TÍTULO DEL PROYECTO

nombres y apellidos completos de los Autores

**Trabajo de grado para optar al título de**

**Nombres y apellidos completos y títulos académicos o cargo del director del trabajo**



Universidad eia

ProgramaS académicoS en LOS que se enmarca

Envigado

Año

Escriba aquí el texto de su dedicatoria, si lo desea, de lo contrario elimine esta página.

AGRADECIMIENTOS

Empiece a escribir aquí sus agradecimientos si lo desea, de lo contrario elimine esta página.

CONTENIDO

pág.

[Introducción 12](#_Toc456168978)

[1. Preliminares 13](#_Toc456168979)

[1.1 JUSTIFICACIÓN 13](#_Toc456168980)

[1.2 Objetivos del proyecto 13](#_Toc456168981)

[1.2.1 Objetivo General: 13](#_Toc456168982)

[1.2.2 Objetivos Específicos: 13](#_Toc456168983)

[1.3 Antecedentes 13](#_Toc456168984)

[2. Metodología del proyecto 15](#_Toc456168985)

[3. DESARROLLO del pLAN DE NEGOCIO 16](#_Toc456168986)

[3.1 Descripción de la idea de negocio 16](#_Toc456168987)

[3.2 MODELO DE NEGOCIO 16](#_Toc456168988)

[3.3 INVESTIGACIÓN DEL entorno DEL PROYECTO 16](#_Toc456168989)

[3.3.1 Análisis del sector y de su macro ambiente 16](#_Toc456168990)

[3.3.2 Análisis de nivel competitivo 17](#_Toc456168991)

[3.3.3 Potencial del sector 17](#_Toc456168992)

[3.3.4 Investigación de mercado 17](#_Toc456168993)

[3.4 ANÁLISIS TÉCNICO - OPERATIVO 19](#_Toc456168994)

[3.4.1 Localización del negocio 19](#_Toc456168995)

[3.4.2 Los procesos del negocio 19](#_Toc456168996)

[3.4.3 Insumos: Necesidades y requerimientos 19](#_Toc456168997)

[3.4.4 Planificación del tamaño (capacidad) del negocio 20](#_Toc456168998)

[3.4.5 Calendario de inversiones 20](#_Toc456168999)

[3.5 ASPECTOS ORGANIZACIONALES Y LEGALES 20](#_Toc456169000)

[3.6 ESTUDIO FINANCIERO 21](#_Toc456169001)

[3.7 PLAN DE IMPLEMENTACIÓN 21](#_Toc456169002)

[4. CONCLUSIONES 22](#_Toc456169003)

[5. RECOMENDACIONES 23](#_Toc456169004)

[referencias 24](#_Toc456169005)

[ANEXO 1 26](#_Toc456169006)

lista de tablas

pág.

lista de figuras

pág.

lista de anexos

pág.

GLOSARIO

PRIMER TÉRMINO la definición inicia con minúscula

SEGUNDO TÉRMINO

(Esta página es opcional)

Resumen

*Resumen en español*

*No debe exceder de 500 palabras ni una página*

*El resumen debe resumir el contenido de este trabajo (plan de negocio) y en particular los resultados principales obtenidos.*

*Palabras clave: Palabras separadas por comas, no frases, que indiquen lo fundamental del texto para búsqueda de información.*

ABSTRACT

Resumen en Inglés

Keywords: traducción de las palabras clave.

Introducción

*Es la presentación del informe, se menciona brevemente lo que se hizo y la manera como se trabajó. En la introducción no se deben incluir los resultados, ni las conclusiones obtenidas. Como el nombre de este capítulo indica, la introducción debe introducir al tema.*

*Recomendaciones generales para todo el documento:*

* *Seguir las recomendaciones de forma de la Norma Técnica Colombiana para presentación de tesis, trabajos de grado y otros trabajos de investigación NTC1486*
* *Redacción impersonal (tercera persona del singular, por ejemplo: se hace, se define, etc)*
* *Respetar rigurosamente la sintaxis, la ortografía y las reglas gramaticales*
* *Para incluir cuadros, tablas, figuras o cualquier otro tipo de gráficos se sugiere utilizar la herramienta de Word de manejo de títulos y referencias cruzadas, con el fin de que se actualicen automáticamente y se pueda generar el índice completo también de manera automática.*
* *Para incluir capítulos o subcapítulos adicionales, utilice los estilos correspondientes, ya definidos en esta plantilla, así:*
  + - *Capítulo: estilo “Título 1”*
    - *Subcapítulo nivel 1: estilo “Título2”*
    - *Subcapítulo nivel 2: estilo “Título 3” … y así sucesivamente*
    - *Capítulos complementarios (Bibliografía, anexos): estilo “Complementario”*
    - *Texto en general: Estilo “normal”*

