



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

**DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES
Y ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS**

**“LA IMPORTANCIA DEL ASESOR
FINANCIERO EN LA FINANCIERA REALIDAD
(FINREAL)”**

TRABAJO MONOGRÁFICO

Para Obtener el Grado de:
Licenciado en Sistemas Comerciales

PRESENTA

Juan Carlos Díaz Madrigal.

SUPERVISORES

M. D. I. Harald Albrecht Alberto Arellano.
M. C. Edgar Alfonso Sansores Guerrero.
M. C. Juana Edith Navarrete Marneou.



Chetumal, Quintana Roo 2011

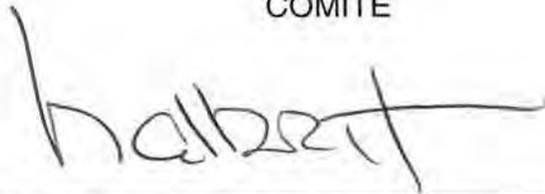
064843

UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Trabajo Monográfico de Experiencia Laboral elaborado bajo la supervisión del Comité de Asesoría y aprobado como requisito parcial, para obtener el grado de:

LICENCIADO EN SISTEMAS COMERCIALES

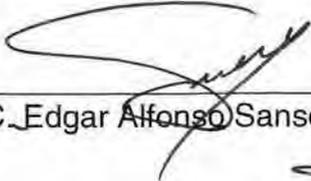
COMITÉ



DIRECTOR:

M. D. I. Harald Albrecht Alberto Arellano.

ASESOR:



M.C. Edgar Alfonso Sansores Guerrero.

ASESOR:



M.C. Juana Edith Navarrete Marneou.



Chetumal, Quintana Roo, Noviembre de 2011

AGRADECIMIENTOS:

Esta investigación está dedicado a mis hermanos, amigos y profesores pero especialmente a mis padres que les debo la vida que me han dado y les doy las gracias por haberme escogido como su hijo, por permitirme tener una carrera con que defenderme en la vida, por haberme brindado la confianza y seguridad de seguir adelante sabiendo que los tengo como resguardo.

Mamá

Te doy las gracias por escucharme cuando lo necesite, por tus consejos, por todos tus regaños que necesite y sobre todo por estar siempre a mi lado en cualquier momento. Te doy las gracias por todo eso y mucho más porque eres la parte más importante de mi vida. Mil gracias yo te doy y quiero que sepas que te quiero mucho y que siempre podrás contar conmigo para lo que sea.

Papá

A ti pa' te agradezco por haberme enseñado que en esta vida hay que luchar y defender las metas que quieres lograr. Gracias también te doy por haber sido el mejor ejemplo que pude seguir. Gracias por qué me diste la confianza en que podía y puedo acudir a ti en cualquier momento, por todo el apoyo que me has brindado y por guiarme por el camino correcto, al igual que mi mamá le dije quiero que sepas que siempre podrás contar conmigo y que te quiero.

A los dos les quiero decir que son los mejores padres que pude tener ya que son el mejor ejemplo de lucha y perseverancia para mí y mis hermanos. Gracias a los dos por haberme dado la mejor herencia que unos padres pueden ofrecer y eso es una buena educación, pero especialmente quiero agradecerles por haber hecho en mí el hombre que soy hoy en día...GRACIAS Y LOS QUIERO.

Marlyn, Luis, Lupita y Oscar

A cada uno de ustedes les quiero agradecer que a pesar de los conflictos que en su momento pudimos tener seguimos juntos, unidos y apoyándonos en todo momento. Gracias a todos ustedes por seguir a mi lado a pesar del carácter que tengo. Gracias por haberme permitido ser su hermano mayor y por haberme dado su cariño, estoy seguro que así como yo, ustedes estarán de acuerdo en que tenemos una hermosa familia, ojala y sigamos así por mucho tiempo más, son los mejores hermanos que pude tener y les aseguro que cada uno de ustedes me ha enseñado más de lo que yo pude hacerlo. Los quiero mucho y tratare de ser un buen ejemplo para que el día de mañana no se decepcionen del hermano que tienen pero sobre todo que puedan ver en mí no sólo a su hermano sino también a un amigo que los puede ayudar y apoyar en lo que necesiten.

A mis amigos

A ustedes les agradezco por haber estado a mi lado cuando mi familia no estaba físicamente. Les doy las gracias por haberme apoyado en las buenas y en las malas, por haberme permitido conocerlos y entrar a su vida. Gracias por aceptarme como soy, por el cariño que me brindaron y que de antemano saber que es reciproco. Gracias a cada uno de ustedes por ser una parte especial en mi vida.

A mis maestros

Por último pero no menos importante le quiero agradecer a todos los profesores que impartieron alguna clase, por haberme enseñado todo sobre la carrera, por apoyarme cuando tuve algún problema y por su orientación a lo largo de los cuatro años de la licenciatura.

Especialmente quiero agradecerle al maestro Edgar Sansores Guerrero por impulsarme y guiarme en esta investigación, ya que sin su ayuda no lo hubiera podido lograr. Gracias por el tiempo que se dio para apoyarme y permitirme terminar mi proyecto.



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	3
I- JUSTIFICACIÓN	4
II- OBJETIVO GENERAL.....	5
III - OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
IV.- BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DE LA MONOGRAFÍA	6
LA UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO.....	8
1.1 ANTECEDENTES	9
1.2 CARACTERÍSTICAS DE LA INSTITUCIÓN.....	11
1.3 MODELO DE EDUCACIÓN SUPERIOR	12
1.4 MISIÓN Y VISIÓN.....	15
1.5 VALORES DE LA UNIVERSIDAD	16
1.6 FINALIDAD DE LA UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO.....	17
1.7 PRINCIPALES ELEMENTOS	18
1.7.1 ESCUDO.....	19
1.7.2 LEMA	20
1.7.3 BIBLIOTECA	20
1.7.4 DEPARTAMENTO DE CÓMPUTO Y TELEMÁTICA	25
1.7.5 PRINCIPALES LABORATORIOS	27
1.7.6 PRINCIPALES PROGRAMAS CULTURALES.....	28
1.7.7 PROYECTO DE VINCULACIÓN	29
1.7.8 CONVENIOS CON ORGANISMOS NACIONALES E INTERNACIONALES.....	29
LA LICENCIATURA EN SISTEMAS COMERCIALES: PERFIL Y OBJETIVOS.	30
2. INTRODUCCIÓN	31
2.1 JUSTIFICACIÓN DE LA LICENCIATURA.....	31
2.2 OBJETIVO CURRICULAR DE LA CARRERA.....	31
2.3 PERFIL DEL ASPIRANTE Y PERFIL DEL EGRESADO	32
2.4 VENTAJA COMPARATIVA DE LA LIC. EN SISTEMAS COMERCIALES RESPECTO A OTRAS LICENCIATURAS	35
2.5 ACTIVIDAD PROFESIONAL.	35
2.5.1 CAMPO PROFESIONAL	36
2.6 ORGANIZACIÓN DE LA LICENCIATURA	37
2.7 RANGO DE CRÉDITOS A CUBRIR POR TIPO DE ASIGNATURA	41
2.8 PLAN DE ESTUDIOS 2002- 2006.....	42
2.8.1 ASIGNATURAS GENERALES	42
2.8.2 ASIGNATURAS DIVISIONALES	43
2.8.3 ASIGNATURAS DE CONCENTRACIÓN PROFESIONAL.....	44
2.8.4 ASIGNATURAS DE APOYO OBLIGATORIAS	54
2.8.5 MAPA CURRICULAR.....	55
2.9 MODALIDADES DE TITULACIÓN.....	58
2.10 EGRESADOS	61
EMPRESA DE SERVICIOS FINANCIEROS: FINREAL.....	65
3.1 .1 HISTORIA DE LAS MICROFINANZAS EN MEXICO.	66
3.1 .1 ANTECEDENTES DE FINANCIERA REALIDAD, S.A. DE C.V. SOFOM ENR.	68



3.2 MISIÓN	68
3.4 VISIÓN	68
3.5 LOGOTIPO.....	68
3.6 PRODUCTOS DE CRÉDITOS QUE SE OFRECEN.....	69
EXPERIENCIA LABORAL EN FINANCIERA REALIDAD S. A. DE C. V. SOFON DE E.N.R.	74
4.1 BREVE RESEÑA SOBRE LA EMPRESA FINREAL.....	75
4.2 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ADMINISTRATIVAS	76
FUNCIONES DESEMPEÑADAS Y SU RELACIÓN CON LA FORMACIÓN PROFESIONAL ADQUIRIDA EN LA UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO.	78
5.1 SOBRE LA FORMACIÓN PROFESIONAL Y ÁREA LABORAL.....	79
5.2 ANÁLISIS DE LAS ASIGNATURAS DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y SU APLICACIÓN EN EL ÁREA LABORAL.....	80
5.3 ANÁLISIS SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA LICENCIATURA DE SISTEMAS COMERCIALES Y LA UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO.	82
5.4 EXPERIENCIA PROFESIONAL PERSONAL.....	83
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	86
6.1. CONCLUSIONES	87
6.2. RECOMENDACIONES.....	88
BIBLIOGRAFÍA	91



INTRODUCCIÓN



I- JUSTIFICACIÓN

Los cambios que se presentan actualmente apuntan hacia una integración cada vez mayor de los procesos económicos entre las entidades, tanto al interior como al exterior de los países.

Dentro de esta integración económica el papel de los sistemas de comercialización cobra, cada día, mayor importancia y aumenta de tal forma su cobertura y su especialización que resulta indispensable contar con profesionistas que tengan amplios conocimientos al respecto.

El sureste mexicano y particularmente en la región del Caribe en estos días, esta situación se hace más patente; por ello, la Universidad de Quintana Roo ofrece la Licenciatura en Sistemas Comerciales, para contribuir al fortalecimiento de la entidad mediante la optimización de los procesos de producción y distribución de la zona con el resto del mundo.

Con respecto a la licenciatura de Sistemas Comerciales que es mi formación profesional, y el área laboral, puedo mencionar que están relacionadas de manera muy directa ya que, en el trabajo se utiliza mucho de los conocimientos adquiridos además de que la Licenciatura por tener diferentes enfoques, nos brinda la oportunidad de obtener mayores conocimientos en cuanto a la conformación de una empresa y su administración de acuerdo al giro, así como la toma de decisiones y la resolución de posibles problemas que se presenten.

La preparación obtenida durante los años de la licenciatura ha sido de manera muy importante para poder prevenir y resolver muchos problemas, para saber de qué manera actuar y qué conocimientos aplicar para anticiparse a estos y llegar a una solución.

La Licenciatura en Sistemas Comerciales es una carrera muy completa, nos da todas las herramientas básicas y las bases para desempeñarnos en la iniciativa



privada y el sector público; y también por medio de lo aprendido poder llegar a crear una empresa propia.

Dentro de la empresa donde me desarrollé laboralmente, la Financiera FINREAL, una entidad basada en el otorgar microcréditos y en el servicio al cliente, es de gran importancia la imagen que se proyecta hacia los clientes de esta empresa, la empresa tiene en cuenta que los clientes son lo más importante, una adecuada selección de los mismos permitirá el crecimiento de la empresa de una manera sana en la entrega y recuperación de créditos, además de que es una entidad formada para ellos y que les pertenece, ya que les ayudará al crecimiento de sus negocios, al momento de un buen aprovechamiento del microcrédito en sus microempresas.

II- OBJETIVO GENERAL

Exponer mi experiencia laboral obtenida como asesor financiero en la empresa Financiera Realidad (FINREAL); así como la aplicación de los conocimientos adquiridos durante mi formación profesional en la Licenciatura en Sistemas Comerciales.

III - OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar un análisis descriptivo del modelo educativo de la Universidad de Quintana Roo; así como de su normatividad y su desempeño en la formación de profesionistas.
- Describir y analizar el programa educativo “Licenciatura en Sistemas Comerciales”; así como las características distintivas de su plan de estudios 2002.
- Analizar la estructura y las características distintivas de la Financiera Realidad.



- Describir mis funciones como asesor financiero en FINREAL.
- Identificar los elementos que permitan evaluar la pertinencia del plan de estudios 2002 de la Licenciatura en Sistemas Comerciales en el campo laboral.

IV.- BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DE LA MONOGRAFÍA

El presente trabajo es una monografía cuyo objetivo es describir la experiencia laboral de trabajar y desempeñarse en una entidad financiera SOFOM ENR, como asesor financiero.

En el sector financiero ha surgido recientemente un grupo de entidades financieras cuya denominación como Sociedad Financiera de Objetivo Múltiple, le permite realizar operaciones de créditos, entre otras, y al ser del tipo ENR (Entidad No Regula) no están sujetas a las normas financieras relativas a las otras instituciones de crédito como los bancos. La necesidad de tener acceso al crédito por determinados sectores de la población es un problema en el que este tipo de entidades financieras se han enfocado. Y han logrado satisfacer a este sector proporcionando microcréditos de fácil acceso, ya que los requisitos para poder ser acreedor de este tipo de microcréditos son fáciles de cubrir por las personas de la economía informal y los microempresarios.

