

FORMATO GUÍA PARA PRESENTAR LOS PROYECTOS POR EQUIPO	
1.- Equipo:	N.3
2.- Nombre de los integrantes del equipo:	1.CORDOBA RAMIREZ YERI LAURA 2. DE LA CRUZ COLLADO KIARA YAMILET 3. LANDERO RODRIGUEZ NATIVIDAD 4. SANCHEZ GANG EDNA JARETH 5. MAGAÑA GONZALEZ KEVIN ALEXANDER
3.- Nombre de la asignatura:	DERECHO DE LOS NEGOCIOS
4.- Nombre del proyecto:	EMPRENDE Y EXPANDE
5.- Presentación:	<p>Sabemos que el éxito de una Pequeña y Mediana Empresa (PyME) depende no solo de la estrategia comercial, sino también de un buen conocimiento del marco legal.</p> <p>Como empresarios, es fundamental conocer las figuras del comerciante individual y colectivo, así como los requisitos y prohibiciones para ejercer el comercio legalmente. Además, todos los comerciantes tienen obligaciones, como el registro mercantil, la contabilidad adecuada y el cumplimiento de normas que garantizan transparencia en los negocios.</p> <p>Cuando hablamos de sociedades mercantiles, nos referimos a las distintas formas en las que una empresa puede organizarse. Es importante entender su clasificación y características para elegir la que mejor se adapte a nuestras necesidades. También es clave conocer procesos como la fusión, transformación, escisión, disolución y liquidación, que pueden ser necesarios en algún momento del crecimiento de una empresa.</p>
6.- Objetivo:	<p>Nuestro objetivo es dar a conocer por medio de un grupo de Facebook los conceptos básicos del comercio, brindando información clara y accesible a las microempresas sobre sus obligaciones legales, fiscales y operativas. Buscamos que los emprendedores comprendan la importancia del cumplimiento normativo, la administración eficiente de sus recursos y la aplicación de estrategias comerciales que fortalezcan su crecimiento. A través de orientación y herramientas prácticas, pretendemos fomentar una cultura empresarial basada en la formalidad la planificación y sostenibilidad, permitiéndonos que las microempresas mejoren su competitividad, optimizan su gestión y contribuyen a su desarrollo económico de su comunidad.</p>
7.- Tiempo de realización:	
La metodología seleccionada para trabajar el proyecto, se divide en tres fases:	(1) Preparación (2) Desarrollo y (3) Comunicación.
8.- Fase de Preparación	

8.1.-Identificar los temas de aprendizaje que se conocen y los que no se conocen.	LO QUE SE SABE	LO QUE NO SE SABE
	Antecedentes del comercio.	Evolución del derecho mercantil en nuestro sistema jurídico.
	Concepto del comercio.	Comerciante individual y colectivo; requisitos, prohibición para ejercer el comercio.
	Actos de comercio.	Obligaciones de los comerciantes, auxiliares mercantiles.
		La sociedad mercantil en lo general. - Clasificación y análisis de cada una de ellas.
		Fusión, transformación escisión, disolución y liquidación de las sociedades mercantiles. Estudio particular de la sociedad cooperativa.
		Estudio particular de la sociedad cooperativa.
8.2.-Realizar una lluvia de ideas en la que se plantea la solución al problema.	<ul style="list-style-type: none">• Edna Jareth Sánchez Gang: Propuso el nombre de la página• Kiara Yamilet De la Cruz Collado: Propuso buscar videos o material audiovisual que expliquen las sociedades mercantiles y su clasificación para una mejor comprensión.• Yeri Laura Córdoba Ramirez: Compartió el grupo de facebook para llegar a mas personas y propuso consultar con profesores o expertos en derecho mercantil para aclarar dudas sobre comerciantes individuales y colectivos.• Natividad Landero Rodríguez: Analizar y discutir cada tipo de sociedad mercantil.• Kevin Alexander Magaña González: Realizar un cuadro comparativo sobre los procesos de fusión, transformación, escisión, disolución y liquidación de sociedades mercantiles para saber de que trata el tema.	
8.3.-Hacer una planeación paso a paso y por escrito.	Semana del 10 -14 de Febrero <ul style="list-style-type: none">• El quipo analiza sobre el proyecto asignado la clase anterior, e investigan acerca del tema seleccionado, se discute y se da ideas sobre la red social en la que el proyecto se llevara a cabo.• Se realiza el llenado de una parte del formato, donde cada uno participa proporcionando ideas y asimismo se busca la información en fuentes que ayuden a la comprensión del problema. Semana del 17 - 21 Febrero	