# Preliminares

*En este capítulo se retoma la información presentada en el anteproyecto y se mejora con el fin de hacer una presentación clara de lo que se aprobó y lo que se realizó.*

## JUSTIFICACIÓN

*En general corresponde a lo presentado en el anteproyecto. Puede documentarse mejor y presentarse más argumentación si se tiene. Debe delimitarse claramente para aclarar el alcance del proyecto*.

## Objetivos del proyecto

*Son los mismos objetivos presentados en el anteproyecto. En el caso de presentarse cambios durante el desarrollo del proyecto, es necesario solicitar oportunamente su aprobación.*

*El trabajo se evalúa a partir del cumplimiento de los objetivos aquí planteados, por eso es muy importante verificar si el objetivo está bien redactado y si en el informe se demuestra su cumplimiento o su negación (el resultado final puede definir que el objetivo no se podía cumplir, pero debe estar claramente sustentado).*

### Objetivo General:

*Igual al del anteproyecto*

### Objetivos Específicos:

*Iguales a los del anteproyecto*

## Antecedentes

*Pensando en el problema definido o en la idea caracterizada:*

* *¿Alguien lo ha hecho?*
* *¿Cuándo y dónde?*
* *¿Cómo?*
* *¿Qué hizo?*
* *¿Qué resultados obtuvo?*

*Y si no hay suficiente información encontrada, se narran los antecedentes empíricos.*

*Incluye también una breve compilación sobre trabajos, ideas y conclusiones obtenidas por otros profesionales que hayan incursionado en la misma área del conocimiento para solucionar problemas similares al que se tratará en el proyecto. Debe ser el resultado de un análisis de las publicaciones más relevantes, fruto de una búsqueda bibliográfica sobre el área específica. A esto se le conoce también como “estado del arte”, se anota entonces quien lo ha hecho, cuándo, dónde, con qué metodología, con qué población y con qué resultados. Todas las referencias consultadas deben relacionarse en la bibliografía.*

# Metodología del proyecto

*Incluye la metodología general, la descripción del proceso de investigación, de los instrumentos de recolección de información y los métodos de análisis de la información.*

*Naturaleza del proyecto: A partir de los supuestos, ideas a defender o hipótesis que nacen del problema, se debe definir: la metodología general que se llevó a cabo, en donde se presenta una descripción breve de las etapas operativas del estudio, se especifica el camino seguido para cumplir con cada uno de los objetivos específicos propuestos.*

*Actividades: Se debe presentar una descripción del proceso de investigación, donde se describen los pasos, métodos, técnicas, procedimientos e instrumentos que fueron utilizados para observar, medir y obtener la información necesaria para el desarrollo de las principales actividades del proyecto (diseño experimental, técnicas de laboratorio, información secundaria, determinación de las muestras, entrevistas, etc). Debe cubrir el logro de todos los objetivos específicos.*

*Universo, población y muestra: Es muy importante hacer claridad sobre las variables estudiadas (investigación cuantitativa) o categorías de análisis (cualitativa) y sus características (tipo, descripción e indicador), la población objeto de estudio (personas, animales, cosas, instituciones) y si es necesario especificar el tamaño de muestra y diseño muestral a utilizar.*

*Se complementa con los métodos cualitativos o cuantitativos, mediante los cuales se hizo el análisis de la información recolectada, explicando su conveniencia, es decir, las técnicas para hacer el análisis de resultados y el software o hardware de apoyo requerido si aplica.*

*Nota: La descripción de la metodología debe ser suficientemente detallada parar poder replicarla. Es decir, si otros investigadores aplican esta misma metodología sobre los mismos objetivos, se espera que los resultados sean más o menos los mismos.*