En este trabajo también se aborda a la Universidad de Quintana Roo, sus antecedentes así como sus características y principales elementos que la conforman como institución educativa. Ya que la UQROO tiene un papel muy relevante en la sociedad quintanarroense, fomentando la formación de mejores profesionistas que permitan la preservación y difusión de los conocimientos.



Se hace una reseña de la Licenciatura en Sistemas Comerciales describiendo el mapa curricular. Así como también se menciona las capacidades con las que debe contar un aspirante y un egresado de esta Licenciatura. Se menciona las ventajas competitivas de la Licenciatura.

Se hace una descripción de la Financiera FINREAL así como de sus antecedentes y sus principales características y elementos que la identifican como empresa dedicada a la colocación de microcréditos.

Se menciona las principales funciones desempeñadas dentro del marco laboral como asesor financiero y la relación con la formación profesional del egresado de la Licenciatura en Sistemas Comerciales.

Finalmente se hacen algunas recomendaciones que se consideraron de importancia para la Universidad y su desempeño en la sociedad, así también se realizaron recomendaciones para la Financiera FINREAL.



CAPITULO 1

LA UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO



1.1 ANTECEDENTES

Quintana Roo es la entidad federativa más joven del país, con un impresionante ritmo de crecimiento en su economía, su población, y con una privilegiada ubicación geográfica que lo sitúa hoy como la puerta de México hacia el Caribe y Centroamérica. Esta región es heredera del legado histórico y cultural de los mayas, al tiempo que se ha convertido en una provincia cosmopolita con fuerte proyección internacional. En este contexto, ha surgido la Universidad de Quintana Roo como la opción de excelencia en la formación de recursos humanos profesionales necesarios para impulsar un desarrollo con equidad social y con responsabilidad en el manejo de los recursos naturales.¹

El Gobierno del Estado de Quintana Roo el 31 de Mayo de 1991 publica en el Periódico Oficial el Decreto “Por el que se crea la universidad de Quintana Roo como un organismo descentralizado y de interés público y social del Estado de Quintana Roo”.

La Universidad de Quintana Roo inició el curso de prerrequisito en el otoño de 1991 y sus cursos para la primera generación en la primavera de 1992, y desde entonces ha sido concebida como una institución moderna a partir de un modelo denominado “Nueva Universidad Mexicana”, que recoge la experiencia histórica del desarrollo universitario en el mundo y en el país, el cual fue adaptado puntualmente a las condiciones de la región.

La oferta educativa inicial fue de ocho licenciaturas: Antropología, Derecho, Sistemas Comerciales, Ingeniería Ambiental, Sistemas de Energía, Relaciones Internacionales y Lengua Inglesa. Hoy, a 16 años de distancia, la Universidad ofrece 25 programas educativos y se conservan las carreras originales. En la

¹ Decreto de Creación de la Universidad de Quintana Roo



entidad quintanarroense, la UQROO es la única institución educativa de nivel superior que ofrece los cuatro niveles más importantes que reconoce el sistema.²

El compromiso que tiene la Universidad de Quintana Roo al ofrecer la educación superior de calidad, es el de disminuir la migración hacia otros estados en busca de educación y a la vez hacerla accesible a las personas de escasos recursos.

La Universidad de Quintana Roo es una Institución que por su situación geográfica, puede ofrecer alternativas de educación superior para los países Centroamericanos y del Caribe, y es por esa característica en la que se ha inspirado en sus planes de estudio y oferta académica.

En 1998 la Universidad expande sus servicios universitarios hacia otras regiones del estado, creando la Unidad Cozumel, la cual abrió formalmente sus actividades el 28 de agosto de ese año, a pesar de su corta existencia, la UQROO ha concretado significativos avances en materia de docencia, investigación extensión y vinculación con su entorno.

Por su modelo educativo centrado en la innovación, la calidad, la vinculación y la multidisciplinaria, se ha convertido en la mejor opción de educación superior en el Sureste Mexicano.

Con el Plan Estratégico de Desarrollo 1999-2002 (PLADES 1999-2002) aprobado por el H. Consejo Universitario en sesión el 5 de noviembre de 1999, esta casa de estudios continuará en un firme proceso de consolidación, con bases sólidas que ya permiten establecer una presencia estatal y regional significativa, a la par de alcanzar excelencia académica, relevancia y prestigio nacional e internacional.

² Gaceta Uqroo No. 41, publicada en el mes de agosto 2007



1.2 CARACTERÍSTICAS DE LA INSTITUCIÓN

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

- a) Impartir educación superior en los niveles de licenciatura, estudios de postgrado, cursos de actualización y especialización bajo diferentes modalidades de enseñanza para formar profesionistas, profesores e investigadores que requiere el Estado de Quintana Roo, la región y el país. Ello mediante la formación de individuos de manera integral con clara actitud humanista, social y científica, dotados de espíritu emprendedor, innovador y de logro de objetivos; encauzados a la superación personal, comprometidos con el progreso del ser humano, del aprecio a la patria y a la conciencia de responsabilidad social.
- b) Organizar, fomentar y generar nuevos conocimientos mediante programas de investigación científica, humanística, social, cultural y de desarrollo tecnológico, buscando resolver las necesidades de la sociedad quintanarroense y del país en general.
- c) Organizar, fomentar y realizar programas y actividades relacionadas con la creación artística, la difusión y extensión de los beneficios de la cultura que propicien el avance en su conocimiento y desarrollo.
- d) Contribuir a la preservación, enriquecimiento y difusión del acervo científico, cultural y natural del Estado de Quintana Roo, de la región y del país De naturaleza eminentemente social que propicia la participación de la sociedad a través de sus opiniones, demandas y requerimientos sociales. Con un sistema financiero diversificado que no sólo estimula la generación de ingresos propios, sino que propicia una mayor participación social en el financiamiento de la universidad.



1.3 MODELO DE EDUCACIÓN SUPERIOR

El modelo educativo se plasmó hace 15 años en el Decreto de Creación de la Universidad.

El modelo de la Universidad de Quintana Roo, si bien retoma características sobresalientes de la universidad mexicana establecidas en un largo proceso histórico, apunta también hacia cambios profundos que resultan de la necesaria adaptación al nuevo contexto social y económico del mundo y del país. Cuatro principios fundamentales orientan las funciones básicas de la universidad: vinculación, multidisciplinaria, innovación y calidad.

La vinculación se dará en diferentes niveles estableciendo una relación estrecha de la universidad con los diversos sectores de la sociedad de manera que éstos puedan participar en la determinación de sus programas y actividades, coadyuvar en la realización de los proyectos académicos y en su financiamiento, y actuar en el marco reglamentario como contraloría social para vigilar la buena marcha de la institución. Los esfuerzos de investigación, docencia y extensión responderán, con visión prospectiva, hacia el logro de un desarrollo integral de la entidad basado en los enfoques del desarrollo humano y la sustentabilidad ambiental.

La calidad como búsqueda de la excelencia orientará el proceso educativo en sus diferentes dimensiones de apropiación de conocimientos, destrezas, valores, actitudes y aptitudes, tendrá como referencia los estándares reconocidos internacionalmente, el desarrollo integral del estudiante, la pertinencia y la relevancia respecto del entorno.

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



- Investigación Educativa.
- Diseño Curricular.
- Formación Docente.
- Tecnología Educativa.
- Evaluación Docente.

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

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

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

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



El intercambio académico de la Universidad se llevará a cabo mediante proyectos académicos de docencia e investigación de carácter interinstitucional, y creará programas de movilidad nacional e internacional de estudiantes y profesores.

En cuanto a sus funciones adjetivas, la UQROO se ha propuesto desarrollar sistemas administrativos eficientes, ágiles y oportunos en apoyo a las funciones académicas; un desarrollo planificado de su infraestructura física en todos los campus; el fortalecimiento de mecanismos de obtención de recursos alternos de financiamiento; la racionalidad en el gasto; y ser autosuficiente financieramente. También se propone efectuar una revisión integral de la suficiencia y congruencia del marco normativo; conseguir una operación regulada de los instrumentos de normatividad administrativa; y consolidar los sistemas institucionales de Planeación-Programación-Presupuestación-Evaluación, así como el sistema de información y el de evaluación institucional de procesos y productos.

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

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

El sistema institucional de información es integral y facilita la toma de decisiones estratégicas en los distintos niveles de gestión, por lo que el acceso y transparencia a la información asegura su confiabilidad y certidumbre a la comunidad universitaria y a la sociedad en su conjunto.



1.4 MISIÓN Y VISIÓN

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

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

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

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



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

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

1.5 VALORES DE LA UNIVERSIDAD

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

Se señala que estos principios no implican la dispersión del conocimiento sino abordar la interdependencia y la diversidad de perspectivas teóricas desde una sólida formación disciplinaria.

Se adoptará el principio de innovación estimulando y facilitando la creatividad y la capacidad de adaptación de la comunidad universitaria tanto en el campo académico como en el institucional y administrativo, se asume el compromiso de encontrar nuevos métodos, técnicas y procesos en los diferentes ámbitos del quehacer universitario.



1.6 FINALIDAD DE LA UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

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

- a) Impartir educación superior en los niveles de licenciatura, estudios de postgrado, cursos de actualización y especialización bajo diferentes modalidades de enseñanza para formar profesionistas, profesores e investigadores que requiere en Estado de Quintana Roo, la región y el país. Ello mediante la formación de individuos de manera integral con clara actitud humanista, social y científica, dotados de espíritu emprendedor, innovador y de logro de objetivos encauzados a la superación personal, comprometidos con el progreso del ser humano, del aprecio a la patria y a la conciencia de responsabilidad social.
- b) Organizar, fomentar y generar nuevos conocimientos mediante programas de investigación científica, humanística, social, cultural y de desarrollo tecnológico, buscando resolver las necesidades de la sociedad quintanarroense y del país en general.
- c) Organizar, fomentar y realizar programas y actividades relacionadas con la creación artística, la difusión y extensión de los beneficios de la cultura que propicien el avance en su conocimiento.
- d) Contribuir a la preservación, enriquecimiento y difusión del acervo científico, cultural y natural del Estado de Quintana Roo, de la región y del país de naturaleza eminentemente social que propicia la participación de la sociedad a través de sus opiniones, demandas y requerimientos sociales. Con un sistema financiero diversificado que no solo estimula la generación



de ingresos propios, sino que propicia una mayor participación social en el financiamiento de la universidad.

1.7 PRINCIPALES ELEMENTOS

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

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



1.7.1 Escudo

Figura 1.- Escudo.



Autor: J. Enrique Hernández Rodríguez.

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

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

Destacan en el centro: el árbol, representante de la naturaleza en general y materia prima de uno de los elementos más preciados en el desarrollo del hombre: el papel.

En el centro del árbol tenemos un libro, símbolo perenne del conocimiento y dentro de éste un núcleo, representando los avances científicos y tecnológicos universales.

En los extremos derecho e izquierdo aparecen dos serpientes con los rasgos característicos de la cultura maya en la que, además, se aprovechan las formas



suaves y redondeadas para contrarrestar la rigidez anguloso de otros elementos del diseño.

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

1.7.2 LEMA

"Fructificar la razón:
Trascender nuestra cultura"

Autor: Maribel Rubí Urbina Reyes.

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

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

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

1.7.3 BIBLIOTECA

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



En la actualidad se ha diversificado, por un lado, la capacidad para generar nuevos conocimientos y, por otro, se ha multiplicado de manera vertiginosa, las opciones para recuperar, transmitir, difundir y apropiarse de información.

En este contexto, una de las columnas que sostiene el desempeño académico universitario y que a la vez permite la continuidad en la formación profesional de estudiantes en cada una de las áreas del conocimiento humano, lo constituye la biblioteca.

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

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

a) Misión

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

b) Visión

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

c) Valores compartidos

- Servicios de información basados en la innovación



- Trabajo en equipo con actitud de servicio
- Elevar la cultura de gestión de la información
- Nunca estar satisfechos, ser siempre mejores

d) Meta

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

e) Servicios bibliotecarios

Préstamo en sala

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

Préstamo a domicilio

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

Préstamo interbibliotecario

A través de este servicio puede tener a su alcance, previa solicitud al módulo de Circulación y Préstamo, materiales de otras bibliotecas con las que se tengan convenio. Este servicio sólo se otorga a los miembros de la comunidad universitaria.



