



SUBDIRECCIÓN DE EDUCACIÓN
CAMPUS PUEBLA

COLEGIO DE POSTGRADUADOS

INSTITUCIÓN DE ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS AGRÍCOLAS

COLEGIO DE POSTGRADUADOS

PROGRAMA DE POSTGRADO: **ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO AGRÍCOLA REGIONAL**

CURSO: **EMPRENDEDURISMO PARA EL DESARROLLO RURAL**

PROFESOR TITULAR: **DR. JUAN MORALES JIMÉNEZ**

COLABORADOR (ES):

CORREO ELECTRÓNICO: **morales@colpos.mx**

TELÉFONO: **2 85 14 43**

EDIFICIO/PLANTA/NÚMERO: **NUEVO PLANTA ALTA**

CLAVE DEL CURSO: **CEI-629**

PRE-REQUISITOS: **Ninguno**

TIPO DE CURSO:

- Teórico
 Práctico
 Teórico-Práctico

PERIODO:

- Primavera
 Verano
 Otoño
 No aplica

SE IMPARTE A:

- Maestría en Ciencias
 Doctorado en Ciencias
 Maestría Tecnológica

MODALIDAD:

- Presencial
 No presencial
 Mixto

HORAS CLASE:

Presenciales **64**
Extra clase **128**
Total **192**

CRÉDITOS: **3**

Nota: Un crédito equivale a 64 horas totales (presenciales y extra clases)



SUBDIRECCIÓN DE EDUCACIÓN
CAMPUS PUEBLA

COLEGIO DE POSTGRADUADOS

INSTITUCIÓN DE ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS

INTRODUCCIÓN Y FUNDAMENTACIÓN

En el proceso de desarrollo económico, de una región o un país, es necesaria la creación de valor, fuente de empleo, innovaciones para consolidar su crecimiento y competitividad, los emprendimientos cobran importancia en este desafío. Que debe darse en la producción, comercialización y transformación de los bienes y servicios agrícolas y no agrícolas. El emprendedurismo, entendido como el proceso que lleva una idea a un proyecto específico para ciertos fines y genera innovación y empleo. Este elemento posibilita también la agregación de valor y la comercialización de estos bienes y servicios. Estos elementos se interrelacionan para una mayor probabilidad de éxito en las iniciativas y actividades económicas. Es indispensable también considerar la viabilidad técnica y financiera de estos emprendimientos.

Para cumplir con los objetivos económicos y sociales es necesario hacer uso racional de los recursos que se posea. Toda vez que son las personas las responsables de generar o adicionar valor a los productos y servicios. Dichas actividades productivas o de servicio, deben gestar nuevos caminos que incremente la productividad, competitividad y eficiencia; en resumen, propicie acciones que permitan a las unidades familiares su crecimiento, considerando una eficiente comercialización de los productos y servicios, que inicia con el productor y finalizan con el consumidor.

OBJETIVO GENERAL

Este curso tiene como objetivo el de preparar a los estudiantes en la conceptualización, identificación de los procesos del emprendedurismo, y las características de los emprendedores, Además, de la creación de un plan de negocio para las ideas de proyectos de los productos y servicios demandados por los consumidores finales e intermedios.

Con el propósito de que apoyen a los diversos sectores de la producción, comercialización y transformación agroalimentaria con una adecuada planeación y operación en cada uno de los procesos productivos y de transformación. Además, que el estudiante conozca la importancia del emprendedurismo, para el desarrollo comunitario, regional y nacional e internacional.



