: | No atienden a emprendedores ni microempresas. |
| Como Compite en el mercado: | Apoyos económicos, certificaciones. |
| ¿En qué se diferencia de los demás negocios? | Apoyos económicos, certificaciones. |
| ¿Cómo considera su precio? | Alto, a pesar de que tienen subsidios |
| ¿Cómo describiría la calidad de lo que ellos venden? | Buena |
| ¿Qué hacen para atender a sus clientes? | No lo hacen |
| ¿Cómo son sus políticas de crédito? | No reveladas |
| ¿Cómo son describiría su reputación? | Buena |

4.9.2 Calidad Educativa Consultores S.C

| | |
|------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ubicación: | Prado Churubusco |
| Concepto de Negocio: | Servicios de calidad en la educación a todos niveles educativos |
| Fortalezas: | Tiempo de operación, servicios de calidad en todos los niveles educativos. |
| Debilidades: | No dan formación docente, sólo calidad educativa y actualización docente. No manejan tecnología. |
| Como Compite en el mercado: | Por el tiempo que llevan operando |
| ¿En qué se diferencia de los demás negocios? | En que atienden todos los niveles educativos |
| ¿Cómo considera su precio? | No lo dicen |
| ¿Cómo describiría la calidad de lo que ellos venden? | Media, para que haya una calidad educativa antes debe haber una formación docente, cosa que no ofrecen. |
| ¿Qué hacen para atender a sus clientes? | Los clientes les piden una cotización, ellos la envían, después concretan firmando un contrato, pago, se presentan en el lugar. No hay servicio posventa |
| ¿Cómo son sus políticas de crédito? | Se puede pagar por adelantado previo contrato y entrega de factura |
| ¿Cómo son describiría su reputación? | Buena |

4.9. Imagen Corporativa

4.10.1 Logotipo

(En elaboración)

4.10.2 Aplicación del Logotipo en Imagen Corporativa

Página Web, Fan Page, Twitter, tarjetas de presentación. Papelería, Banners.

5. Estudio técnico

5.1. Ubicación de la Empresa

No aplica

5.2. Lay Out Empresa

No aplica

5.3. Proceso de Producción y/o ejecución

Todos los servicios que Buró Educativo ofrecerá realizarán el siguiente sistema de operación

| Componentes (Máquinas, personal, herramientas y equipo) | Materia prima, insumos, mercancía e información | Proceso de transformación (pasos) | Bienes o servicios |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| Consultor Cliente o prospecto Laptop Cañón Impresora Smart Phone Material impreso o digital para trabajar la actividad a realizar Internet | Tiempo aire Libreta de apuntes | <ul style="list-style-type: none">- Contacto con el prospecto o cliente- Cita- Investigación del cliente así como un si es posible saber el tema a tratar- Diagnóstico- Identificar necesidades- Expectativas- Investigación- Planeación- Revisión por parte de ambas partes- Dirección- Ejecución- Revisión- Retroalimentación- Ajuste de ser necesario- Ejecución- Evaluación- Revisión- Entrega de resultados- Seguimiento pos venta | Servicios educativos |

5.4. Proveedores y sus características

Dominio y Hosting (ya tengo mi proveedor)

6. Estudio Administrativo

6.1. Planeación estratégica

6.1.1 Misión

Contribuir de manera significativa a formar y complementar las habilidades, conocimientos y aptitudes que las personas necesitan en su institución con un servicio profesional, integral y contextualizado.

6.1.2 Visión

Buró Educativo busca ayudar a la formación de las personas que lo requieran, convirtiéndose en un punto de referencia en el ámbito educativo, de consultoría y capacitación, tenemos los conocimientos y habilidades para adaptarnos y evaluar las acciones que llevamos a cabo día a día con nuestros clientes.

6.1.3 Valores

Nuestro trabajo lo sustentamos en los siguientes valores corporativos, para lograr la excelencia en todos los servicios que ofrecemos:

- Sinergia: Si todos aportamos y colaboramos de manera inteligente y oportuna serán mucho más fácil las tareas a desarrollar, ahorrando tiempo y recursos.
- Respeto: Los derechos y obligaciones, los pensamientos y la dignidad de todas las personas y organizaciones se muestran siendo honrados, justos y compasivos no importando jerarquías o posiciones.
- Responsabilidad: Asumir las consecuencias de nuestras acciones y ser congruentes entre lo que decimos, hacemos, pensamos y sentimos.
- Servicio al cliente: La atención puntual y asertiva con cada uno de nuestros clientes o prospectos es de vital importancia, servir siempre con excelencia.

6.1.4 Análisis FODA

| | | Fortalezas | Debilidades |
|----------|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| internas | | 1,- Experiencia | 1,- Empezando con la diversificación de inversiones |
| | | 2,- Conocimiento | 2,- Tiempo de organización |
| | | 3,- Habilidades pedagógicas | 3,- Posicionamiento |
| | | 4,- Actitud positiva | 4,- Administración financiera |
| | | 5,- No se requiere un capital alto para empezar | 5,- Constancia |
| | | 6,- Dominio del conocimiento de los servicios ofrecidos | 6,- Cartera de clientes |
| | | 7,- La producción y corrección de los materiales yo los hago | 7,- |
| | | 8,- Por el momento no necesito contratar a más personas | 8,- |
| | | 9,- Los servicios que la competencia ofrece es deficiente e impuntual | 9,- |
| | | 10,- Puntualidad | 10,- |
| | 11,- Plan de negocios | | |
| | 12,- Manejo de tecnología | | |
| Externas | | Oportunidades | Amenazas |
| | | 1,- Innovar en la atención en el servicio al cliente | 1,- Huelgas en las organizaciones |
| | | 2,- Ya hay empresas que ofrecen los servicios que Buró Educativo ofrece | 2,- Nacimientos de nuevas empresas que cubran los mismos servicios que Buró Educativo más económico |
| | | 3,- Hay empresas que tienen más tiempo en el mercado | 3,- Plagio de ideas, metodologías, métodos, técnicas |

| | |
|-------------------------------------------------------------------|-----|
| 4,- Certificaciones por parte de diferentes organismos | 4,- |
| 5,- Innovar en el mercado de la educación a distancia certificada | 5,- |