Orientación y consulta

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

Investigación documental

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

Cubículos

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

Aulas Informáticas

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

Formación de usuarios de información

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



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

Bases de datos disponibles

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

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



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

f) Colecciones

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

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

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

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

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

1.7.4 DEPARTAMENTO DE CÓMPUTO Y TELEMÁTICA

El modelo educativo de la universidad impulsa fuertemente el uso de las TIC's (Tecnologías de la Información y la Comunicación) con el objetivo de mantener la



competitividad de los estudiantes, con ese fin las bibliotecas de la Universidad de Quintana Roo apoyan con el servicio de préstamo de equipo de cómputo y la Red Universitaria de Cómputo.

a) Lema

“Tecnología e Innovación a su servicio”

b) Valores

Compromiso Institucional

Innovación

Actitud de Servicio

Calidad

Respeto

c) Misión

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

d) Visión

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



e) Equipos

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

Tabla 1.- Infraestructura.

Equipos	SPC	SMRN
Computadoras para usuarios. (aulas y cubículos)	100	43
Computadoras para catálogos en línea.	8	7
Computadoras para servicios al usuario. (circulación)	2	1
Computadoras de áreas administrativas.	9	3
Equipos automatizados. (autopréstamo)	1	1
Walldisplay	1	0
Servidores	3	1

Fuente: Centro de Computo Universitario

1.7.5 PRINCIPALES LABORATORIOS

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

La investigación es una actividad prioritaria cuyos resultados de alta calidad y pertinencia le dan prestigio a la institución. Las líneas de generación y aplicación innovadora del conocimiento están bien definidas, existen lineamientos



institucionales adecuados de operación y evaluación. Así como una clara definición respecto al balance entre la investigación básica y aplicada.

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

1.7.6 PRINCIPALES PROGRAMAS CULTURALES

- Artes plásticas
- Creación literaria
- Danza folklórica y contemporánea
- Bailes caribeños
- Bailes españoles
- Rondalla
- Teatro
- Ballet Clásico
- Coro Universitario

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

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



1.7.7 PROYECTO DE VINCULACIÓN

La Universidad asume su compromiso de liderazgo en el entorno al generar oferta para la formación continua y flexible de capital humano, en términos de la atención a las necesidades y demandas de sus egresados, de los sectores social, público y privado, los que a su vez aprovechan las capacidades de innovación, educación abierta y a distancia.

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

1.7.8 CONVENIOS CON ORGANISMOS NACIONALES E INTERNACIONALES

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

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

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



CAPITULO 2

LA LICENCIATURA EN SISTEMAS COMERCIALES: PERFIL Y OBJETIVOS.



2. INTRODUCCIÓN

2.1 JUSTIFICACIÓN DE LA LICENCIATURA

Los cambios que se presentan actualmente apuntan hacia una integración cada vez mayor de los procesos económicos entre las entidades, tanto al interior como al exterior de los países.

Dentro de esta integración económica el papel de los sistemas de comercialización cobra, cada día, mayor importancia y aumenta de tal forma su cobertura y su especialización que resulta indispensable contar con profesionistas que tengan amplios conocimientos al respecto.

El sureste mexicano y particularmente en la región del Caribe en estos días, esta situación se hace más patente; por ello, la Universidad de Quintana Roo ofrece la Licenciatura en Sistemas Comerciales, para contribuir al fortalecimiento de la entidad mediante la optimización de los procesos de producción y distribución de la zona con el resto del mundo.

2.2 OBJETIVO CURRICULAR DE LA CARRERA

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



2.3 PERFIL DEL ASPIRANTE Y PERFIL DEL EGRESADO

a) Perfil del aspirante

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

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

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

b) Perfil del egresado

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

- Entender el proceso de desarrollo de sistemas comerciales que permitan ofrecer bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades del consumidor.
- Implementar alternativas de comercialización a través de estrategias de ventas y de negociación que permitan la estabilidad del sistema comercial en beneficio de los actores del mismo y de la sociedad en general.
- Analizar y explorar mercados tanto cuantitativamente en términos de la dimensión de la oferta y la demanda, de su ubicación geográfica así como cualitativamente de acuerdo a la identificación de las preferencias y



características de los consumidores en los diversos entornos sociales, culturales y económicos presentes en los mercados.

- Diseñar y desarrollar estrategias de negocios que permitan el desarrollo de bienes y servicios orientados a la satisfacción de necesidades de los consumidores en los mercados regionales, nacionales e internacionales.
- Analizar, diagnosticar y administrar los procesos de gestión de las empresas en cuanto al sistema comercial en que se insertan generando planes y proyectos en las áreas funcionales que permitan un proceso de mejoramiento continuo de su relación con el mercado.
- Desarrollar iniciativas empresariales que basen su competitividad en la innovación tecnológica, científica y administrativa.
- Desarrollar un claro compromiso con el bienestar de los individuos y de la sociedad.
- Desarrollar iniciativas empresariales tomando en cuenta los principios del desarrollo sustentable, la conservación, manejo y utilización responsable de los recursos naturales, la equidad y el respeto a la diversidad.

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

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

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



Actitudes

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

Habilidades

Autoaprendizaje
Razonamiento crítico
Tomar Decisiones
Visión
Innovación
Creatividad
Asertividad
Planeación y Organización del Trabajo
Trabajo en equipo
Investigación
Lectura y redacción
Análisis y síntesis
Comunicación Oral y Escrita en Español
Análisis e interpretación de datos
Relaciones interpersonales
Facilidad del manejo del idioma inglés
Manejo de los principales paquetes de computación
(Word, Excell, Power Point, Access)



2.4 VENTAJA COMPARATIVA DE LA LIC. EN SISTEMAS COMERCIALES RESPECTO A OTRAS LICENCIATURAS

La carrera de Sistemas Comerciales es una de las carreras más novedosas creada por la Universidad de Quintana Roo, en la que se capacita y educa al alumno para crear, organizar y fomentar nuevos negocios y colaborar en el desarrollo de los ya consolidados con un enfoque moderno, utilizando técnicas que ayuden al buen desarrollo de la misma.

La ventaja principal de la carrera en comparación de las otras carreras ofertadas en la Universidad es la formación de nuevos líderes y emprendedores de negocios. Porque si bien, se tienen las técnicas para maximizar los recursos de una empresa, también fomenta la iniciativa propia del estudiante para realizar un negocio, siendo los egresados los que de manera más objetiva pueden poner en marcha lo aprendido para el bienestar personal y del entorno.

2.5 ACTIVIDAD PROFESIONAL.

El campo laboral del Licenciado en Sistemas Comerciales es amplio y con una visión específica en el área empresarial y de negocios entre otras como:

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



- En el sector público colaborando en actividades de desarrollo económico y social.
- Asimismo podrá dedicarse a actividades de investigación y docencia.

2.5.1 CAMPO PROFESIONAL

Como Licenciado en Sistemas Comerciales podrá ejercer sus habilidades y conocimientos en:

- En la propuesta y desarrollo de empresas productivas, como propietario o asociado de las mismas.
- En la iniciativa privada, en todas las empresas de producción, transformación y comercialización de bienes y servicios, al interior y al exterior del país.
- En las asociaciones de empresarios de estas ramas, podrá brindar servicios de asesoría.
- En el sector público en las áreas de industria y comercio, tanto nacional como internacional.
- Asimismo podrá dedicarse a actividades de investigación y docencia.
- Tendrá amplio dominio de los programas de cómputo y del idioma inglés, que permitirán su desarrollo profesional en cualquier ámbito nacional e internacional al que desee incursionar.



2.6 ORGANIZACIÓN DE LA LICENCIATURA

Los planes de estudio de la UQROO permiten la apertura de espacios de mayor flexibilidad en la currícula académica con la aplicación del sistema de créditos. En este sistema, cada asignatura tiene un valor en créditos que indica un aspecto cualitativo referente a las actividades referentes a las actividades de teoría y de práctica en el curso; y un aspecto cuantitativo surgido del número de horas que dichas actividades requieren en cada ciclo. El estudiante debe cubrir los créditos en cuatro bloques distintos de asignaturas dentro de los rangos señalados en su plan.

Cuadro 2.- Mapa curricular.

CICLO 1			
Clave		C	Requisito
PIN-1	INGLÉS INTRODUCTORIO	6	
AG-109	MATEMÁTICAS	7	
AD-110	HISTORIA Y CULTURA REGIONAL	6	
AG-108	ESCRITURA Y COMPRENSIÓN DE TEXTOS	6	
AG-107	LÓGICA	6	
AG-102	REDACCIÓN E INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL	6	
PMYAA-1	MAYA INTRODUCTORIO	2	
PITAA-1	ITALIANO INTRODUCTORIO	2	
PFRAA-1	FRANCÉS INTRODUCTORIO	2	
AG-101	TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA COMUNICACIÓN	6	
ACP-146	ADMINISTRACIÓN	6	
ACP-145	ECONOMÍA Y LA EMPRESA	6	

CICLO 2			
Clave		C	Requisito
AD-105	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES	6	
AD-107	PROBLEMAS SOCIALES CONTEMPORÁNEOS	6	
PFRAA-2	FRANCÉS BÁSICO	2	
PITAA-2	ITALIANO BÁSICO	2	
PMYAA-2	MAYA BÁSICO	2	
AD-111	INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DEL DERECHO	6	
ACP-107	MICROECONOMÍA	6	ACP-145



ACP-102	MATEMÁTICAS I (CÁLCULO Y ECUACIONES)	6
PIN-1E	INGLÉS ELEMENTAL	6 PIN-1
ACP-144	CONTABILIDAD BÁSICA Y ADMINISTRATIVA	6

CICLO 3

Clave		C	Requisito
ACP-147	DESARROLLO ECONÓMICO REGIONAL	6	
ACP-111	MACROECONOMÍA	6	ACP-107
ACP-106	MATEMÁTICAS FINANCIERAS	6	ACP-102
ACPSC-103	MERCADOTECNIA I	6	
PITAA-3	ITALIANO PRE-INTERMEDIO	2	
PFRAA-3	FRANCÉS PRE-INTERMEDIO	0	
PIN-2	INGLÉS BÁSICO	6	PIN-1E
ACPSC-102	CONTABILIDAD DE COSTOS	6	ACP-144

CICLO 4

Clave		C	Requisito
ACPSC-110	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	6	
ACPSC-128	DERECHO MERCANTIL	6	
PITAA-4	ITALIANO INTERMEDIO	2	
PFRAA-4	FRANCÉS INTERMEDIO	2	
PIN-3	INGLÉS PRE-INTERMEDIO	6	PIN-2
ACP-149	ESTADÍSTICA	6	
ACPSC-129	CONDUCTA DEL CONSUMIDOR	6	ACPSC-103
ACPSC-130	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I	6	ACPSC-103

CICLO 5

Clave		C	Requisito
ACP-148	FUNCIÓN FINANCIERA Y ANÁLISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS	6	ACP-144
ACP-113	COMERCIO INTERNACIONAL I	6	
ACPSC-104	DERECHO FISCAL	6	
PITAA-5	ITALIANO POST-INTERMEDIO	2	
PFRAA-5	FRANCÉS POST-INTERMEDIO	2	
PIN-4	INGLES INTERMEDIO	6	PIN-3
ACPSC-112	SISTEMAS Y LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTE	6	ACPSC-103
ACPSC-131	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II	6	ACPSC-130

CICLO 6



Clave		C	Requisito
ACPSC-132	ESTRATEGIA DE PRODUCTO	6	
ACPSC-133	ESTRATEGIA DE VENTAS	6	ACPSC-103
ACP-114	COMERCIO INTERNACIONAL II	6	ACP-113
PFRAA-6	FRANCÉS AVANZADO	2	
ACPSC-106	OPERACIONES BANCARIAS Y FINANCIERAS	6	ACP-106
ACPSC-116	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	6	ACPSC-129

CICLO 7

Clave		C	Requisito
ACPSC-135	RECURSOS HUMANOS	6	
AG-110	ÉTICA	6	
ACPSC-136	PROYECTO EMPRESARIAL I	10	50% Créd.
ACPSC-140	OPTATIVA I DE MERCADOTECNÍA	6	50% Créd.
ACPSC-143	OPTATIVA I DE ADMINISTRACIÓN	6	50% Créd.
AG-111	SEMINARIO DE PROBLEMAS REGIONALES	8	
ACPSC-137	ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS	6	

CICLO 8

Clave		C	Requisito
ACPSC-138	PROYECTO EMPRESARIAL II	10	ACPSC-136
ACPSC-139	SEMINARIO DE MERCADOTECNÍA	8	ACPSC-103
ACPSC-141	OPTATIVA II DE MERCADOTECNÍA	6	ACPSC-140
ACPSC-134 *	INGLÉS PARA NEGOCIOS	6	PIN-4
ACPSC-142	SEMINARIO DE INVESTIGACION I	6	50% Créd.
ACPSC-144	OPTATIVA II DE ADMINISTRACIÓN	6	ACPSC-143
ACPSC-145	SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN II	6	

La carrera contiene cursos organizados de la siguiente manera:

1. Asignaturas Generales (AG)

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



2. Asignaturas Divisionales (AD)

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

3. Asignaturas de Concentración Profesional (ACP)

Son aquellas que permiten al estudiante adquirir los conocimientos y habilidades que han sido determinadas como el mínimo necesario para lograr la competencia en el ejercicio profesional. Entre ellas se encuentran aquellas que por sus contenidos y enfoques temáticos pueden ser compartidas con programas del mismo departamento y se encuentran las asignaturas optativas que permiten al alumno personalizar, especializar y enfocar sus estudios de acuerdo a sus intereses personales y a las necesidades que marque el entorno.

