

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

## COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

### PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

#### I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidades académicas:** Facultad de Derecho, Mexicali; Facultad de Derecho, Tijuana; Facultad de Ciencias de la Ingeniería, Administrativas y Sociales, Tecate; y Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada.
- 2. Programa educativo:** Licenciatura en Derecho
- 3. Plan de Estudios:** 2025-1
- 4. Nombre de la unidad de aprendizaje:** Emprendimiento y Liderazgo
- 5. Clave:** 48896
- 6. HC:** 02 **HT:** 02 **HL:** 00 **HPC:** 00 **HCL:** 00 **HE:** 02 **CR:** 06
- 7. Etapa de formación a la que pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la unidad de aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para cursar la unidad de aprendizaje:** Ninguno



#### Equipo de diseño de PUA

Mayra García Campos  
Homero Samaniego Aguilar

#### Aprobado por la Subdirección de las unidades académicas

Roberto Villa González  
Elizabeth Nataly Rosas Rábago  
Rigoberto Martínez Clark  
Nina Alejandra Martínez Arellano

**Fecha:** 04 de diciembre de 2024

## **II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE**

Proporcionar los conocimientos teóricos y metodológicos del modelo de negocio CANVAS y su implementación para crear proyectos de emprendimiento: tecnológicos, sociales o tradicionales. Las y los estudiantes desarrollarán y resolverán de manera eficiente los problemas del mercado de manera objetiva a través de la creación de valor. La unidad de aprendizaje se ubica en la etapa disciplinaria, es de carácter optativo y forma parte del área de conocimiento fundamentos básicos.

## **III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE**

Desarrollar propuestas de negocio, a través de la implementación del modelo CANVAS, con el propósito de crear, proporcionar y captar valor del mercado objetivo, con honestidad y actitud creativa.

## **IV. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE**

- Proyecto de lienzo de negocio CANVAS: segmento de mercado, propuesta de valor, canales de comunicación, distribución y venta, relación con la clientela, fuente de ingresos, recursos clave, actividades clave, alianzas clave, estructura de costos, competidores y financiamiento inicial.
- Presentación del proyecto de un pitch de negocio.

## V. DESARROLLO POR UNIDADES

### Unidad I. Liderazgo

**Competencia:**

Analizar el concepto de liderazgo y su aplicación en los proyectos de emprendimiento, mediante el estudio de sus definiciones, características y estilos, con el fin de comprender su importancia y utilidad en la solución de problemas en entornos de negocio cambiantes, con actitud crítica y objetiva.

**Contenido:****Duración:** 4 horas

- 1.1. Definición y elementos clave del liderazgo
- 1.2. Habilidades del liderazgo
  - 1.2.1. Habilidades para la toma de decisiones
  - 1.2.2. Habilidades interpersonales
  - 1.2.3. Habilidades técnicas
- 1.3. Implicaciones del liderazgo
  - 1.3.1. Motivación
  - 1.3.2. Control
  - 1.3.3. Autoridad y poder
- 1.4. Estilos de liderazgo y su finalidad
- 1.5. Habilidades para hablar en público
- 1.6. Presentaciones ejecutivas
- 1.7. Reuniones de trabajo exitosas

## UNIDAD II. Modelo de negocio CANVAS: crear y proporcionar valor

### Competencia:

Distinguir una propuesta de negocio, a través del lienzo CANVAS, para ayudar a un segmento de clientes a resolver un problema o satisfacer una necesidad, con responsabilidad social y creatividad.

### Contenido:

**Duración:** 5 horas

#### 2.1. Segmento de mercado

- 2.1.1. Definición de segmento de mercado
- 2.1.2. Para qué sirve identificar un segmento de mercado
- 2.1.3. Tipos de segmentos de mercado
  - 2.1.3.1. Mercado de masas
  - 2.1.3.2. Nicho de mercado
  - 2.1.3.3. Mercado segmentado
  - 2.1.3.4. Mercado diversificado
  - 2.1.2.5. Mercados multilaterales
- 2.1.4. Plantilla de áreas de mercado
- 2.1.5. Plantilla de mapa de empatía
- 2.1.6. Plantilla de *Buyer* persona