	<ul style="list-style-type: none"> • Se distribuye información a cada integrante para tener una mejor comprensión y manejo del tema. • Los integrantes del equipo llevan a cabo la creación de la red social seleccionada donde en esta red se da a conocer como <i>Emprende y Expande</i>. <p>Semana del 24 - 28 Febrero</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se discute de como llamar la atención para que nuevas personas se acerquen a nuestra red social e invitarlos a formar parte de este proyecto. <p>Semana del 3 - 7 Marzo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar la asignación de roles. • Diseñar, planificar y publicar la primera publicación de la página. <p>Semana del 10 - 14 Marzo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se distribuirán los temas y responsabilidades, estableciendo objetivos y estrategia de trabajo. • Realización de investigación sobre los temas asignados recopilando información de fuentes confiables. <p>Semana del 17 - 21 Marzo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentación de avances de la investigación. • Organización del material recolectado. • Elaboración de resúmenes y estructuración del contenido. • Creación de materiales visuales como infografías, videos o imagenes para su publicación en la página. <p>Semana del 24 - 28 Marzo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Publicar el material visual realizado en la pagina de Facebook. • Programación de publicaciones en la red social. <p>Semana del 31 marzo - 04 Abril</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluación del impacto de las publicaciones en la red social. • Ajustes en la estrategia de difusión. • Creación de nuevo material visual y publicaciones interactivas. • Monitoreo de la participación del público en la página. <p>Semana del 7 - 11 Abril</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis del alcance del proyecto. • Revisión de la información compartida y corrección de posibles errores. • Implementación de mejoras en la presentación de los contenidos. • Evaluación del impacto del material publicado.
--	---

	<p>Semana del 14 - 18 Abril</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisión general de toda la información recopilada. • Organización de datos para el informe final. • Redacción de la primera versión del informe del proyecto. • Corrección y ajuste de detalles en la redacción. <p>Semana del 21 - 25 Abril</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluación del informe preliminar y revisión de coherencia. • Incorporación de conclusiones y análisis final del proyecto. • Edición final del informe escrito. • Revisión y corrección de detalles antes de la entrega. <p>Semana del 28 Abril - 02 Mayo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de la presentación del proyecto. • Diseño de diapositivas y material de apoyo. <p>Semana del 5 - 9 Mayo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluación final de la información publicada en redes sociales. • Verificación del cumplimiento de objetivos del proyecto. • Revisión general y ajustes finales antes de la entrega. <p>Semana del 12 - 16 Mayo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparación para la exposición final. • Revisión de puntos clave del proyecto. • Última revisión del informe y la presentación. <p>Semana del 19 - 23 Mayo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entrega y presentación final del proyecto. • Reflexión y evaluación del proyecto. • Discusión sobre aprendizajes y posibles mejoras.
8.4.-Asignar tareas a cada miembro del equipo para encontrar la solución al problema.	<ul style="list-style-type: none"> • Yeri Laura Córdoba Ramírez: Investigar sobre los antecedentes del comercio, concepto de comercio y actos de comercio. • Kiara Yamilet De la Cruz Collado: Realizar un análisis sobre la evolución del derecho mercantil en el sistema jurídico mexicano. • Natividad Landero Rodríguez: Estudiar las obligaciones de los comerciantes y los auxiliares mercantiles. • Edna Jareth Sánchez Gang: Investigar sobre el comerciante individual y colectivo, sus requisitos y prohibiciones para ejercer el comercio. • Kevin Alexander Magaña González: Analizar las sociedades mercantiles en general, su clasificación y características.
8.5.- Fundamentar las acciones que van a	En nuestra sociedad, el comercio es una actividad fundamental que permite la circulación de bienes y servicios, promoviendo el desarrollo

<p>realizar en base a la información obtenida.</p>	<p>económico. Sin embargo, no siempre se tiene plena conciencia de la importancia de regular y estructurar correctamente las actividades comerciales para garantizar un equilibrio entre el crecimiento económico y la seguridad jurídica de los participantes.</p> <p>El derecho mercantil ha evolucionado a lo largo del tiempo para adaptarse a las necesidades de los comerciantes y a las transformaciones del mercado. En nuestro sistema jurídico, esta rama del derecho regula no solo los actos de comercio, sino también la figura del comerciante, estableciendo requisitos, prohibiciones y obligaciones que deben cumplirse para operar legalmente.</p> <p>Dentro de este marco, es imprescindible diferenciar entre el comerciante individual y colectivo, así como comprender el papel de los auxiliares mercantiles en la dinámica empresarial. En particular, las sociedades.</p> <p>Referencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2021). Ley General de Sociedades Mercantiles . México. Recuperado de https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGSM.pdf •Gómez Lara, J. (2020). Derecho Mercantil . Editorial Porrúa. •Rojina Villegas, R. (2018). Compendio de Derecho Mercantil . Prensa de la Universidad de Oxford. •Sánchez Castañeda, A. (2019). Las sociedades cooperativas en México: Marco legal y desafíos . UNAM.
<p>8.6.-Recursos: Aquí se contemplan los libros, las revistas, las computadoras, las hojas, los bolígrafos, los espacios, las impresiones, las pastas, los consumibles, los materiales, las comidas, las bebidas, los transportes, las llamadas telefónicas, el uso del internet, el tiempo aire del celular, los costos de envío, las impresiones y lo que los equipos consideren pertinentes, de</p>	<p>Los recursos que utilizaremos para realizar el proyecto son: computadora, internet, redes sociales, libros, revistas, aplicaciones de diseño, herramientas de edición de video y celulares.</p>

Elaborado por la Dra. María Teresa Pantoja Sánchez y adaptado por la Dra. Minerva Camacho Javier sólo para fines educativos en nivel licenciatura.

acuerdo a la naturaleza de su proyecto.