Las asignaturas optativas podrán ser seleccionadas de la oferta específica que estructure el programa de Sistemas Comerciales para dar respuesta a las necesidades detectadas en el contexto local y regional. Podrán ser seleccionadas de entre la totalidad de la oferta académica de la UQROO para permitir una formación multidisciplinaria si así lo plantea el estudiante de acuerdo a sus intereses y podrán también ser seleccionadas de la oferta académica de otras instituciones de educación superior en el país o en el extranjero.

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



4. Asignaturas de Apoyo (AA)

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

2.7 RANGO DE CRÉDITOS A CUBRIR POR TIPO DE ASIGNATURA

Cuadro 3.- Rango de créditos.

Tipo de Asignatura		Número mínimo de créditos	Número máximos de créditos
AG	Asignaturas Generales	21	39
AD	Asignaturas Divisionales	18	30
ACP	Asignaturas de Concentración Profesional	238	250
AP	Asignaturas de Apoyo	40 ³	40 ¹

Los créditos totales requeridos son 317, de los cuales el alumno podrá cursar en otra institución hasta un 15.3% de los créditos correspondientes a concentración profesional, siempre y cuando siga los lineamientos establecidos en el artículo 98 del Reglamento de Estudios Técnicos y de Licenciatura de la UQROO.

³ De los 40 créditos de apoyo, 30 deberán corresponder a los 5 niveles de inglés.



2.8 PLAN DE ESTUDIOS 2002- 2006

2.8.1 ASIGNATURAS GENERALES

- **Escritura y Comprensión de Textos**

Para participar en el desarrollo del estudiante en su formación integral, dentro de un marco académico que subraye la importancia de la aplicación práctica del lenguaje en su ejercicio profesional. Esto favorecerá la correcta expresión verbal o escribir en forma interdisciplinaria, procurando una interpretación reflexiva y cualitativa en varios niveles. Desarrollar la habilidad de buscar textos relevantes al problema, de leerlos, comprenderlos, analizarlos, y de extraer el contexto requerido en forma concisa para su aplicación requerida.

- **Matemáticas**

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

- **Seminario de Problemas Regionales**

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



2.8.2 ASIGNATURAS DIVISIONALES

- **Historia y Cultura Regional**

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

- **Problemas Sociales Contemporáneos**

El curso enfatiza el análisis crítico de los problemas más significativos de nuestra civilización y la reflexión sobre alternativas de solución a los problemas planteados. En una segunda parte el estudiante identificará diversas interpretaciones sobre la realidad nacional y elabora sus propias respuestas a los problemas más importantes del país. Temática: sistemas sociales y políticos. Áreas de conflictos. Totalitarismo y democracia. Crisis y cambio social. El nuevo orden mundial. México: cultural e identidad nacional. Tradición y modernización. Estado y sistemas político. Sociedad y economía. México ante el mundo.

- **Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales**

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



2.8.3 ASIGNATURAS DE CONCENTRACIÓN PROFESIONAL

Área Financiera

- **Matemáticas 1**

Proporciona los conocimientos y habilidades para el manejo y análisis de la relación funcional entre cantidades variables, haciendo énfasis en los conceptos de cambio o variación, razón de cambio, proporcionalidad, estimación y predicción de valores de variables, así como en la determinación de funciones que modelan fenómenos de variación proporcional.

- **Estadística**

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

- **Función Financiera y Análisis de los Estados Financieros**

Naturaleza de las finanzas en las empresas. Estados Financieros. Cambios del poder adquisitivo de la moneda y sus efectos en los estados financieros. Técnicas del presupuesto de capital. Técnicas de análisis de los Estados Financieros. Informe financiero.

- **Desarrollo Económico Regional**

Conocimientos generales de la región y el entorno funcional de estudio. Conocimiento de las teorías más importantes de desarrollo (regional, nacional).



- **Operaciones Bancarias y Financieras**

Formas de organización. Valores de negocios. Mercados financieros. Instituciones financieras. Mercado de acciones. Tasas de interés. Costos de capital, administración de crédito financiamiento a corto y mediano plazo, procesos de interés, apalancamiento. Operaciones de banca de inversión. Arrendamiento: tipos, requerimiento, etc.

- **Análisis y Evaluación de Proyectos**

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

Área Administrativa

- **Administración**

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

- **Economía y la Empresa**

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



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

- **Contabilidad Básica y Administrativa**

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

- **Contabilidad de Costos**

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

- **Planeación Estratégica**

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



▪ **Comercio Internacional II**

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

▪ **Recursos Humanos**

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

▪ **Proyecto Empresarial I**

Integrar y aplicar los conocimientos y habilidades adquiridas a lo largo de sus estudios en la elaboración en grupo de un proyecto empresarial incluyendo el plan de negocios y el plan de mercadotecnia. Requiere de un enfoque integral al análisis de un problema, en el planteamiento de estrategias de desarrollo y los procesos de evaluación y seguimiento y análisis de la factibilidad de la propuesta.



Debe basarse en el análisis del contexto macroeconómico a partir de la consideración de factores externos (economía, mercados, medio ambiente, políticas de desarrollo) para diseñar acciones en el entorno micro de la empresa. En la primera parte del curso debe definir el objetivo de la empresa, el producto o servicio que pretende promover, el mercado al que se orienta incluyendo la segmentación y caracterización del consumidor.

- **Proyecto Empresarial II**

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

Área de Derecho y Economía

- **Microeconomía**

Microeconomía es la materia que mejor describe la conducta humana en términos de eficiencia económica desde el ámbito de la producción y el consumo. Su misión principal es la de presentar las herramientas del análisis económico para describir las teorías de las decisiones individuales en el contexto de la producción y del consumo. Representa en el análisis del consumidor la principal teoría para explicar su comportamiento. Describe de que manera estas decisiones confluyen en los mercados para formar la demanda y cómo ésta se contrapone, al efecto de la suma de las decisiones individuales de las empresas de ofrecer sus productos en el mercado en términos de eficiencia. En Microeconomía se revisa la organización de los mercados y la forma en que determinan los precios. El conocimiento y aplicación de las principales herramientas a través de gráficos y matemáticas permiten analizar algunas trampas que se presentan habitualmente en la toma de decisiones.



- **Macroeconomía**

Su objeto dentro del mapa curricular es el de introducir al alumno en la macroeconomía de los negocios internacionales. Cómo estas variaciones macroeconómicas nacionales e internacionales afectan la actividad empresarial. En este curso se revisan los fundamentos básicos teóricos; demanda agregada. Consumo, ingreso. Política fiscal. Mercado de dinero. Teoría de la inversión. Oferta y demanda agregadas. Inflación. Déficit público. Crecimiento y ciclo económico. Políticas de estabilización. Apertura de la economía, expectativas de los agentes económicos. Todo desde una concepción global del conocimiento de los principales factores macroeconómicos que afectan de manera determinante en el presente y futuro de las empresas, las inversiones y el mercado de valores, las transacciones comerciales y el tipo de cambio, etc. Constituye una herramienta fundamental en la toma de decisiones.

- **Derecho Mercantil**

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

- **Derecho Fiscal**

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

- **Comercio Internacional I**

Esta materia es con objeto de adentrar al futuro profesional en el origen y desarrollo de las diversas corrientes que han dado lugar al comercio internacional de



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

Área de Mercadotecnia

- **Mercadotecnia**

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

- **Investigación de Mercados I**

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

Propiciar en la formación del profesional, con amplio dominio de conocimientos teóricos y habilidades, en forma metodológica en investigación de mercados y estudios demográficos a fines de buscar soluciones viables.



Procedimientos y técnicas de obtención de información, diseño, observación, técnicas proyectivas, sesiones de grupo, entrevista de profundidad, encuestas, cuestionario, escalas de medición de actitudes, experimentación, trabajo de campo, análisis de la información, SIM. Como interpretar información: Gráficos, investigaciones de mercado. Análisis de resultados, sistema de apoyo a las decisiones.

- **Investigación de Mercados II**

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

- **Conducta del Consumidor**

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

- **Sistemas de Distribución y Transporte**

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



▪ **Estrategia de Producto**

Conocer los conceptos teóricos y prácticos del proceso de desarrollo de productos a partir del análisis de las demandas del mercado y las estrategias de respuesta de la empresa. Entender el concepto de ciclo de vida del producto y conocer las etapas y estrategias de su desarrollo. Adquirir habilidades para el proceso de diseño y desarrollo de productos y servicios, la determinación de las características conceptuales y formales de un producto. Llevar a cabo el proceso de desarrollo de un producto desde su concepción hasta su producción incluyendo los procesos de seguimiento y evaluación en cada etapa. Estándares internacionales de clasificación en productos industriales (ISO, DIN). Estándares internacionales de clasificación de productos agropecuarios y forestales (P.e. NHLA). Estándares internacionales de clasificación en servicios. Normas de diseño ambiental y de salud de productos. Categorías, clasificaciones, marca, línea, mezcla, familia, etapas, estrategias de extensión, innovación, generación de ideas, creatividad, prueba de concepto, viabilidad técnica, lanzamiento al mercado. Ampliación de la línea, mejoramiento del producto, segmentación. Desarrollo del mercado, implementación de la mezcla MKT, confrontación, conservación, efectos de escala y experiencia, definición y estructura del mercado.

▪ **Promoción y Publicidad**

Desarrollo de comunicación. Público meta. Respuesta buscada, mensajes y medios. Atributos. Evaluación. Retroalimentación. Presupuesto de promoción. Mezcla promocional. Planeación de la comunicación. Decisiones de publicidad: objetivos, presupuesto, mensaje medio, evaluación. Promoción de ventas. Relaciones públicas, *publicity*, publicidad no pagada. Planeación de la publicidad, Servicios ofrecen los medios de comunicación, estrategias básicas medios, investigación de medios, compra y características, componentes, uso de los medios masivos, texto, concepto total, producción de medios, diseño de una campaña publicitaria.



- **Estrategia de Ventas**

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

- **Seminario de Mercadotecnia**

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

- **Inglés para negocios**

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



▪ **Optativas I y II de Administración y I y II de Mercadotecnia**

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

- Fundamentos del Comercio electrónico
- Análisis y Diseño de Sistemas de Comercio electrónico
- Desarrollo de sitios de comercio electrónico
- Mercadotecnia Aplicada al comercio electrónico
- Marco Jurídico y seguridad en el comercio electrónico
- Mercadotecnia de servicios
- Economía del Sector turístico
- Mercadotecnia del turismo
- Mercadotecnia electoral
- Medios masivos de comunicación
- Estrategias de campaña

2.8.4 ASIGNATURAS DE APOYO OBLIGATORIAS

▪ **Inglés Introductorio**

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

▪ **Inglés Elemental**

Al finalizar el curso, el alumno habrá adquirido una competencia comunicativa básica que le permitirá desenvolverse en situaciones sencillas de la vida cotidiana y profesional elevando el nivel en las habilidades básicas y sub-habilidades concernientes al aprendizaje del idioma inglés en un nivel elemental.



- **Inglés Básico**

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

- **Inglés Pre-intermedio**

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

- **Inglés Intermedio**

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

2.8.5 MAPA CURRICULAR

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



Primer Ciclo

1. Matemáticas
2. Administración
3. Economía y la Empresa
4. Historia y Cultura Regional
5. Escritura y comprensión de Textos
6. Inglés Introductorio

Segundo Ciclo

1. Matemáticas I (Calculo y Ecuaciones)
2. Contabilidad básica y administrativa
3. Microeconomía
4. Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales
5. Problemas Sociales Contemporáneos
6. Inglés Elemental

Tercer Ciclo

1. Matemáticas financieras
2. Contabilidad de Costos
3. Macroeconomía
4. Mercadotecnia
5. Desarrollo Económico Regional
6. Inglés Básico

Cuarto Ciclo

1. Estadística
2. Derecho Mercantil
3. Recursos Humanos
4. Conducta del Consumidor
5. Estrategia de ventas
6. Inglés Pre-Intermedio



Quinto Ciclo

1. Derecho Fiscal
2. Función Financiera y Análisis de los Estados Financieros
3. Comercio Internacional I
4. Investigación de Mercados I
5. Sistema de Distribución y Transporte
6. Inglés Intermedio

Sexto Ciclo

1. Operaciones Bancarias y Financieras
2. Estrategia de producto
3. Promoción y Publicidad
4. Comercio Internacional II
5. Investigación de Mercados II
6. Seminario de Investigación I

Séptimo Ciclo

1. Planeación Estratégica
2. Proyecto Empresarial I
3. Seminario de Problemas Regionales
4. Seminario de Investigación II
5. Optativa I de Mercadotecnia
6. Optativa I de Administración

Octavo Ciclo

1. Proyecto empresarial II
2. Seminario de Mercadotecnia
3. Optativa II de Administración
4. Análisis y Evaluación de Proyectos



5. Optativa II de Mercadotecnia
6. Inglés para Negocios

2.9 MODALIDADES DE TITULACIÓN

▪ Titulación por promedio

Para que el alumno se pueda titular por promedio debe cumplir los siguientes requisitos:

- a) Tener el total de créditos establecidos en el plan de estudios de la carrera que previamente haya cursado.
- b) Promedio mínimo de 9 (Nueve).
- c) No haber incurrido en ninguna situación de reprobación numérica.
Si el alumno cumple con los requisitos previamente señalados deberá:
- d) Solicitar la modalidad y anexar todos los requisitos de titulación.