# DESARROLLO del pLAN DE NEGOCIO

*Aquí se inicia la presentación del proyecto realizado, este y los capítulos siguientes deben mostrar el aporte realizado con el fin de cumplir los objetivos específicos y finalmente el objetivo general. Cada capítulo tendrá el nombre más adecuado según el trabajo realizado y debe indicar su contenido.*

*Especifica la contribución técnica que se aportó, las implicaciones directas o indirectas que se derivan y sus usos mediatos o inmediatos (aumento de conocimiento, solución de un problema, introducción de un nuevo proceso, desarrollo de una innovación, desarrollo de una metodología, incorporación de una nueva materia prima sustitutiva).*

## Descripción de la idea de negocio

*Descripción general del "producto y / o servicio" que se pretende ofrecer. Además, describe las principales características, el uso y la funcionalidad del producto / servicio y su nivel actual de madurez (idea, diseño, prototipo, producto validado, producto que está listo para la comercialización).*

*Descripción de la necesidad, que se quiere satisfacer o de la situación que se quiere corregir o de la oportunidad que se quiere aprovechar.*

*Describa también como la necesidad se satisface o el problema se soluciona hoy y cómo se solucionaría en el futuro para dejar claro la magnitud de la mejora.*

*Este capítulo de la descripción de la idea debe dejar claro la “propuesta de valor”.*

## MODELO DE NEGOCIO

*Describir de qué tipo de modelo de negocio se trata: B2C, B2B, B2G, etc. o de qué combinación de los tipos anteriores.*

*Dibujar o esquematizar y explicar la forma como el negocio funcionará, utilizar como referencia a Alexander Osterwalder.*

## INVESTIGACIÓN DEL entorno DEL PROYECTO

### Análisis del sector y de su macro ambiente

* **Identificación y descripción del sector, de la industria o clúster** *donde el proyecto se desarrollará.*
* **Análisis PESTEL**: *Aspectos Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales que pudieran afectar al sector / industria / clúster en un corto, mediano o largo plazo. Conclusiones al análisis PESTEL.*
* **Análisis del Sector**: *diagnóstico de la estructura y potencial actual del sector.*

### Análisis de nivel competitivo

* **Análisis del poder de los clientes / consumidores (potenciales)**

*Se debe determinar el nivel de poder de los clientes / consumidores y sustentar el resultado.*

* **Análisis del poder de los proveedores**

*Se debe determinar el nivel de poder de los proveedores y sustentar el resultado.*

* **Análisis de la amenaza que representan los productos (servicios) substitutos**

*Se debe determinar el nivel de amenaza por producto sustitutos.*

* **Análisis de la amenaza por nuevos entrantes**

*Se debe determinar el nivel de amenaza por empresas nuevas que pueden entrar a la misma industria, al mismo sector o al mismo clúster. Esto incluye determinar qué tan altas o bajas son las barreras de entrada.*

* **Análisis del nivel de rivalidad en el sector**

*Se debe determinar el nivel de competencia en el sector / industria o clúster.*

*Finalmente se debe describir que tan “favorable” o desfavorable” es el nivel competitivo en el sector / la industria / el clúster.*

*Adicionalmente, se puede presentar un análisis DOFA del sector / industria / clúster para completar el análisis del nivel competitivo.*

### Potencial del sector

*Indicar, si su sector fue declarado como estratégico mediante políticas a nivel nacional, regional o local (CONPES, planes de desarrollo, planes de Ciencia, Tecnología e Innovación, política clúster, etc.).*

*Describa la evolución del sector / industria / clúster, en términos de tasas de crecimiento, tamaño, ROI, generación de empleo, orientación hacia mercados internacionales, etc. ¿El sector está creciendo por encima del promedio de la economía nacional, regional o local?*

*¿Cuáles son las innovaciones principales que explican o determinan el crecimiento del sector?*

### Investigación de mercado

*Acá se deben investigar los siguientes “mercados”:*

*Mercado de los clientes / consumidores (potenciales).*

*Mercado de los proveedores.*

*Mercado de los distribuidores (intermediarios).*

*Mercado de la competencia.*

*Recordar: El objetivo es de estimar (cuantificar) la oportunidad total que representa el mercado para el negocio propuesto.*