SUBDIRECCIÓN DE EDUCACIÓN
CAMPUS PUEBLA

COLEGIO DE POSTGRADUADOS

INSTITUCIÓN DE ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS

TEMAS Y SUBTEMAS

HORAS ESTIMADAS	TEMAS Y SUBTEMAS	OBJETIVOS DE LOS TEMAS
22	UNIDAD I. EMPRENDEDURISMO 1.1 Conceptualización y marco teórico del emprendedurismo 1.2. enfoques sobre emprendedurismo 1.3. emprendedurismo y el desarrollo rural 1.4. emprendedurismo e innovación 1.5. Características de los emprendedores 1.5.1 Propensión al riesgo, innovador, Proactivo, Autoeficacia 1.5.2 Medición de: propensión al riesgo, proactividad y autoeficacia 1.6. Capital de los emprendedores 1.6.1. Capital social, capital económico, capital natural, capital humano y capital cultural	Conocer los procesos del emprendedurismo y establecer las mediciones que permitan caracterizar a emprendedores
42	UNIDAD 2 PLAN DE NEGOCIO. 2.1. Definición del producto y servicio 2.2. estudio de mercado 2.2.1. Datos demográficos de los potenciales consumidores 2.2.2. Gustos y preferencias de los consumidores. 2.2.3. segmentación de mercados 2.2.4. Análisis de la competencia. 2.2.5. Precios de los productos e insumos 2.3. La comercialización 2.3.1. Canales de comercialización 2.3.2. Márgenes de Comercialización. 2.4. Estudio técnico: 2.4.1. Tamaño 2.4.2. Localización 2.4.3. Ingeniería de proyecto 2.5. Organización 2.5.1. Aspectos administrativos 2.5.2. Aspecto jurídicos y legales 2.6. Inversión y financiamiento 2.6.1. fuentes y condiciones 2.7. Proyección de ingresos y egresos 2.8. Evaluación financiera (VAN, TIR, B/C)	Establecer la viabilidad técnica y financiera de las iniciativas emprendedoras



SUBDIRECCIÓN DE EDUCACIÓN
CAMPUS PUEBLA

COLEGIO DE POSTGRADUADOS

INSTITUCIÓN DE ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

El curso se impartirá en forma presencial, en donde el profesor encargado de la cátedra, planeará y coordinará las actividades de cada uno de los temas y subtemas, fungiendo principalmente como un facilitador en el proceso de enseñanza aprendizaje. La discusión y análisis de los temas se harán de forma grupal. Además, se brindarán las asesorías y la orientación necesarias.

En las primeras sesiones del curso, definirán los proyectos específicos que de forma colectiva se desarrollará en el curso y en cada tema que se aborde, los estudiantes adecuarán a al proyecto establecido.

LISTA DE PRÁCTICAS

1. En las comunidades y con grupo de productores aplicar una test/cuestionario para describir las características emprendedoras, según tipo de actividades que realicen.
2. Identificar en comunidades, las distintas iniciativas con potencialidades para elaboración del Plan de negocio, que coadyuve al desarrollo comunitario

RECURSOS DIDÁCTICOS

Los recursos didácticos que se emplearán son: Páginas web de publicaciones especializadas sobre temas de emprendedurismo, plan de negocios, evaluación de proyectos. Además, se realizará la ilustración de los conceptos y procesos mediante esquemas y mapas conceptuales, estudio de caso, diagramas de flujo. Algunas herramientas claves son: software diseñado para la evaluación de proyectos. Los materiales necesarios a utilizar son: el pizarrón y rota folio, laptop, proyector, porta rota folio, señalador luminoso, marcadores, borrador, hojas de rota folio, cinta adhesiva.



SUBDIRECCIÓN DE EDUCACIÓN
CAMPUS PUEBLA

COLEGIO DE POSTGRADUADOS

INSTITUCIÓN DE ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS

NORMAS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

Procedimiento de evaluación

La evaluación de los alumnos considerados 3 aspectos: asistencia, exámenes y presentación del trabajo final, se integrará un portafolio de evidencias de tipo impresa o digital en el que contendrá, reseñas de las lecturas por cada eje temático, ensayos y exámenes. Archivo digital de las exposiciones asignadas.

Criterios	Porcentaje de la evaluación
Asistencia, puntualidad y participación	10
2 exámenes de conocimiento; uno poca unidad	40
Presentación de trabajo de estudio de caso sobre el emprendedurismo y del Plan de Negocio	50
Total	100

BIBLIOGRAFÍA IMPRESA O ELECTRÓNICA (AUTOR, AÑO, TÍTULO, REVISTA O EDITORIAL, PÁGINAS)