▪ Estudios de posgrado

Para que el alumno se pueda titular por estudios de posgrado debe cumplir los siguientes requisitos:

- a) Tener el total de créditos establecidos en el plan de estudios de la carrera que previamente haya cursado.
- b) Haber aprobado al menos un año de cursos de pos-grado como estudiante de tiempo completo o el 50% de los créditos o asignaturas de una maestría o doctorado o su equivalente en un plan de estudios en el extranjero.

Si el alumno cumple con los requisitos previamente señalados deberá:



c) Solicitar la modalidad, anexar original de la constancia que acredite el curso de posgrado, número de registro respectivo de la universidad o institución ante la Dirección General de Profesiones, la autorización para impartir éstos estudios, copia del certificado profesional y todos los requisitos de titulación.

▪ **Examen General para el Egreso de la Licenciatura (EGEL)**

Para el alumno se pueda titular por examen general debe cumplir los siguientes requisitos:

La titulación por examen general al egresado, permite al alumno obtener el título profesional, mediante un examen de certificación profesional del CENEVAL, que acredita el puntaje y el nivel académico de existencia de acuerdo con los parámetros definidos por el centro.

Una vez acreditado el EGEL, se podrán iniciar los trámites de Titulación.

Una vez que se haya aprobado el examen general el alumno deberá:

a) Deberá solicitar la modalidad elegida, anexar la constancia emitida por el CENEVAL y todos los requisitos de titulación.

▪ **Trabajo monográfico**

Esta modalidad le permite al alumno obtener el título profesional, mediante la elaboración de un trabajo documental y original relativo al estudio de un asunto particular, de un tema concreto y determinado y podrá presentarse a través de:



- a) **Memoria de experiencia profesional:** Es un informe de las actividades profesionales del pasante durante un periodo no menor de dos años y donde aplique los conocimientos de su área de formación.
- b) **Informe pedagógico:** Consiste en el diseño y elaboración de una propuesta que presente alguna aportación en el campo pedagógico del área de formación del estudiante.
- c) **Descripción etnográfica:** Es la descripción ordenada de los datos empíricos obtenidos en el trabajo de campo.
- d) **Participación en proyecto de investigación:** Es un informe final acerca de la participación del estudiante en una investigación realizada dentro del área de formación del estudiante.
- e) **Investigación documental:** Es la revisión y análisis de bibliografía actualizada dentro de un área específica del conocimiento en el ámbito de formación del estudiante.

Una vez que el alumno determina el tema concreto a desarrollar deberá:

- a) Elaborar el trabajo documental y original relativo al estudio de un asunto en particular.
- b) Entregar 6 ejemplares del trabajo monográfico al Área de Titulación.
- c) Realizar la réplica del trabajo monográfico, en público ante jurado.
- d) Obtener la mayoría de los votos aprobatorios del jurado respecto a la réplica del trabajo monográfico.

▪ **Tesis**

Esta modalidad le permite al alumno desarrollar un tema en forma documental respecto a la experiencia académica que constituya una contribución al estudio o



solución de algún problema relativo al programa educativo de que se trate y a la formación profesional del estudiante. Será válida la existencia de grupos de pasantes para la elaboración de tesis con un máximo de tres integrantes; los casos de excepción deberán ser autorizados por el Consejo Divisional en el que se encuentre adscrito el programa educativo del pasante.

La sustentación del examen profesional será de manera individual y solamente en casos de excepción deberán ser autorizados exámenes colectivos por el Consejo Divisional antes mencionado.

Se deberá presentar la siguiente documentación:

- a) Entregar 8 ejemplares de la tesis al Área de Titulación.
- b) Presentar el examen profesional, exponiendo el tema de la tesis en público y ante el jurado.
- c) Aprobar el examen profesional, obteniendo la mayoría de los votos aprobatorios del jurado.

2.10 EGRESADOS

Los egresados de la Universidad de Quintana Roo mantienen porcentajes similares en los indicadores de género. El índice de masculinidad es del 1.08 lo que representa que egresan 102 hombres por cada 100 mujeres que egresan. Lo anterior representa un porcentaje de hombres del 52% en la población general de egresados. (Ver figura 1).

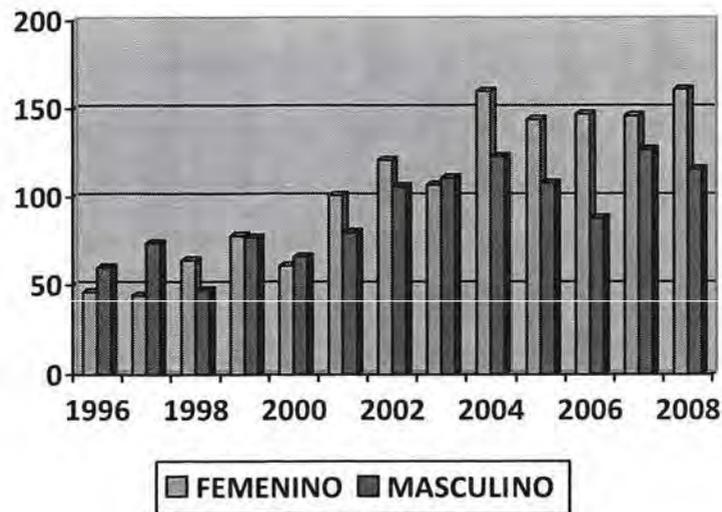
La UQROO hasta finales del ciclo escolar 2007-2008 (julio 2008) cuenta con 2,563 egresados de los niveles profesional asociado y licenciatura, y posgrado, distribuidos en once programas educativos. (Ver cuadro 4 y grafica 1).



Cuadro 4.- Egresados.

AÑO	GENERO		TOTAL
	FEMENINO	MASCULINO	
1996	46	60	106
1997	44	74	118
1998	64	47	111
1999	78	77	155
2000	61	66	127
2001	101	80	181
2002	121	106	227
2003	107	111	218
2004	160	123	283
2005	144	108	252
2006	147	88	235
2007	146	127	273
2008	161	116	277

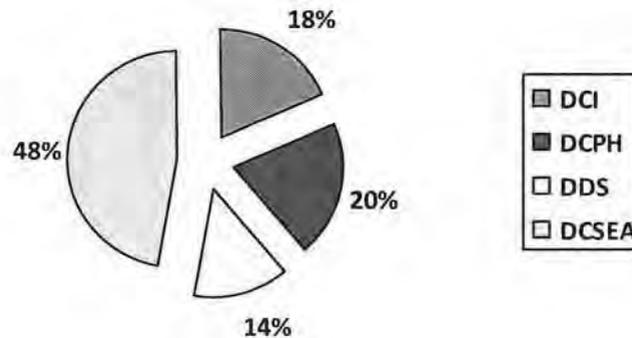
Fuente: UQROO. Dirección de Planeación, Estadística Básica 2007-2008.



Grafica 1. – Egresados.



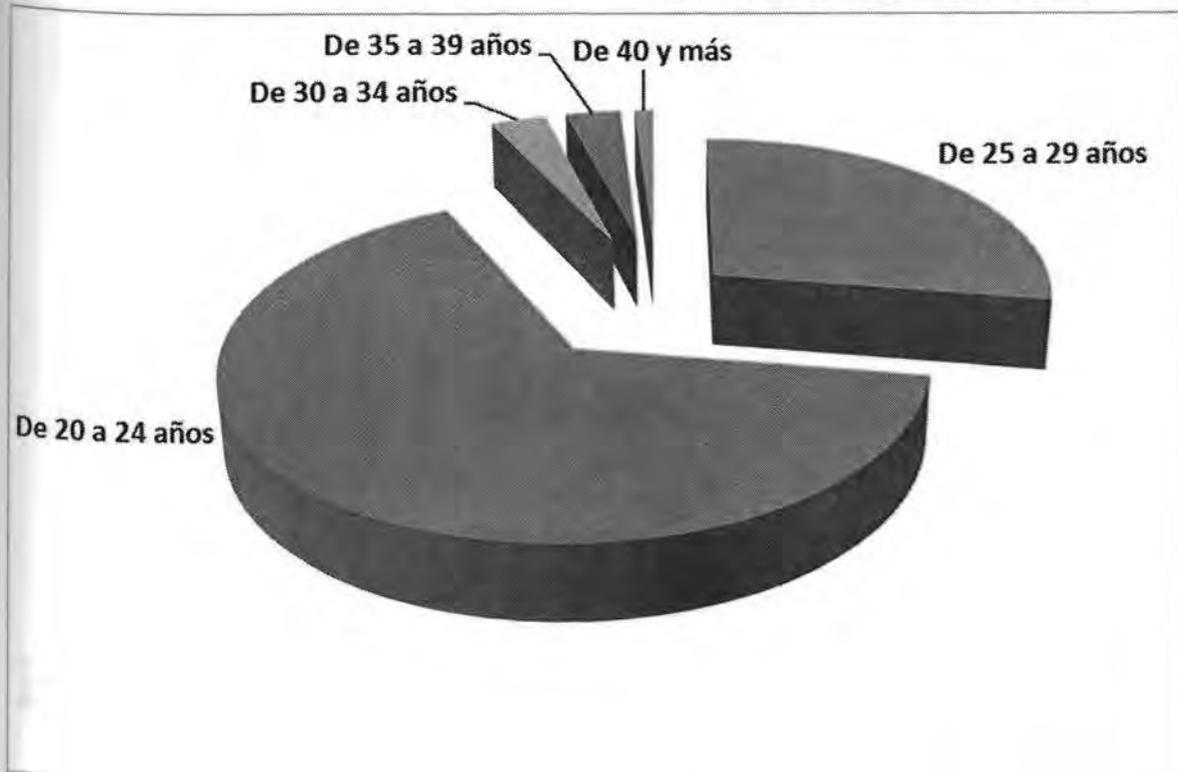
A finales del ciclo escolar 2007-2008 egresó un total de 277, con estos egresados la División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas sigue siendo la división que mayor porcentaje de egresados tiene en la Institución, tal y como se muestra en la gráfica 2.



Gráfica 2.- Egresados por División.

Con respecto a los egresados de la unidad Chetumal, se observa que la edad promedio de egreso es de 25 años, encontrándose un rango que va desde los 20.7 años a los 54 años de edad. Así también la mayor parte de los egresados de la Unidad Chetumal egresaron con una edad que oscila en un rango de 20 a 24 años y de 25 a 29 años, 65.2% y 27.5% respectivamente. (Ver gráfica 3).

Gráfica 3.- Edades de egresados.



Edad de los egresados en la Unidad Chetumal, en porcentaje.



CAPITULO 3

**EMPRESA DE SERVICIOS FINANCIEROS:
FINREAL**



3.1 HISTORIA DE LAS MICROFINANZAS EN MEXICO.

Las microfinanzas en América Latina y el Caribe han tenido un desarrollo extraordinario. De acuerdo a estimaciones recientes, las instituciones de microfinanzas (IMF) de la región cuentan con cerca de seis millones de clientes y una cartera superior a los US\$5.000 millones. Éste es un logro notable si se toma en cuenta que los programas pioneros en Microfinanzas—administrados por organizaciones no gubernamentales (ONG)— datan de la década de los años setenta. La motivación principal de estos programas era atender a un segmento de mercado que normalmente no era atendido por la banca tradicional o por otras instituciones financieras formales. Hoy en día, las microfinanzas ya no están al margen de los sistemas financieros formales.

No hay relación alguna entre el tamaño y la riqueza de los países, por un lado, y un entorno positivo o negativo para las microfinanzas, por el otro. Cuanto más favorable sea el entorno de negocios de un país, más alta tiende a ser la proporción de la población que utiliza los servicios de microfinanzas. Las microfinanzas pueden prosperar en países cuyas condiciones para la actividad empresarial se consideran, en general, difíciles.