6.1.5 Formulación de Estrategias

| Estrategia DA (Amenazas) | Estrategia DO (debilidades) |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1,- Diversificar clientes | 1,- Iniciar actividades para empezar a obtener ingresos |
| 2,- Hacer periódicamente estudios de mercado para ver tendencias y áreas de oportunidad en el medio y ofrecer siempre soluciones creativas, puntuales a las áreas de oportunidad de los clientes | 2,- Planeación |
| 3,- Registro en el IMPI lo que vaya creando | 3,- Planeación de posicionamiento en redes sociales |
| 4,- | 4,- Capacitación |
| 5,- | 5,- Compromiso |
| 6,- | 6,- Constancia, acudiendo a eventos del medio, visitar escuelas, empresas, ONG |
| Estrategia FA (fortalezas) | Estrategia FO (oportunidades) |
| 1,- Capacitación y asistencia a eventos del medio | 1,- Planeación estratégica |
| 2,- Capacitación y asistencia a eventos del medio | 2,- Hacer periódicamente estudios de mercado para ver tendencias y áreas de oportunidad en el medio |
| 3,- Capacitación y asistencia a eventos del medio | 3,- Iniciar operaciones |
| 4,- Evaluando los resultados y aprendiendo | 4,- Iniciar operaciones e invertir en las |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| siempre de la experiencia | certificaciones pertinentes |
| 5,- Bajar al mínimo los costos y ser constante | 5,- Hacer periódicamente estudios de mercado para ver tendencias y áreas de oportunidad en el medio |
| 6,- Capacitación, actualización y asistencia a eventos del medio | |
| 7,- Hacer manuales de procedimiento para cuando tenga que delegar se haga con excelencia y siguiendo el manual | |
| 8,- Iniciar operaciones | |
| 9,- Cumplir siempre con lo pactado y ser puntual | |
| 10,- Planeación | |
| 11,- Revisar mi plan de negocios | |
| 12,- Capacitación y asistencia a eventos del medio | |

6.1.6 Objetivos de la Empresa

| Área funcional | Objetivo a largo plazo | Objetivo a mediano plazo | Objetivo a corto plazo |
|----------------|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | Posicionar a Buró Educativos en redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn) en 6 meses para generar ventas y alianzas empresariales |
| | | | Vender la cantidad de 25 mil pesos al mes en servicios para pagar mi sueldo y gastos de operación |
| | | Constituir la Empresa para realizar el cambio de persona física a moral en 1 año máximo | Crear un BD de mil posibles clientes en 4 meses para una cartera de clientes |

6.2. Diseño Organizacional



6.3. Descripción de Puestos

| Coloque su logotipo | Buró Educativo | | | |
|-------------------------------------|------------------------|--|-----------------------------|-------------------|
| | Descripción de Puestos | | | |
| Título del Puesto: | Pedagoga | | Jefe Superior: | Directora general |
| | | | Jefe Inmediato: | Directora general |
| Departamento: | Operaciones | | Número de Personas a cargo: | 0 |
| | | | | |
| Requisitos Generales para el puesto | | | | |
| Edad: | 23 años mínimo | | Nivel Mínimo de estudios: | Bachillerato |
| Género: | Masculino o femenino | | Nivel Máximo de estudios: | Licenciatura |
| Estado Civil: | Indistinta | | Idioma Extranjero: | Inglés traducción |

| | | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--|-------------|-----------------------------|
| Experiencia Laboral: | No necesaria | | Computación | Paquetería básica de Office |
| Funciones del Puesto | | | | |
| Toma de decisiones, elaboración, corrección y revisión de documentos pedagógicos, análisis y resolución de problemas. | | | | |
| Habilidades | | | | |
| Elaboración y corrección de textos, síntesis, análisis, redacción y ortografía, trabajo en equipo, Sociable, asertiva, disposición de aprendizaje, confiable, leal, puntual, discreción, servicio, facilidad de palabra, Discernimiento de información de momentos significativos. | | | | |

Conocimientos

| |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Redacción <i>excelente</i></p> <p>Ortografía excelente</p> <p>Manejo de Word</p> <p>Conocimiento de herramientas web</p> <p>Cultura general</p> <p>Metodología de investigación básica</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

6.4. Condiciones de Trabajo

Las condiciones de trabajo para mi equipo de colaboradores serán:

- Persona correcta en el puesto correcto
- Capacitación necesaria.
- Supervisión y evaluación del personal
- Autoevaluación
- Disposición de diálogo para la solución de conflictos
- Prestaciones superiores a los que marca la ley
- Motivación adecuada y asertiva

7. Legal

7.1. Trámites de Apertura

No aplica.

7.2. Estructura Legal

De inicio nos reactivaremos como PF c/ AE

7.3. Derechos de Marca

(En elaboración)