Bibliografía

1. Alvarado Ledesma Manuel. 2004. Agronegocios: empresa y emprendimiento. 1ra. Edición. Editorial El Ateneo. Páginas 220, Buenos Aires
2. Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición. 2009. Guía para la aplicación del sistema de Trazabilidad en la empresa agroalimentaria. Artes Gráficas Palermo S.L. Madrid. Pag. 79.
3. Anzola Rojas, Sérvulo (2005). La Actitud Emprendedora. México: McGraw-Hill, p. 3-40
4. Benassini Marcela. 2014. Introducción a la investigación de mercados enfoque para América Latina. Editorial. Pearson Educación en México. Tercera edición. Pag. 316
5. Caldentey Albert Pedro. 2004. Comercialización de productos agropecuarios. Editorial Ediciones Mundi-Prensa. Quinta edición, paginas 354
6. Cifuentes Álvarez W., Pérez M. J. y Gil M. 2011. Metodología de análisis de cadenas productivas bajo el enfoque de cadena de valor. Fundación CODESPA, Pag. 76.
7. Covarrubias, M. I. (2002). Emprendedores y empresarios: un enfoque institucional. Revista académica virtual "contribuciones a la economía. Pag.16
8. Crissen Castillo John. 2006. Espíritu empresarial como estrategia de competitividad y desarrollo económico. Revista Escuela de administración y negocio, Mayo-agosto, núm. 57. Escuela de Administración y negocio Institución universitaria Bogotá, Colombia. Pp. 103-117.



9. Cuervo, G. A. et al. (2005). *La empresa y el espíritu emprendedor de los jóvenes*. Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia, Secretaria General Técnica. Pag. 20
10. Enrique Silva J. 2008. *Emprendedor: crea su propia empresa*. Editorial. Alfaomega grupo editorial
11. Evans, D. & Boyan, J. (1989). A model of entrepreneurial choice under liquidity constraints. *Journal of Politic Economic*, Vol. 97, nº. 4, pp. 808-827.
12. Fernández Valiñas R. 2009. *Segmentación de mercado*. Editorial McGraw Hill. Tercera edición.
13. Fundación para la innovación agraria. 2010. *Agregación de valor: una opción de negocio para agricultura familiar campesina*. Serie. Experiencias en innovación para el emprendimiento agrario. Impresión. Ograma Ltda. Pag. 40.
14. Fernández Valiñas R. 2009. *Segmentación de mercado*. Editorial McGraw Hill. Tercera edición.
15. García Mata R., García Salazar J.A. y García Sánchez R.C. 2003. *Teoría del mercado de productos agrícolas*. Colegio de Postgraduados.
16. Hernández Reyes M.A. 2014. *La cadena de valor: una herramienta para hacer competitivo un pequeño negocio*. Tecnología y sociedad.
17. Kantis Hugo. 2004. *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*. Banco Interamericano de Desarrollo, Fundes Internacional. New York, pag. 264
18. Magallon Vazquez R. 2012. *Costos de Comercialización*. Editorial Instituto Mexicano de contadores Públicos, Primera edición. Pag. 168.
19. OCDE. 2012. *La estrategia de innovación de la OCDE: empezar hoy el mañana*. Foro consultivo científico y tecnológico. Pag. 249
20. Pedraza Rendón Oscar H. 2011. *Modelo del Plan de Negocio para la micro y pequeña empresa*. Grupo Editorial Patria, paginas. 289
21. Peña Yadira, Nieto Alemán P. A., Díaz Rodríguez F. 2008. *Cadenas de Valor: un enfoque para las agrocadenas*. Revista Equidad y Desarrollo. Número 9, Pp. 77-85
22. Pérez Vargas Rogelio. 2016. *Identificación del consumo intermedio de chile (capsicum spp.) y sus derivados en el Valle Puebla*. Tesis. Maestría en Ciencias. PROEDAR, Colegio de Postgraduados Campus Puebla.
23. Ritmache Artica M. 2009. *Floricultura cultivo y comercialización*. editorial Starbook.
24. Salvador H. Mercado. 2008. *Comercialización estratégica aplicada*. Editorial Public ADM Contab Jurid. Pag.224.
25. Stern Louis. 2006. *Canales de comercialización*. Editorial, Prentice Hall/ Pearson. Quinta edición pag. 501
26. Vargas Vargas S. A. 2012. *Marketing Agropecuario*. Editorial Trillas, Primera edición, paginas. 116

Bibliografía generada en las investigaciones del Campus Puebla, que están relacionadas con el curso