En años recientes, hubo muchas mejoras en lo que respecta al entorno para las microfinanzas en muchos países, aunque todavía se requiere un considerable avance en toda la región y en países cuyo desempeño es particularmente inferior. México recibió una clasificación global que lo coloca en octavo lugar, empatando con Chile (48,3). El sólido clima para la inversión del país (tercer lugar, con 58,3) está contrarrestado por un marco regulatorio mediocre (50,0, empatando en el octavo lugar con tres países) y un desarrollo institucional inferior a la media (41,7, nuevamente en el octavo lugar junto con Colombia). El marco regulatorio mexicano ha sufrido considerables cambios durante el presente decenio, con la coexistencia confusa de instrumentos jurídicos que se contraponen entre sí y el prolongado y varias veces demorado proceso de implementación de las promisorias reformas adoptadas hace cinco años. No obstante, si la



implementación avanza sin contratiempos en los próximos años, el nivel de competencia e innovación de este sector, desarrollado modestamente.

Microfinanzas: acceso u obtención del crédito con el uso y manejo del financiamiento tanto de los que proveen como de los que reciben.

Los clientes de las microfinancieras son las personas más pobres y vulnerables y que solicitan participar en el programa de una institución de Microcrédito. Las microfinancieras tienen diferentes requisitos y distintas formas de participación, porque "tratan de adaptarse a las necesidades de los sujetos" a los que les ofrecen el servicio financiero. Las microfinancieras no prestan grandes cantidades, tienen metodologías muy específicas para colaborar con sus clientes e ir incrementando las sumas de préstamos para evitar el endeudamiento desmedido y la incapacidad de pago.

El microfinanciamiento se considera como un financiamiento alternativo a las fuentes tradicionales (comerciales) de crédito y consiste en diversos mecanismos de ahorro y crédito para los estratos sociales más pobres, excluidos del financiamiento bancario.

En México, al igual que en otros países del mundo las microfinanzas, están adquiriendo un lugar importante en el financiamiento hacia las clases más desprotegidas, ello se nota en la gran cantidad de actores involucrados en diversos proyectos, programas y eventos dirigidos hacia el microfinanciamiento.

Con la política de incorporar a las mujeres a actividades que permitan ser fuentes de ingresos, apoyándolas con cursos de capacitación y capital de trabajo. Sin embargo, no va más allá de ser una medida coyuntural ante la situación de pobreza que enfrentan las mujeres.

A pesar de que existe en el estado el Instituto de la Mujer y se realizan esfuerzos para introducir la perspectiva de género, se necesita que se haga realidad en la práctica, con hechos tangibles, la participación de la mujer.

3.1 .1 ANTECEDENTES DE FINANCIERA REALIDAD, S.A. DE C.V. SOFOM ENR.

Nace el 19 de noviembre de 2004. Opera en el sistema Financiero Mexicano, con fondos propios y fondos del Banco Nacional de México, con estricto apego al marco legal, con sanas prácticas crediticias y corporativas.

Es una empresa privada, sólida, con personal humano altamente calificado, comprometido con el desarrollo económico y continuo de cada uno de los microempresarios que ingresan a la institución ofreciendo apoyo e instrucción para llevarlos a un mayor crecimiento.

3.2 MISIÓN

Es una empresa rentable que propicia el desarrollo de los microempresarios en un marco de respeto y reconocimiento de sus valores, otorgando productos y servicios financieros innovadores y adecuados a sus necesidades, mediante Recursos Humanos capacitados y comprometidos.

3.4 VISIÓN

Ser una Institución líder en número de clientes atendidos y rentabilidad, en el segmento de las Microfinanzas en las regiones centro y sureste de México.

3.5 Logotipo



Figura 2.- Logotipo FINREAL.



3.5 Definición:

La imagen del logotipo de esta empresa se desarrolló tomando en cuenta los principios de la mercadotecnia y también dentro del contexto espiritual y personal. En cuanto al logotipo se refiere, tiene un gran significado universal, con muchos matices que lo hacen no solo interesante sino elemental en la vida del hombre, teniendo como principal argumento el número tres, ya que representa a la creación en el ámbito religioso, ese número también hace alusión a la divina providencia que es el padre, el hijo y el espíritu santo; a los tres elementos universales que son la evolución, innovación y revolución; se refiere también a las tres fuerzas universales que son positiva, negativa y neutra, y a los tres colores primarios rojo, amarillo y azul.

La palabra FINREAL se creó en base al número siete que tiene representación cabalística entre la sociedad, también se tomó en cuenta a los siete días de la semana.

Otros significados y valores agregados al logotipo son el I. V. A. que esto no se denota de su significado original, sino que la letra "I" tiene como significado Inteligencia, que es el conocimiento para saber hacer las cosas; la letra "V" que significa Voluntad, que es el querer hacer las cosas; y la letra "A" significa Amor, es la fuerza interna el amor por el que se hacen las cosas.

3.6 PRODUCTOS DE CRÉDITOS QUE SE OFRECEN

Microcréditos de Grupo Comunal

- Sus características de la Banca Comunal es que se caracteriza por tener una alta masificación del crédito, facilitando el acceso a la mayor cantidad de microempresarias del país.
- Dirigido a sufragar necesidades de capital de trabajo.
- Los créditos deben ser ágiles, oportunos, adecuados y sucesivos.



- Los créditos deben ser escalonados, iniciando con montos pequeños y deben ir creciendo en monto de acuerdo al cumplimiento de la normatividad establecida.
- Garantía solidaria al momento de la formación del Grupo.

Los clientes:

- El producto de la Banca Comunal va dirigido solamente a MUJERES.
- Las Clientas del producto de Banca Comunal pueden ser todas las microempresarias que cumplan con los requisitos establecidos por el Área de Crédito.

Clientes potenciales

Los clientes potenciales se seleccionan de acuerdo a los siguientes requisitos:

- Ser mujer.
- Ser mayor de edad (18 a 65 años).
- Ser ciudadana mexicana residente.
- Contar con la Credencial de Elector.
- Contar con Acta de Nacimiento.
- Contar con la CURP.
- Contar con un comprobante de Domicilio (antigüedad máxima a 3 meses).
- Poseer o rentar vivienda estable e identificable.
- 10 % de Garantía Liquida.
- Autorización de Buro de Crédito.

Datos del negocio:

- Tener un negocio o actividad productiva.
- Tener conocimiento y experiencia en el oficio.
- Tener identificado su mercado actual y potencial.
- Tener necesidades de crédito para capital de trabajo.



- Antigüedad del negocio o actividad productiva mínima 6 meses.
- Cerciorarse de la existencia del negocio o actividad productiva.

La duración del crédito.

La duración de un crédito se realiza por ciclos. Hasta cinco ciclos son los que se puede manejar en un grupo que va creciendo en capacidad de pago y recuperación de crédito ya que son los indicadores principales para ir pasando de un ciclo a otro.

- Cada ciclo consta de 3 a 6 meses.
- Con una frecuencia de pago semanal o catorcenal.

En el primer ciclo se puede hacer un financiamiento de \$1,000.00 a \$3,500.00 pesos que es la base para iniciar un ciclo.

En el segundo ciclo se financia el 70% hasta un 100% del préstamo anterior según cada caso.

En el tercer ciclo se aprueba de un 50% hasta un 70% del préstamo anterior según cada caso.

En el cuarto ciclo se aprueba de un 30% hasta un 50% de lo autorizado según cada caso.

En el quinto ciclo se puede financiar un 30% o menor a \$25,000.00 pesos que es la cantidad máxima que se puede otorgar en esta tecnología de crédito.

Grupo solidario

El grupo solidario es parecido en algunos aspectos a la tecnología comunal en cuanto a que los requisitos para formar parte del grupo son los mismos y las recomendaciones a tomar en cuenta al momento de evaluar el negocio son iguales. Las diferencias radican en que, a diferencia del grupo comunal que



deben ser todas responsables de todas y son ellas mismas un aval cruzado y el grupo solidario no. Por esto y algunas otras razones es que esta tecnología se dejó de manejar en la financiera.

Los clientes potenciales se seleccionan de acuerdo a los siguientes requisitos:

- Ser mujer.
- Ser mayor de edad (18 a 65 años).
- Ser ciudadana mexicana residente.
- Contar con la Credencial de Elector.
- Contar con Acta de Nacimiento.
- Contar con la CURP.
- Contar con un comprobante de Domicilio (antigüedad máxima a 3 meses).
- Poseer o rentar vivienda estable e identificable.
- 10 % de Garantía Liquida.
- Autorización de Buro de Crédito.

Datos del negocio:

- Tener un negocio o actividad productiva.
- Tener conocimiento y experiencia en el oficio.
- Tener identificado su mercado actual y potencial.
- Tener necesidades de crédito para capital de trabajo.
- Antigüedad del negocio o actividad productiva mínima 6 meses.
- Cerciorarse de la existencia del negocio o actividad productiva.

Crédito individual

El crédito individual consiste en atender solicitudes individuales de personas con negocios ya establecidos, o de aquellas empresas que han logrado un mayor desarrollo económico y nivel de sostenibilidad, son generalmente, para capital de trabajo, compra de activo fijo, adecuaciones de local, entre otros.



Crédito a personas físicas con carácter empresarial establecido legalmente.

Se otorgan créditos para personas físicas con actividad empresarial con un límite de crédito de \$1,000 hasta de \$45,000 pesos.

Los requisitos para poder acceder a esta tecnología son los siguientes;

- Se requiere de un aval con bien hipotecario.
- Contar con un negocio con actividad productiva establecido.
- Ser mayor de edad (18 a 65 años).
- Ser ciudadana mexicana residente.
- Contar con la Credencial de Elector.
- Contar con Acta de Nacimiento.
- Contar con la CURP.
- Contar con un comprobante de Domicilio (antigüedad máxima a 3 meses).
- Poseer o rentar vivienda estable e identificable.
- 10 % de Garantía Liquida.
- Autorización de Buro de Crédito.

Duración del crédito.

La duración de este tipo de crédito se realiza por ciclos, estos tienen una duración de hasta 6 meses cada uno.

El aumento del crédito durante cada ciclo dependerá de la capacidad de pago de cada acreditado.



CAPITULO 4

EXPERIENCIA LABORAL EN FINANCIERA REALIDAD S. A. DE C. V. SOFON DE E.N.R.



4.1 BREVE RESEÑA SOBRE LA EMPRESA FINREAL

Esta empresa nació en la ciudad de Villa Flores, Chiapas, con la iniciativa los inversionistas el Lic. Víctor Manuel Salazar Molina y Víctor Antonio Gálvez Bailón, teniendo como mismo interés incursionar en el ramo del microcrédito, con el objetivo de buscar el desarrollo de la sociedad.

En noviembre de 2004 se creó la primera sucursal en Chiapas de Corzo llevando bajo el nombre Financiera Realidad S. A. de C. V. (FINREAL). Posteriormente en 2005 se iniciaron operaciones en dos Estados más; el Estado de Hidalgo y Quintana Roo; en 2008 se abrieron dos sucursales más una en Comitán, Chiapas, y otra en Santiago, Nuevo León.

Al año de la creación de la primera sucursal, debido al crecimiento sostenido se constituyó como FINREAL S. A. de C. V. SOFOM.ENR. que se dio por impulso del Director General, Ing. Alfredo Campusano Rodríguez.

Desde su creación ha estado vinculada con el Banco FIRA buscando ofrecer créditos resolventes sin la necesidad de cubrir con excesivos requisitos, para comunidades aledañas o personas de escasos recursos.

La empresa cuenta con dos tipos de créditos; el individual y el solidario. El primero se trata sobre préstamos para microempresarios que cuentan con una actividad comercial establecida; y el segundo tipo de crédito está dirigido a grupo de mujeres con actividad empresarial informal.

La empresa busca la relación ganar- ganar entre sus clientes es decir, la empresa facilita créditos otorgando créditos de fácil acceso a personas trabajadoras para su crecimiento comercial.



4.2 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ADMINISTRATIVAS

- Promoción:
 - Cambaceo.
 - Promoción desde la oficina.
 - Conseguir clientes potenciales.
 - Contacto con líderes de colonia.

- Capacitación
 - Proporcionar la información referente a lo que es un grupo comunal.
 - Realizar dos reuniones informativas sobre los procesos del crédito.
 - Reunir y cotejar los documentos de todas las integrantes.
 - Se promueve la elección de la mesa directiva.
 - Responder a las dudas del grupo.
 - Segunda reunión.
 - Llenado de los formatos de crédito para la autorización del crédito.
 - Se recaban las firmas y datos en fichas de datos
 - Se recaba la garantía líquida.
 - Se recaban los acuerdos y frecuencias de pagos.

- Autorización
 - Solicitar y revisar la información de buró de crédito.
 - Se realiza una hoja cualitativa del grupo.
 - Presentar la solicitud y documentación para la autorización.

- Desembolso
 - Se les da a conocer a las clientas los procedimientos y acciones a seguir luego de recibir el crédito, y así reforzar el compromiso y responsabilidad que contraen, quienes lo reciben.
 - Cancelación del desembolso si las integrantes no se presentan.