*Si se trata de un mercado nuevo el “tamaño del mercado” se tiene que estimar utilizando aproximaciones y mercados similares. ¿Existen empresas comparables? ¿Por cuál razón su producto / servicio va a tener un desempeño similar en el mercado nuevo?*

#### Los clientes

*Segmentar el mercado / los mercados para encontrar los segmentos objetivos. Esta* *segmentación requiere que se definen primero los criterios de segmentación.*

*Después, se debe describir el tamaño de cada segmento del mercado identificado (cantidad de clientes), el comportamiento del consumidor, cuántas veces (al día, semana, mes, trimestre, semestre o año) van a comprar y cuánto dinero gastan en promedio* *en una compra.*

#### Los proveedores

*Enumerar y describir los proveedores (más importantes). ¿Cuáles son las características de los productos y servicios que ellos ofrecen, cuál política de precios manejan los proveedores, cuáles son los canales de distribución que los proveedores usan y cuáles promociones ofrecen, etc.?*

#### Los distribuidores (intermediarios)

*Identificar y describir los distribuidores o intermediarios como p.ej. mayoristas o minoristas. ¿Cuáles son las características de los servicios que ellos ofrecen, cuáles precios cobran para los servicios que prestan, etc.?*

*Nota: Si usted vende directamente a sus clientes (sin intermediarios) esto se debe decir aquí.*

#### La competencia

*Enumerar y describir la competencia más importante, tanto directa como indirecta. ¿Cuáles son las características de los productos y servicios que las empresas de competencia ofrecen, cuál política de precios maneja la competencia, cuáles son los canales de distribución que la competencia usan y cuáles promociones ofrecen, etc.?*

#### Estrategia de mercadeo del negocio propuesto

* **Marketing Mix para los productos o servicios del negocio propuesto:**
* **Estrategia de Producto:** *la estrategia de producto se debe describir basado en el contenido del capítulo 3.1 de este documento.*
* **Estrategia de Distribución:** *alternativas de penetración, alternativas de comercialización, distribución física internacional, estrategias de ventas, presupuesto, tácticas relacionadas con distribución.*
* **Estrategia de Precios:** *análisis competitivo de precios, punto de equilibrio, condiciones de pago y descuentos, seguros necesarios, impuestos a las ventas, costo de transporte, riesgo cambiario, preferencias arancelarias, tácticas relacionadas con precios, posible variación de precios para resistir guerra de precios.*
* **Estrategia de Promoción:** *promoción dirigida a clientes y canales (descuentos por volúmenes o por pronto pago), manejo de clientes especiales; conceptos especiales que se usan para motivar la venta, cubrimiento geográfico inicial y expansión; presupuesto de promoción*
* **Estrategia de Comunicación:** *selección de medios, medios masivos, tácticas relacionadas con comunicaciones*
* **Estrategia de Servicio:** *garantía y servicio postventa; mecanismos de atención a clientes (servicio de instalación, servicio a domicilio, otros), formas de pago, comparación de políticas de servicio con los de la competencia*.
* **Proyección de ventas**: *proyectar ventas a mínimamente tres años (dependiendo del tipo de proyecto de emprendimiento propuesto), indicando los principales supuestos y como se validaron estos supuestos.*

## ANÁLISIS TÉCNICO - OPERATIVO

*En esta parte puede ser necesario, depende del tipo de proyecto de emprendimiento, diferenciar entre la fase de montar el negocio (“fase de inversión”) y la fase de operación y mantenimiento, ya que en algunos proyectos la puesta en marcha del negocio puede ser relativamente largo y se requieren otros recursos, procesos, etc. que para la fase de operación.*

### Localización del negocio

*Se deben analizar diferentes localizaciones para seleccionar una ubicación del negocio. La micro-localización del negocio se puede visualizar por ejemplo mediante los mapas de google.*

*La distribución de la planta / oficina se puede mostrar (visualizar) y describir también.*

### Los procesos del negocio

*¿Cómo se va a producir el producto / servicio que ofrece el negocio? Definición y descripción del proceso. En caso de subcontratación describir el proceso que es responsabilidad de la empresa. Diseñar un flujograma para visualizar y explicar la secuencia lógica de los procesos y actividades del negocio, incluso control de la calidad.*