#### 2.2. Propuesta de valor

- 2.2.1. Definición de propuesta de valor
- 2.2.2. Cómo se representa la propuesta de valor
- 2.2.3. Para qué sirve la propuesta de valor
- 2.2.4. Pasos para su creación
- 2.2.5. Criterios que debe cumplir
- 2.2.6. Elementos que pueden crear valor
- 2.2.7. Plantilla de propuesta de valor

#### 2.3. Canales de comunicación, distribución y venta

- 2.3.1. Definición de los canales
- 2.3.2. Funciones de los canales
- 2.3.3. Fases de los canales
  - 2.3.3.1. Información
  - 2.3.1.2. Evaluación
  - 2.3.1.3. Compra
  - 2.3.1.4. Entrega

2.3.1.5. Posventa

2.3.1.6. Plantilla de canales

## 2.4. Relación con la clientela

2.4.1. Relación personal

2.4.2. Relación automatizada

2.4.3. Fundamentos de las relaciones con la clientela

2.4.3.1. Captación de clientes

2.4.3.2. Fidelización de clientes

2.4.3.3. Estimulación de las ventas

2.4.3.4. Categorías de las relaciones con la clientela

2.4.3.4.1. Asistencia personal

2.4.3.4.2. Asistencia personal exclusiva

2.4.3.4.3. Autoservicio

2.4.3.4.4. Servicios automáticos

2.4.3.4.5. Comunidades

2.4.3.4.6. Creación colectiva

2.4.3.5. Marketing digital

2.4.3.5.1. Profesionales del marketing digital

2.4.3.5.2. Proceso del marketing digital

2.4.3.5.3. Estrategia y canales sugeridos para empezar

2.4.3.5.4. Plan de acción inbound marketing

### UNIDAD III. Modelo de negocio CANVAS: captación de valor

**Competencia:**

Definir las diferentes fuentes de ingresos, basado en el análisis apropiado de la estructura de costos y del financiamiento inicial, para garantizar la viabilidad financiera del proyecto, con honestidad y mesura financiera.

**Contenido:****Duración:** 7 horas**3.1. Fuentes de ingreso**

- 3.1.1. Definición de fuentes de ingreso
- 3.1.2. Tipos de fuentes de ingreso según el modelo
- 3.1.3. Formas de generar fuentes de ingreso
  - 3.1.3.1. Venta de activos
  - 3.1.3.2. Cuota por uso
  - 3.1.3.3. Cuota por suscripción
  - 3.1.3.4. Préstamo o alquiler
  - 3.1.3.5. Concesión de licencias
  - 3.1.3.6. Gastos de corretaje
  - 3.1.3.7. Publicidad

**3.2. Recursos clave**

- 3.2.1. Definición de recursos clave
- 3.2.2. Categorías de recursos claves
  - 3.2.2.1. Físicos
  - 3.2.2.2. Intelectuales
  - 3.2.2.3. Humanos
  - 3.2.2.4. Económicos
  - 3.2.2.5. Tecnológicos

**3.3. Actividades clave**

- 3.3.1. Definición de actividades clave
- 3.3.2. Categorías de las actividades claves
  - 3.3.2.1. Producción
  - 3.3.2.2. Resolución de problemas
  - 3.3.2.3. Plataforma/red

**3.4. Alianzas clave**

- 3.4.1. Definición de alianzas clave
- 3.4.2. Tipos de alianzas

- 3.4.2.1. Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras
  - 3.4.2.2. Coopetición
  - 3.4.2.3. Joint ventures
  - 3.4.2.4. Relaciones cliente-proveedor
- 3.5. Estructura de costos
  - 3.5.1. Clases de estructura de costos
    - 3.5.1.1. Según sus costos
    - 3.5.1.2. Según su valor
  - 3.5.2. Características de la estructura de costos
    - 3.5.2.1. Costos fijos
    - 3.5.2.2. Costos variables
    - 3.5.2.3. Economías de escala
    - 3.5.2.4. Economías de campo
- 3.6. Competidores
  - 3.6.1. Categorías de competidores según el modelo
    - 3.6.1.1. Competidores formales
      - 3.6.1.1.1. Directos
      - 3.6.1.1.2. Sustitutos
      - 3.6.1.1.3. Potenciales
    - 3.6.1.2. Competidores informales
    - 3.6.1.3. Competidores de oportunidad
- 3.7. Financiamiento inicial
  - 3.7.1. Tipos de financiamiento
    - 3.7.1.1. Recursos propios
    - 3.7.1.2. Bancos
    - 3.7.1.3. Inversionistas
    - 3.7.1.4. Gobierno
    - 3.7.1.5. Crowdfunding
  - 3.7.2. Puntos relevantes a investigar
    - 3.7.2.1. Disponibilidad
    - 3.7.2.2. Requisitos
    - 3.7.2.3. Costo
    - 3.7.2.4. Tiempo de obtención

## VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
<b>UNIDAD II</b>				
1	Segmento de mercado	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atiende las orientaciones para el desarrollo de la práctica.</li> <li>2. Trabaja en equipo</li> <li>3. Define el proyecto que se va a desarrollar ya sea un emprendimiento social, un emprendimiento tecnológico o un emprendimiento tradicional.</li> <li>4. Desarrolla la plantilla 1 segmento de mercado en donde se defina a el buyer persona, los bienes o servicios a ofrecer, el problema o necesidades que se satisfacen, las áreas de mercado y el nombre para identificar al cliente.</li> <li>5. Entrega y recibe retroalimentación docente.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computadora</li> <li>• Internet</li> <li>• Fuentes de información</li> <li>• Plantilla</li> </ul>	3 horas
2	Propuesta de valor	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atiende las orientaciones para el desarrollo de la práctica</li> <li>2. Desarrolla la plantilla 2. Propuesta de valor: describe en una frase cuál es el valor que agregas a tu segmento de cliente (buyer persona) a través de los bienes y servicios que ofreces.</li> <li>3. Entrega y recibe retroalimentación docente.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computadora</li> <li>• Internet</li> <li>• Fuentes de información</li> <li>• Plantilla</li> </ul>	3 horas
3	Definición de los canales	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atiende las orientaciones para el desarrollo de la práctica.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computadora</li> <li>• Internet</li> </ul>	3 horas



		<p>2. Desarrolla la plantilla 3. Canales. Describe los canales de comunicación, venta, distribución, post venta indicando cuáles son propios y cuáles son de terceros.</p> <p>3. Entrega y recibe retroalimentación docente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fuentes de información</li> <li>• Plantilla</li> </ul>	
4	Relación con la clientela	<p>1. Atiende las orientaciones para el desarrollo de la práctica.</p> <p>2. Desarrolla la plantilla Elabora una relación con la clientela, Menciona los tres fundamentos de la relación con la clientela: captación, fidelización y venta sugestiva e indica qué tipo de relación es, ya sea personal o automatizada y describe la estrategia a desarrollar en cada uno de los fundamentos.</p> <p>3. Entrega y recibe retroalimentación docente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computadora</li> <li>• Internet</li> <li>• Fuentes de información</li> <li>• Plantilla</li> </ul>	3 horas
<b>UNIDAD II</b>				
5	Fuentes de ingresos	<p>1. Atiende las orientaciones para el desarrollo de la práctica.</p> <p>2. Desarrolla la plantilla: Fuentes de ingresos.</p> <p>3. Identifica la o las fuentes a través de las cuales el proyecto capta ingresos.</p> <p>4. Menciona cuáles serán los medios de pago para dicha captación.</p> <p>5. Entrega y recibe retroalimentación docente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computadora</li> <li>• Internet</li> <li>• Fuentes de información</li> <li>• Plantilla</li> </ul>	3 horas