SUBDIRECCIÓN DE EDUCACIÓN
CAMPUS PUEBLA

COLEGIO DE POSTGRADUADOS

INSTITUCIÓN DE ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS

Artículos

1. Juan Morales Jiménez, Ángel Bustamante González, Samuel Vargas López, Nicolás Pérez Ramírez y Oscar Sereno Pareja. 2015. **Factores de éxito emprendedor de dos municipios de la montaña de Guerrero, México.** Revista Nova Scientia, Núm. 15, Vol. 7 (3) pp. 416-435.
2. José Luis Jaramillo Villanueva, Juan Morales Jiménez, José Sergio Escobedo Garrido y José Guadalupe Ramos Castro 2013. **Factores que influyen para el emprendimiento de microempresas agropecuarias en el Valle de Puebla, México.** Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas. Núm. 5.
3. José Luis Jaramillo Villanueva, José Sergio Escobedo Garrido, Juan Morales Jiménez y José Guadalupe Ramos Castro. 2012. **Factores que explican la innovación en microempresarios agropecuarios en el estado de Puebla, México.** Agricultura, Sociedad y Desarrollo. Volumen 9, Numero 4. Pp. 427 – 439.
4. José Luis Jaramillo Villanueva, José Sergio Escobedo Garrido, Juan Morales Jiménez y José Guadalupe Ramos Castro. 2012. **Perfil emprendedor de los pequeños empresarios agropecuarios en el Valle de Puebla, México.** Entramado Vol. 8 No. 1, 2012 (Enero - Junio). Pp. 44 – 57.
5. Salvador F. C.M., Morales J.J.: 2009. **Autoeficacia emprendedora en jóvenes mexicanos. ¿Cómo afecta la satisfacción vital y la inteligencia emocional percibida?**, Revista Interamericana de Psicología/Interamerican Journal of Psychology. Vol. 43. Número 2. Pp. 268-278.
6. Salvador, C. y Morales, J. (2009). **Fundamentos psicológicos de la autoeficacia emprendedora en jóvenes mexicanos.** Alternativas en Psicología. Año XIV, Núm. 20. Pp. 35-47.
7. Enrique Reboloso Pacheco, Baltasar Fernández-Ramírez, Pedro Andrés Padilla Pérez y Juan Morales Jiménez. 2008. **Capital social, desarrollo rural y emprendedores.** Revista de la Sociedad Española de Evaluación. Núm. 4 , Pág. 13-17

Capítulos de libros

8. Morales J.J. (2009). **Las relaciones verticales de los emprendedores rurales.** En el Libro Aportaciones Teóricas y Metodológicas para el desarrollo Rural. Tomo I. Apertura económica, políticas públicas y aspectos sociales del desarrollo. Coordinadores: Filemón Parra Inzunza, Ignacio Ocampo Fletes. Pp 179-199. ISBN: 968-839-478-5. México
9. Jaramillo Villanueva, José Luís; Escobedo Garrido, José Sergio; Morales Jiménez, Juan y Cervantes Vargas, Juana. 2013. **Caracterización de la producción y comercio de ganado bovino en Puebla.** En el libro La agregación de valor en la producción agropecuaria. Avances de investigación. Coordinadores: José Sergio Escobedo Garrido y Víctor Córdova Avalos. Pag. 29-50. ISBN: 978-607-715-169-2, ISBN: 978-607-8154-33-3. México



SUBDIRECCIÓN DE EDUCACIÓN
CAMPUS PUEBLA

COLEGIO DE POSTGRADUADOS

INSTITUCIÓN DE ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS

Pertinencia del Curso	<p>La pertinencia del curso está en función de la relación con el objeto de estudio del PROEDAR y de la línea de generación y aplicación del conocimiento (LGAC). Para el PROEDAR el objeto de estudio es la agricultura familiar y para el LGAC: Economía del Desarrollo Agrícola y Rural, que establece que las relaciones económicas, sociales y técnico-productivas que se dan entre los diferentes actores sociales y económicos – proveedores de insumos, productores, comercializadores, transformadores, instituciones, organizaciones del sector agrícola y rural, y consumidores - en el proceso de producción y reproducción de sus condiciones de vida involucrados en los procesos de producción, comercialización, agregación de valor, gestión institucional y consumo, en su expresión económica, social, política y medio ambiental.</p> <p>En función a lo anteriormente descrito, el curso EMPRENDEDURISMO, aporta elementos para estudiar y entender los actores sociales y económicos e involucra indudablemente a la agricultura familiar como una unidad productiva, en constante emprendimiento para su desarrollo.</p> <p>Finalmente se aporta elementos en la habilidad al estudiante en “elaborar estrategias” y proyectos para los emprendedores, para el desarrollo agrícola regional</p>
------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------