### Insumos: Necesidades y requerimientos

*Ejemplos:*

*Materias primas e insumos requeridos. Combustibles y lubricantes. Empaques, etc.*

*Tecnología requerida: descripción de equipos, máquinas y software.*

*Situación tecnológica de la empresa: necesidades técnicas y tecnológicas.*

*Asistencia técnica requerida, p.ej. para mantenimiento de equipos.*

*Oficinas, fábricas o bodegas requeridas.*

*Mantenimiento de oficinas y edificios.*

*Suministros de Cafetería y Aseo.*

*Servicios públicos.*

*Teléfono / Celulares / FAX / Plan de datos (internet).*

*Seguridad (cámaras, sistema de alarma, etc.).*

*Sitio web.*

*Procesamiento o almacenamiento electrónico de datos.*

*Transporte, Fletes y Acarreos.*

*Seguros.*

*Afiliaciones (gremios, etc.).*

*Libros, Periódicos y Revistas.*

*Asistencia en ferias, etc.*

*Otros (p.ej. servicio externo de mensajería).*

### Planificación del tamaño (capacidad) del negocio

*Planificar la capacidad instalada y ociosa para el horizonte de la evaluación del proyecto, tomando en cuenta la demanda proyectada (véase estudio o investigación de mercado), limitaciones del lugar, limitaciones financieras, etc.*

*Planificar el tamaño de los inventarios (de materia prima, productos semi-terminados, productos terminados, etc.). Si el proyecto no requiere inventarios, esto se debería explicar al lector aquí*.

### Calendario de inversiones

*Basado en las secciones anteriores elaborar un calendario de las inversiones, que muestra cuando se requieren inversiones en activos tangibles o intangibles. Tomar en cuenta que se requieren re-inversiones para renovar los activos (p.ej. software como Windows u office) y también inversiones para poder crecer (ampliar) el negocio de acuerdo con la estrategia de mercado y el modelo de negocio establecido.*

## ASPECTOS ORGANIZACIONALES Y LEGALES

*Concepto del negocio – función empresarial.*

*Visión y misión de la empresa / proyecto.*

*Objetivos de la empresa / proyecto.*

*Análisis MECA (Mantener, Explorar, Corregir, Afrontar).*

*Grupo emprendedor y su caracterización.*

*Descripción de los puestos y cargos.*

*Estructura organizacional y organigrama.*

*Recursos humanos requeridos, incluyendo aportes parafiscales del empleador.*

*Gastos de administración y nómina y honorarios (para actividades tercerizadas).*

*Organismos de apoyo.*

*Constitución Empresa y Aspectos Legales:*

*Tipo de sociedad*

*Legislación vigente que regule la actividad económica y la comercialización de los P/S (urbana, ambiental, laboral y protección social, registros, tributaria, protección intelectual y ambiental)*

*Gastos de constitución*

*Normas Política de distribución de utilidades.*

*Registro de marca, patentes, diseños industriales, etc. (legislación propiedad intelectual).*

*Normas tributarias (impuestos, aranceles, etc.).*

*Posibles beneficios tributarios por ser un proyecto de emprendimiento.*

*Otras normas (p.ej. normas con respecto a alimentos: certificados invima, etc.).*

## ESTUDIO FINANCIERO

*Basado en los resultados de los capítulos anteriores se debe realizar el estudio financiero del proyecto, incluyendo aspectos y elementos como los siguientes:*

*Principales supuestos*

*Sistema de financiamiento: capital de trabajo que se requiere para montar el negocio, inversiones previstas en bienes de capital, necesidades de capital para crecer al ritmo que lo demandan las ventas, fuentes de financiación que se consideran necesarias (capital propio, socios inversionistas, endeudamiento).*

*Flujo de caja y estados financieros: flujo de caja del proyecto y de los inversionistas, balance general, estados de resultados.*

*Proyecciones a tres años: mes a mes el primer año y los otros dos totalizados. Flujo de caja con período de pagos descontados.*

*Evaluación del proyecto basado en criterios como p.ej.: TIR, VPN. Pto. de equilibrio, relación costo / beneficio y recuperación de la inversión.*