- Recuperación
 - Recuperar el crédito en su totalidad.
 - Realizar las reuniones semanales o catorcenales acordadas en el domicilio acordado.
 - Anotar el comportamiento del grupo.
 - Verificar que se recupere el monto de la ficha.

- Renovación
 - Recopilar la información necesaria para el nuevo crédito.
 - Verificar el historial de pagos del grupo.
 - Analizar el comportamiento del grupo a lo largo del crédito.
 - Verificar el estatus de cada una de las integrantes del grupo.
 - Verificar y analizar las nuevas integrantes (si las hay).
 - Verificar los ahorros realizados del grupo.
 - Llenado del formato de ficha de datos
 - Se solicitan copias de los comprobantes.
 - Se realiza la acta constitutiva del grupo
 - Se llena el formato del reglamento interno y se firma.

- Cobranza
 - Se realiza cuando una o varias integrantes del grupo no realizan alguno de sus pagos puntuales o parciales pactados.
 - La cobranza preventiva se realiza revisando todos los días los reportes del día de caja.
 - La cobranza reactiva se realiza llevando
 - Tres citatorios de aviso en los primeros días,
 - Después una nota intimidatoria,
 - Luego cita prejudicial, y
 - Si el grupo no paga se toman acciones judiciales.



CAPITULO 5

FUNCIONES DESEMPEÑADAS Y SU RELACIÓN CON LA FORMACIÓN PROFESIONAL ADQUIRIDA EN LA UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO.



5.1 SOBRE LA FORMACIÓN PROFESIONAL Y ÁREA LABORAL.

Con respecto a la Licenciatura en Sistemas Comerciales en la formación profesional y el área laboral, puedo mencionar que están relacionadas de manera muy directa ya que, en el trabajo utilicé gran mayoría de los conocimientos adquiridos además de que la licenciatura, por contar con diferentes enfoques, nos brinda la oportunidad de obtener mayores conocimientos en cuanto a la conformación de una empresa y su administración de acuerdo al giro, así como la toma de decisiones y la resolución de posibles problemas que se presenten.

La preparación obtenida durante los años de la licenciatura fue muy importantes para poder prevenir y resolver muchos problemas, para saber de qué manera actuar y qué conocimientos aplicar para anticiparse a éstos y llegar a una solución.

La Licenciatura en Sistemas Comerciales es una carrera muy completa, nos da todas las herramientas básicas y las bases para desempeñarnos en la iniciativa privada y el sector público; y también por medio de lo aprendido poder llegar a crear una empresa propia.

Siendo la Financiera FINREAL, una entidad basada en el otorgar microcréditos y en el servicio al cliente, es de gran importancia la imagen que se proyecta hacia los clientes de esta empresa, la empresa tiene en cuenta que los clientes son lo más importante, una adecuada selección de los mismos permitirá el crecimiento de la empresa de una manera sana en la entrega y recuperación de créditos, además de que es una entidad formada para ellos y que les pertenece, ya que les ayudara al crecimiento de sus negocios, al momento de un buen aprovechamiento del microcrédito en sus microempresas.



5.2 ANÁLISIS DE LAS ASIGNATURAS DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y SU APLICACIÓN EN EL ÁREA LABORAL.

Durante el tiempo que labore en la Financiera FINREAL, las asignaturas en las cuales encontré mayor apoyo para resolver mis dudas y las pude aplicar con la seguridad de todo lo aprendido fueron las siguientes:

Matemáticas

Este curso me proporcionó conocimientos para abordar la solución de problemas comunes en una empresa como en este caso es un financiera desde las simple operaciones básicas para explicar a los clientes las cantidades de pago y hasta ver el desarrollo de cada persona en gráficas dentro de la empresa.

Función Financiera y Análisis de los Estados Financieros

Debido a los conceptos adquiridos en este curso me permitió estar familiarizado con la interpretación de términos empleados debido al giro de la empresa y poder emitir recomendaciones. Por ser una empresa en la que realizamos préstamos y ahorros, las materias de finanzas son de gran importancia, debido a cada préstamo realizado ya sea grupal o individual. Y cuando se trata de ahorro, informarles los depósitos y los incrementos de lo ahorrado por las personas.

Administración

Esta materia me permitió realizar una cartera sana de clientes así como un buen manejo de la misma, así como en la toma de decisiones correctas en el momento de otorgar un crédito a los clientes, análisis de los saldos de los cliente por antigüedad, montos otorgados y liquidación del mismo y analizando esta información establecer los límites de los créditos. Así como también desarrollé estrategias de ventas de los créditos.

Contabilidad Básica y Administrativa

Los conceptos aprendidos en esta materia los apliqué en gran mayoría debido a que cuando se tiene que realizar microcréditos a micro empresas, es necesario



realizar una evaluación de sus activos, pasivos y todo lo referente a su capital para de este modo analizar y tomar decisiones sobre cuánto se le debe otorgar.

Derecho Mercantil

Esta materia me ayudó a conocer algunas de las leyes y la validez de los requisitos para el momento de otorgar un crédito y las consecuencias de no estén dentro del marco legal. En esta empresa de microcréditos en el caso de los créditos individuales se les requiere que la persona cuente con ciertos requisitos legales para poder otorgárselo, así como también la persona beneficiaria debe contar con un aval que lo respalde y debe contar también con un documento de algún bien inmueble propiedad de la persona que sirva como garantía en caso de incumplimiento de la persona. También a los clientes se les hace del total conocimiento lo que sucedería en caso de incumplimiento del contrato de crédito.

Mercadotecnia

Al realizar la publicidad y cambaceo con el fin de motivar al cliente potencial para iniciar un grupo de crédito o incrementar su préstamo según sea el caso, para eso es necesario saber qué tipo de cliente es y, cómo llegar a él, cuáles son los medios que utilizaremos para venderle la idea y, es en esta materia en donde se realiza una clasificación de los tipos de clientes y las diferentes estrategias para llegar al cliente.

Conducta del Consumidor

En esta materia nos enseñaron como aplicar la psicología en las relaciones comerciales, para saber como resolver los obstáculos presentados con los clientes, con el fin de cumplir con los objetivos de la empresa. Con las habilidades aprendidas adquirí el conocimiento necesario para poder realizar la selección de clientes respecto al entorno social donde se encuentren, el tipo de conducta y naturaleza, y problemas sociales con la finalidad de conocer las necesidades y qué producto se le puede ofrecer. Con respecto a la Financiera es de gran utilidad ya que se debe clasificar al cliente de acuerdo a la conducta que demuestre para



saber si es apto o no para un microcrédito. Y también me ayudó al manejo de las relaciones con respecto a la conformación de un crédito con el cliente y todos los conflictos que esto genera.

Estrategia de Ventas

Esta materia nos proporcionó conocimientos sobre procesos de ventas y negocios para enfrentar la competencia de los mercados. Adquirimos conocimientos sobre cómo dominar el marco de las actividades de venta de bienes y servicios, para desarrollar una visión crítica que le dé la pauta de tomar decisiones bajo la lógica y ética empresarial. También nos dio las herramientas para desarrollar habilidades para la negociación en el proceso de las ventas. En la Financiera me fue de gran utilidad ya que me permitió manejar diferentes estrategias de venta para poder tener una buena negociación con el cliente.

Promoción y Publicidad

Esta materia me proveyó de herramientas necesarias para que por medio de ellas rediseñar un tríptico que se utiliza en la Financiera, como medio de publicidad y de información para los clientes con los productos financieros que se manejan. Con los conocimientos me fue de gran utilidad al momento de la toma de decisiones, y seleccionar el lugares que es más factible para implementar la publicidad de este producto, con respecto al grado de respuesta que se espera de la área seleccionada, ya que se tiene bien definido al mercado meta al cual se quiere llegar.

5.3 ANÁLISIS SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA LICENCIATURA DE SISTEMAS COMERCIALES Y LA UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO.

Como se ha mencionado la importancia de la Licenciatura en Sistemas Comerciales para la Universidad de Quintana Roo se basa en la finalidad de formar profesionistas emprendedores que estén en contacto con el ambiente global de la economía y de los mercados, contando con habilidades



multiculturales, para incentivar el desarrollo sustentable como nuevos paradigmas del desarrollo que se constituyen ahora como criterios fundamentales en la gestión empresarial y del desarrollo social y económico de la región.

El Estado de Quintana Roo cuenta con una gran riqueza natural, nos ofrece una amplia gama de sectores empresariales donde desarrollar las habilidades aprendidas. Mediante esta licenciatura podremos desarrollar también fuentes de empleos creando empresas, ya que esta carrera se centra en el área de mercadotecnia, área administrativa y de economía de una empresa permitiendo un mejor desempeño de los egresados en las empresas e incrementar su desarrollo.

La importancia de la Licenciatura en Sistemas Comerciales es crear profesionales responsables con valores y ética para el mejor desempeño profesional y como persona en los entornos donde se logren desarrollar, con propuestas frescas e innovadoras que lleven a la evolución de las formas tradicionales con el fin de obtener los mayores beneficios de los recursos humanos y económicos de una empresa con la menor inversión.

La importancia de la Universidad de Quintana Roo recae en fomentar el desarrollo del Estado, mediante la creación de profesionales que impulsen al crecimiento. Los egresados de esta casa de estudios deben ser personas responsables, honorables y con valores para que por medio de su participación y desenvolvimiento fortalezcan a la sociedad e impulsar al desarrollo del Estado.

5.4 EXPERIENCIA PROFESIONAL PERSONAL.

La Financiera Realidad (FINREAL) fue de gran importancia profesional y también personal, permitiendo desarrollar las habilidades adquiridas durante la licenciatura. Durante el tiempo que estuve laborando en esta empresa me ayudó a desarrollar más el sentido de responsabilidad, puntualidad. En cuanto a los clientes, la satisfacción es de gran importancia, ya que una buena imagen y comodidad del



cliente nos ayuda que quede satisfecho con los servicios financieros que se le ofrecen, y todo esto en conjunto ayudado por el cliente ayudará a que transmita una buena recomendación de los servicios y como tal de la empresa con otras personas que son nuestros clientes potenciales.

Pertenecer a este tipo de empresas te permite desarrollar habilidades interpersonales gracias a la diversidad de personalidades de los clientes ya que puedes llegar a atender más de 100 clientes en más de 4 meses y repetir estos ciclos. La diversidad de caracteres me ayudo a forjar una personalidad que puede atender a diferentes personas y lograr que queden satisfechas con el servicio que se ofrece y como persona que los atiende.

En la Financiera también se manejaron algunos conflictos con clientes, como el que algún cliente no puede pagar el crédito o se cambia de residencia. En mi caso, pude manejar una cartera de clientes ya existentes y clientes de grupos que no pagaron su préstamo como se pactó en el contrato, también como asesor de crédito se me asignó la tarea de localizar a las personas desde visitas domiciliarias y por todos los medios posibles y hacer que las personas llegaran a un acuerdo con la empresa para liquidar su cuenta, ya que como el modo de préstamo es grupal también resultaban involucradas las demás personas que conformaban el grupo; en algunas ocasiones tuve la oportunidad de ser mediador de partes en conflicto debido a los problemas anteriores mencionados

El constante elaborar archivos con los documentos para el trámite de los créditos, reunir a las personas para poder crear un grupo, el estar revisando el buró de crédito, de cierta manera te ayuda en las habilidades de oficina que en la Universidad no se aprenden; el tener un sentido de responsabilidad para entregar en tiempo y forma los archivos, el ser totalmente honesto para el momento de recepcionar los documentos y que éstos sean reales y propios de las personas que están solicitando el cliente.



En la Financiera como asesor financiero que fui, tenía la obligación de estar informado oportunamente, ya que siempre dependerá de tener la información correcta para poder otorgar un crédito, debido a que si realizaba un buen análisis de la información el grupo de personas financiadas correrá menos riesgo al momento de realizar la recuperación del crédito, en muchas ocasiones la información que nos proporciona el buró de crédito es de suma importancia para la aprobación o no de un cliente para un crédito.

La carrera de Sistemas Comerciales y su formación académica, así como la variedad en las materias, me ofreció amplios conocimientos y aportó distintos puntos de vista para enfrentar cualquier situación con una solución más apropiada y adecuarme a los cambios que se generen día a día.

Por último puedo agregar que esta es una empresa que me dio la oportunidad como profesionista; que ha sido una gran experiencia de crecimiento y desarrollo personal y profesional de mucha importancia, así como la mejora en la toma de decisiones dentro de mi nivel y poder afrontar problemas con la mejor respuesta posible.

De manera general todos los conocimientos adquiridos durante la carrera han sido de gran utilidad y aplicados en la vida cotidiana de la empresa, contribuyendo así de manera significativa a ser un empleado eficiente y eficaz y ayudando a eficientar los recursos de la misma



CAPITULO 6

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.