UNIDAD III				
6	Recursos clave	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atiende las orientaciones para el desarrollo de la práctica.</li> <li>2. Desarrolla la plantilla: recursos clave.</li> <li>3. Identifica y menciona los recursos clave con los que contará el proyecto: físicos, intelectuales, humanos, tecnológicos y financieros.</li> <li>4. Indicar si serán propios, alquilados o de alianzas clave.</li> <li>5. Entrega y recibe retroalimentación docente.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computadora</li> <li>• Internet</li> <li>• Fuentes de información</li> <li>• Plantilla</li> </ul>	3 horas
7	Actividades clave	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atiende las orientaciones para el desarrollo de la práctica.</li> <li>2. Desarrolla la plantilla: actividades clave.</li> <li>3. Identifica a qué tipo de actividad pertenece el proyecto: producción, resolución de problemas y plataforma, una vez identificado el tipo, se debe describir.</li> <li>4. Entrega y recibe retroalimentación docente.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computadora</li> <li>• Internet</li> <li>• Fuentes de información</li> <li>• Plantilla</li> </ul>	3 horas
8	Alianzas clave	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atiende las orientaciones para el desarrollo de la práctica.</li> <li>2. Desarrolla la plantilla 8. Alianzas clave.</li> <li>3. Identifica cuál o cuáles serán las alianzas que tendrá el proyecto: alianzas estratégicas entre empresas no competidoras, coopetición, joint ventures o relación cliente proveedor.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computadora</li> <li>• Internet</li> <li>• Fuentes de información</li> <li>• Plantilla</li> </ul>	3 horas

		4. Una vez identificada, describe la alianza. 5. Entrega y recibe retroalimentación docente.		
<b>UNIDAD IV</b>				
9	Estructura de costos	1. Atiende las orientaciones para el desarrollo de la práctica. 2. Desarrolla la plantilla. Estructura de costos. 3. Identifica el enfoque del modelo de negocio: según sus costos o según su valor. 4. Una vez identificado, define los gastos fijos o los gastos variables. 5. Menciona cuál es la economía más viable para el proyecto, ya sea económica de campo o economía de escala. 6. Entrega y recibe retroalimentación docente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computadora</li> <li>• Internet</li> <li>• Fuentes de información</li> <li>• Plantilla</li> </ul>	3 horas
10	Competidores	1. Atiende las orientaciones docentes para el desarrollo de la práctica. 2. Desarrolla la plantilla 10. competidores 3. Identifica qué tipo de competidores tendrán el proyecto, competidores formales (directos, sustitutos o potenciales) competidores informales y competidores de oportunidad. 4. Entrega y recibe retroalimentación docente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computadora</li> <li>• Internet</li> <li>• Fuentes de información</li> <li>• Plantilla</li> </ul>	3 horas
11	Financiamiento inicial	1. Atiende las orientaciones para el desarrollo de la práctica.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computadora</li> <li>• Internet</li> </ul>	3 horas

		<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Desarrolla la plantilla: financiamiento inicial.</li> <li>3. Analiza claramente cuál será la fuente de financiamiento y su validación.</li> <li>4. Analiza los diferentes financiamientos: recursos propios, créditos bancarios, financiamiento de inversionista y crédito gubernamental.</li> <li>5. Investiga la disponibilidad, los requisitos, el costo del dinero y el tiempo de obtención para cada caso.</li> <li>6. Entrega y recibe retroalimentación docente.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fuentes de información</li> <li>• Plantilla</li> </ul>	
12	Modelo CANVAS	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atiende las orientaciones para el desarrollo de la práctica.</li> <li>2. Elabora el Lienzo del Modelo CANVAS incluyendo dos módulos adicionales (competidores y financiamiento inicial).</li> <li>3. Entrega y recibe retroalimentación del docente.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computadora</li> <li>• Internet</li> <li>• Fuentes de información</li> <li>• Plantilla</li> </ul>	4 horas
13	Proyecto final	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atiende las indicaciones del docente.</li> <li>2. Elabora el Pitch de negocio, duración máxima 2 minutos.</li> <li>3. Realiza presentación del lienzo CANVAS, duración máxima 10 minutos.</li> <li>4. Elabora un vídeo que contenga la información del Pitch y el Lienzo CANVAS (puntos 3 y 3).</li> <li>5. Realiza la entrega del proyecto final que integre; Portada, introducción, Lienzo CANVAS,</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computadora</li> <li>• Internet</li> <li>• Fuentes de información</li> <li>• Plantilla</li> </ul>	11 horas

		plantillas, conclusión y recibe retroalimentación docente.		
--	--	---	--	--

## VII. MÉTODO DE TRABAJO

**Encuadre:** El primer día de clase cada docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-estudiante.

### **Estrategia de enseñanza:**

- Técnica expositiva
- Estudio de casos
- Debates
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje por proyectos

### **Estrategia de aprendizaje:**

- Estudio de casos
- Técnica expositiva
- Organizadores gráficos
- Cuadros comparativos
- Trabajo en equipo
- Proyectos
- Resumen
- Ensayo
- Prácticas de taller

## VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

### **Criterios de acreditación**

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, cada estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

### **Criterios de evaluación**

- Prácticas de taller.....	30%
- Presentación del proyecto-pitch de negocio.....	30%
- Proyecto de lienzo de negocio CANVAS.....	40%
<b>Total.....</b>	<b>100%</b>

## IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Alcaraz, R. (2020). <i>Emprendedor de éxito</i>. McGraw Hill.</p> <p>Anzola, S. (2002). <i>La actitud emprendedora: espíritu que enfrenta los retos del futuro</i>. McGraw Hill. [clásica]</p> <p>Bodie, Z., Kane, A. &amp; Marcus, A. (2019). <i>Essentials of investments</i> (11th. ed.). McGraw Hill.</p> <p>Della, G. (2021). <i>El Canvas B: Diseñando modelos de negocios</i>. <a href="https://innodrive.com/es/el-canvas-b-disenando-modelos-de-negocios-sostenibles/">https://innodrive.com/es/el-canvas-b-disenando-modelos-de-negocios-sostenibles/</a></p> <p>Fleitman, J. (2018). <i>Atrévete a ser Emprendedor</i>. Editorial PAX [clásica]</p> <p>Maurya A. (2012), <i>Cómo crear tu lienzo lean</i>; Spark59. [clásica]</p> <p>Neck, H. C. (2021). <i>Entrepreneurship: The practice and Mindset</i>. Second edition. Student resources. <a href="https://edge.sagepub.com/neckentrepreneurship/student-resources">https://edge.sagepub.com/neckentrepreneurship/student-resources</a></p> <p>Osterwalder, A., Pigneur Y. (2010). <i>Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers</i>. Wiley. [clásica].</p> <p>Rodríguez, M. (1998). <i>Liderazgo: desarrollo de habilidades directivas</i>. El manual moderno. [clásica].</p>	<p>Adán, P., y González, A. (2015). <i>Emprender con Éxito; 10 claves para generar modelos de negocio</i>. Alfa omega. [clásica].</p> <p>Bachrach, E. (2014). <i>ÁgilMente: aprende cómo funciona tu cerebro para potenciar tu creatividad y vivir mejor</i>. Grijalbo. [clásica].</p> <p>Ciulla, J. (2020). Leadership and the problem of bogus empowerment. In Ciulla, J. (Ed.), <i>Eminent Voices in Business Ethics Series: Vol 50. The search for ethics in leadership, business, and beyond</i> (pp. 177–195). <a href="https://www.springer.com/gp/book/9783030384623">https://www.springer.com/gp/book/9783030384623</a></p> <p>Entrepreneur. (2021). <i>Soy Entrepreneur</i>. <a href="https://www.entrepreneur.com/topic/soyentrepreneur">https://www.entrepreneur.com/topic/soyentrepreneur</a></p> <p>Fuentelsaz, L., y Montero, J. (2015). ¿Qué hace que algunos emprendedores sean más innovadores? <i>Universia Business Review</i>, (47), 14-31. [Clásica]. <a href="http://innodrive.com/el-canvas-b-disenando-modelos-de-negocios-sostenibles/">http://innodrive.com/el-canvas-b-disenando-modelos-de-negocios-sostenibles/</a></p> <p>Neck, H. C. (2021). <i>Entrepreneurship: The practice and mindset</i> (2nd. ed.). Sage Student resources. <a href="https://edge.sagepub.com/neckentrepreneurship/student-resources">https://edge.sagepub.com/neckentrepreneurship/student-resources</a></p> <p>White, J. (2010). <i>La naturaleza del liderazgo</i>. [clásica].</p>



## **X. PERFIL DOCENTE**

Licenciatura en administración de empresas, o carrera a fin, o en áreas económico-administrativas, preferentemente con posgrado con líneas de investigación en áreas económico-administrativas. Contar con experiencia mínima de tres años como consultor en el área de emprendimiento, o experiencia en gerencia, ser o haber sido empresario, deseable experiencia docente y estudios en el área de emprendimiento y liderazgo. Debe mostrar respeto, responsabilidad, creatividad, proactividad, capacidad de análisis y que sea capaz fomentar el trabajo en equipo.