*Otros Indicadores Financieros*

*Endeudamiento*

*Capital de trabajo*

*Rotación de cartera, proveedores y ciclo operacional*

*Pasivo Financiero / Ventas*

*Gasto Financiero / Ventas*

*Análisis de riesgo, p.ej. mediante:*

*Análisis de sensibilidad y plan de contingencia.*

*Escenarios.*

*Simulaciones (flujo de caja en riesgo, TIR o VPN en riesgo).*

*Etc.*

## PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

*Es el plan de acción paso a paso. Este describe cada paso que debe dar, cuánto tiempo le llevará cada paso y lo que se debe lograr en cada uno. Incorporará mucha de la información anterior. A decir verdad, reunir primero toda esa información le ayudará a desarrollar un plan de acción poderoso que incremente las posibilidades de que su idea sea implementada efectivamente. Y eso, es lo que hace que una idea creativa sea innovadora. Se debe expresar como:*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Objetivo | Líneas de Acción | Resultados Esperados | Actividades | Plazo | Responsable |

# CONCLUSIONES

*Presentar en forma lógica los resultados, debe haber correspondencia con los objetivos específicos.*

# RECOMENDACIONES

*Reflexiones fruto del trabajo y sugerencias para posteriores proyectos.*

referencias

*Adjuntar la bibliografía básica consultada para la formulación del proyecto, con la cual soporta el estado del conocimiento sobre el tema. Es muy importante que sea actualizada. Se puede incluir referencia a sitios de internet.*

*Toda información que aparezca en el documento debe tener un respaldo en la bibliografía, debe ser muy claro para cualquier lector la diferencia entre la información que se refiere a otras fuentes y la información original de los autores. Para ello también puede recurrirse a notas de pie de página y citas (Norma Técnica Colombiana 1487 del Icontec)*

*Para presentar las referencias bibliográficas deben seguirse las Normas Técnicas Colombianas respectivas. Para referencia bibliográfica de libros y folletos es:*

APELLIDOS, Nombre autor. Título: subtítulo. Edición. Ciudad: editor, año de publicación,. Paginación + material acompañante. Serie, número. ISBN (opcional)

Para referencias de sitios Web se debe incluir toda la información de la referencia bibliográfica y al final la URL del sitio (norma NTC 4490 del ICONTEC). En el caso de no tener la información suficiente, debe incluirse como mínimo:

AUTOR (empresa o nombre de persona). Título del sitio o documento consultado. Ciudad de origen. Año de actualización. www.aaaaaa.bbb.cc

Ejemplos (bibliografía consultada para la elaboración de este documento):

*IAFRANCESCO VILLEGAS, Giovanni. La investigación en educación y pedagogía: Fundamentos y técnicas. 1ª ed. Bogotá, Editorial Magisterio, 2003. 160 p. ISBN 958-20-0690-0*

*TAMAYO Y TAMAYO, Mario. Serie Aprender a Investigar, Módulo 5: El proyecto de investigación. 3ª Ed. Bogotá, ICFES, 1999. 237 p.*

*INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN,. Documentación. Presentación de tesis, trabajos de grado y otros trabajos de investigación. NTC 1486 quinta actualización. Bogotá, ICONTEC, 2000.*

*INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN,. Documentación. Citas y notas de pie de página. NTC 1487, segunda actualización. Bogotá, ICONTEC, 2000.*

*INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN,. Documentación. Referencias bibliográficas para libros, folletos e informes. NTC 1160 segunda actualización. Bogotá, ICONTEC, 2000.*

*INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN,. Documentación. Referencias bibliográficas para publicaciones seriadas. NTC 1308 segunda actualización. Bogotá, ICONTEC, 2000.*

*INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN, Documentación. Referencias bibliográficas para normas. NTC 1307 segunda actualización. Bogotá, ICONTEC, 2000.*

*INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN, Referencias documentales para fuentes de información electrónicas. NTC 4490. Bogotá, ICONTEC, 2000.*

*UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA, BIOBLIOTECA FRANCISCO JAVIER CLAVIJERO. ¿Cómo cito la información que encontré en internet?* <http://redescolar.ilce.edu.mx/redescolar/biblioteca/articulos/pdf/refer_internet.pdf> *(4 febrero 2008)*

ANEXO 1