6.1. CONCLUSIONES

La empresa FINREAL, que es una empresa dedicada a las microfinanzas y fomentar el ahorro de sus clientes, ha sido de gran apoyo para los microempresarios, que mediante este crédito logran hacer crecer sus negocios.

Con estos créditos se ofrece nuevas expectativas de crecimientos a los clientes, uno de los principales objetivos por lo que esta empresa se expandió fue con el fundamento de poder ayudar a los microempresarios que son de comunidades rurales o de bajos recursos, que no cuentan con los requisitos para poder acceder al sistema de crédito bancario u otro tipo de instituciones que les piden más requisitos que no pueden cumplir ya que al ser independientes y no contar con algún documento legal que indique su nivel de percepción de ingresos no se les puede otorgar créditos.

Dentro de la financiera, el asesor de crédito es de gran importancia en la toma de decisión de otorgar un crédito, ya que están relacionados directamente con los clientes y son el que recaba la información de los mismos. Siendo esta una de las actividades principales desde el momento de contactar al cliente, deben indagar en todo su entorno, esto le permitirá conocerlo mejor y saber si la información que proporciono de su negocio es real o no.

La empresa siempre utiliza desde el momento de la capacitación, la política de una buena atención al cliente, por medio de esto lograremos una mayor permanencia del cliente con nosotros y aumentar la cartera. Esto nos lleva a uno de los temas aprendidos en la carrera en los talleres de mercadotecnia, que nos dice que la mejor publicidad es la no pagada, ya que un cliente bien atendido dará buenas referencias de la empresa.

Este tipo de empresas por el hecho de estar siempre interactuando con gente te permite crecer y desarrollar un carácter parcial, necesario para poder comprender



a cada uno de los clientes, cada uno con sus diferentes necesidades y problemas buscando una solución para el desarrollo económico y lograr un apoyo para su familia.

Se puede llegar a la conclusión de que ha sido de gran relevancia lo aprendido durante la Licenciatura en Sistemas Comerciales y la relación directa que tiene en la estructura de una empresa y su comportamiento dentro de un ambiente laboral, ya que se dotan de las armas necesarias para poder llegar a una resolución en algún determinado problema y más que esta empresa está relacionada con la venta de un servicio intangible que es el crédito, ya que el crédito representa el dinero de la empresa, y se debe hacer una adecuada colocación del crédito para que esto permita una recuperación satisfactoria del préstamo y permita el crecimiento de la empresa mediante la captación del interés percibido por los préstamos otorgados.

6.2. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones para la Empresa FINREAL son con respecto a la realización de algunos cambios que le permitan un mejor funcionamiento y ayude al desarrollo de captación de más clientes y esto se reflejara en un mayor penetración en el mercado.

La implementación de estrategias de publicidad orientada a un público meta debidamente bien seleccionado, esto implica realizar una investigación de mercado donde se refleje los mayores medios de comunicación más usados por las personas a las que queremos llegar, para que por medio de este seleccionar los más idóneos para hacer una difusión efectiva para la empresa.

Es de gran importancia que se cree un departamento o se asigne a un personal capacitado para realizar la labor de cobros y seguimiento de mora y se encargue de solucionar de los problemas que se generen alrededor de éstos para así poder



llegar a soluciones y acuerdos. Por medio de éste se evitará a los promotores de crédito que realicen esta actividad ya que aprovecharían de manera más efectiva y eficiente el tiempo para las actividades que les corresponde.

La contratación del personal más acorde para cada puesto, esto permitirá el buen funcionamiento de la empresa y la eficiencia en la atención al cliente. Esto implica la creación de un departamento de recursos humanos el cual estará encargado de la contratación.

Crear un programa de capacitación constante para todo el personal que les permita informarse y crecer como empresa y se genere una buena fluencia de comunicación en la empresa.

A la empresa le hace falta contratar personal de seguridad, cámaras de seguridad y servicio Panamericano, ya que todos los pagos de los clientes se hacen en la caja que tiene la empresa y esto representa un riesgo tanto como a clientes como al personal que labora.

Las recomendaciones para la Universidad de Quintana Roo, son las siguientes:

En lo que compete a la carrera de Sistemas Comerciales, sería de gran ayuda se le realice mayor difusión, porque es una buena e integral carrera pero solo es conocida en esta zona, y esto muchas ocasiones es un obstáculo que nos cierra algunas puertas. Con una buena `publicidad logre ser una carrera reconocida a nivel estatal y nacional.

Si bien es cierto que en la Universidad existen profesores buenos y preparados, es necesario aumentar el nivel académico requerido para que al momento de la contratación, esto se verá reflejado en la calidad de enseñanza de los alumnos.



Cuando se seleccione el cuerpo académico se debe seleccionar de acuerdo a un perfil más adecuado para poder impartir una materia en específico.

La impartición de cursos de ética profesional a profesores sería de gran ayuda ya que les permitiría tener un mejor desempeño laboral y un manejo adecuado de los grupos.

Reducir en cierta medida la burocracia al momento de realizar algún trámite, ya que en algunos de los casos nos lleva días realizar algún pago o que nos expidan.

Incluir dentro del plan curricular, materias prácticas para los alumnos, debido a que muchas de las ocasiones no se tiene el conocimiento de campo, es importante que estas materias estén anteceditas por otras que sean teóricas y que en las consiguientes que apliquen y se fortalezcan los conocimientos poniendo a prueba a los alumnos de lo aprendido.

Durante la carrera se realizan diversos proyectos por los alumnos, de los cuales cada uno pertenece a las exigencias que se estudien en cada materia, lo cual nos lleva a que a lo largo de la carrera se emprendan diversos temas de proyectos. Sería recomendable y de mayor utilidad que se dé seguimiento a un solo proyecto desde el inicio e ir enriqueciéndolo con lo aprendido en las asignaturas, ya que esto nos podría servir como medio para una titulación a tiempo. Esto también nos sería de gran utilidad por que de estos proyectos puede resultar un plan de inversión que se podrá convertir en tu propia empresa.



BIBLIOGRAFÍA

1. Alles, M (1991). "Dirección de recursos humanos estratégicos". Editorial Granica.
2. Ansoff, I. (1998). "La Dirección en la Práctica Empresarial". Editorial Wesley Longman.
3. Bengolea; Rodríguez. (1996). "Administración de Recursos Humanos". Editorial Macchi.
4. Bertagnini, A. (2000). "Desarrollo empresario". Editorial Colec.Lideres 3 milenio.
5. Baca Urbina, E. (2001). "Evaluación de Proyectos". Editorial Mc Graw Hill.
6. Blake, O. (1993). "La capacidad, un recurso dinamizador de las organizaciones". Editorial Macchi.
7. Czinkota, M; Kotabe, M. (2005). "Administración de Mercadotecnia". 2º Edición. Editorial Pearson Educación. México.
8. Cohen, W. (2004). "Plan de Mercadotecnia" 3º Edición. Editorial Pearson. México.
9. David, F. (1999). "Conceptos de Administración Estratégica" 9º Edición. Editorial Pearson Prentice Hill.
10. De Saite-Marie, G. "Dirigir una PyME". (1995). Editorial Paidos. España.
11. Dvoskin, R. (2004). "Fundamentos de Marketing". Editorial Granica.



12. Dolan, R. (2003). "La esencia del marketing" Editorial Norma.
13. Dorante, R. (2004). "Las organizaciones que aprenden". 3º Edición. Editorial Macchi.
14. D.Peppers/Rogers. (1996). "Uno x Uno". Editorial Vergara.
15. M. C. Dora Argentina Cabezas Elizondo* "Microcrédito social y género".
16. Estrada, S. (1983) "Introducción a la Administración" Editorial Una. Caracas Venezuela.
17. Fischer, L, Espejo, J. (2000) "Mercadotecnia". 3º Edición. Editorial Pearson.
18. González, D; Orlando, J. (2006). "Distribución y marketing" Editorial Macchi.
19. García Valencia, M. (2001). "Fundamentos de Administración". Editorial Trillas.
20. González, A. (1993). "Finanzas en Administración". Editorial Interamericana. México.
21. Ghemawat, P. (1999). "La Estrategia en el Panorama del Negocio". Editorial Pearson.
22. Gore, E. (1996). "La educación en la Empresa". Editorial Granica.
23. Gómez Ceja, G. (1999). "Planeación y Organización de Empresas". Editorial Mc Graw Hill.



24. Hernández H, A. (2001). "Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión". Editorial Ecafsa.
25. Joanne McKenna, Press Liaison. "Microscopio 2007 El entorno de negocios para las microfinanzas en América Latina". Economist Intelligence Unit.
26. Kotler, F, "Dirección de Mercadotecnia". (1999). 9° Edición. Editorial Pearson Prentice Hill.
27. Kotler, P. (1999). "Dirección de Mercadotecnia". 8° Edición. Editorial Prentice Hall.
28. Kotler, P. (1999). "Dirección de Marketing, Conceptos Esenciales". Editorial Prentice Hall.
29. Kotler, P; Amstrong, G. (2003). "Fundamentos de Marketing" Editorial Pearson Educación. México.
30. Kinnear, T; Taylor, J. (2004). "Investigación de Mercados". Mc Graw Hill Interamericana S. A. Bogotá Colombia.
31. Kotler, P. (2000) "Marketing Management". Editorial Prentice Hall.
32. Lafuente, G. (1999). "Como hacer marketing sin recursos". Editorial Piramide.
33. Lambing P. y Kuehl C. (2000). "Empresarios Pequeños y Medianos" . Editorial Prentice Hall.
34. Levy, A. (1998). "Marketing avanzado" Editorial Granica.
35. Levitt, T. (2000). "Marketing Miopía". Editorial HBR.



36. Longenecker, J., Moore C., Petty W. (2001). "Pequeñas y Medianas Empresas Familiares". Editorial Thomson Internacional.
37. Mintzberg, H. (1991). "El Proceso Estratégico". 2º Edición. Editorial Prentice Hill. Hispanoamérica S. A. México.
38. Mercado, S. (1997). "Mercadotecnia Programada: Principios y Aplicaciones para Orientar la Empresa Hacia el Mercado" McGraw Hill Interamericana. S.A. Méx.
39. McCarthy, J; Perreult William. (2000). "Marketing Planeación Estratégica" Editorial Pearson.
40. Millar; Tujela (2004). "Manejo efectivo de clientes clave" Editorial Grijalbo.
41. Newell, F. (2005). "Las nuevas reglas del marketing" Editorial McGraw-Hill.
42. Namus, B. (2000). "Liderazgo Visionario". Editorial Granica.
43. Dr. Oliverio Hernández Romero, M. C. Renato Almorín Albino, "las microfinanzas en mexico, tendencias y perspectivas"; México.
44. Pope, J. (2000). "Investigación de mercado" Editorial Norma.
45. Proctor, T. (1996). "Marketing Management". Editorial Thomson Laerning.
46. Russow Lloyd, C; Terpstra Vern. (2003). "Mercadotecnia Aplicada". Editorial Norma. S. A. México.
47. Rais, A; Trout, J. (2003). "Marketing de guerra". Editorial McGraw Hill.
48. Rice, C. (2006). "Marketing para el nuevo milenio" Editorial Granica.



49. Sapag Chaín, N. (2001). "Evaluación de Proyectos de Inversión para la Empresa". Editorial Pearson Prentice Hill.
50. Sánchez A. y Cantú H. (2000). "El Plan de Negocios del Emprendedor". Editorial Mc. Graw Hill.
51. Sallenave, J P. (2000). "Gerencia y Planeación". Editorial Norma S. A. México.
52. Soler, P. (2000). "Investigación cualitativa en marketing y publicidad". Editorial Paidós.
53. Sallenave, Jean Paul. (1994). "La Gerencia Integral". Editorial Norma. Colombia.
54. Sahnja, S. (2003). "Mujer Emprendedora". *Revista Interforum*, Núm. 10.
55. Sergio Navajas, Enrique Navarrete, Lilian Simbaqueba, Mario Cuevas, Gehiner Salamanca. "Indicadores de microfinanzas en América Latina: rentabilidad, riesgo y regulación", Banco Interamericano de Desarrollo. Washington, D.C.
56. Thompson-Strickland.(2004). "Administración Estratégica". Editorial Mc Graw Hill. México.
57. Toffler, A; Betsi-Ann. (2002). "Diccionario de Mercadotecnia". Mc Graw Hill Interamericana. S. A. México.
58. Velásquez, G. (1980). "Proceso Administrativo". Editorial S. E. Costa Rica.
59. Wilensky, A. (1998). "Marketing estrategico". Editorial Tesis.
60. W. Hill; Jones, G. (2005). "Planeación" 6° Edición. Editorial Mc Graw Hill Interamericana.



61. Zapata, J. (1983). "Administración Financiera" Editorial Una. Caracas Venezuela.

PAGINAS WEB

62. <http://www.uqroo.mx>
63. <http://www.uqroo.mx>