8.7.- Elaborar un plan de acción.

ACTIVIDAD	FECHA DE INICIO	FECHA DE TERMINACIÓN			DURACIÓN	RESPONSABLES	ESTATUS	OBSERVACIONES
Análisis del proyecto y lluvia de ideas	10-feb-2024	14-feb-2024			5 días	Todo el equipo	- Completado	-
Investigación sobre comercio y derecho mercantil	17-feb-2024	21-feb-2024			5 días	Todos los integrantes	- Completado	Distribución de temas entre miembros
Creación del grupo en Facebook	24-feb-2024	28-feb-2024			5 días	Kiara Yamilet De la Cruz Collado	- Completado	Publicación inicial con la temática del proyecto
Desarrollo de estrategias para atraer audiencia	3-mar-2024	7-mar-2024			5 días	Todo el equipo	-En progreso	Se analizan maneras de aumentar la interacción
Asignación de roles y primera publicación	10-mar-2024	14-mar-2024			5 días	Todos los integrantes	- Completado	Diseño y planificación de contenido
Investigación sobre temas asignados	17-mar-2024	21-mar-2024			5 días	Todos los integrantes	-Pendiente	Recopilación de información de fuentes confiables
Creación de contenido visual (infografías, videos)	24-mar-2024	28-mar-2024			5 días	Todo el equipo	-Pendiente	Material para publicaciones en redes
Publicación de contenido en Facebook	31-mar-2024	4-abr-2024			5 días	Todos los integrantes	-Pendiente	Se programan y suben los materiales
Evaluación del impacto del contenido		7-abr-2024	11-abr-2024	5 días	Todo el equipo	-Pendiente	Análisis de interacciones y alcance	
Redacción del informe final		14-abr-2024	18-abr-2024	5 días	Todo el equipo	-Pendiente	Organización y corrección de la información	
Elaboración de presentación del proyecto		28-abr-2024	2-may-2024	5 días	Todo el equipo	-Pendiente	Diseño de diapositivas y material de apoyo	
Exposición final del proyecto		19-may-2024	23-may-2024	5 días	Todo el equipo	-Pendiente	Reflexión y evaluación final	

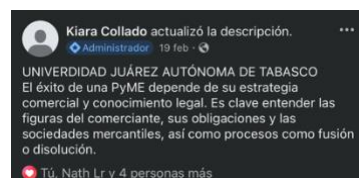
9.- Fase de Desarrollo

9.1.-Gráfica de Gantt.



[illegible]

Iluvia de ideas													
Investigación sobre comercio y derecho mercantil													
Distribución de temas / Creación de Facebook													
Estrategias para atraer audiencia													
Asignación de roles / 1ra publicación													
Investigación / Planificación de contenido													
Creación de contenido visual													
Publicación en Facebook													
Evaluación del impacto													
Redacción del informe final													
Elaboración de presentación													
Exposición y cierre del proyecto													

9.2.-Elaborar las evidencias.



	https://www.facebook.com/share/g/15h42fcoot/?mibextid=wwXIfr
9.3.-Construcción de un marco de referencia en base a la información encontrada.	<p>Marco Referencial</p> <p>Introducción: En un entorno económico cada vez más competitivo, el conocimiento jurídico en materia mercantil se vuelve una herramienta indispensable para el desarrollo exitoso de las pequeñas y medianas empresas (PyMES). En México, el derecho mercantil regula las relaciones comerciales, define a los sujetos de comercio, establece las obligaciones del comerciante y determina el funcionamiento de figuras fundamentales como las sociedades mercantiles. Entender este marco jurídico es esencial no solo para cumplir con la normativa vigente, sino también para planificar y ejecutar estrategias comerciales que permitan a las PyMES consolidarse en el mercado y protegerse frente a riesgos legales y económicos.</p> <p>Planteamiento del problema:</p> <p>Muchas personas emprendedoras desconocen sus derechos y obligaciones dentro del ámbito del comercio formal. Este desconocimiento legal limita su capacidad para actuar con seguridad jurídica y tomar decisiones estratégicas informadas. En consecuencia, las PyMES suelen enfrentar obstáculos legales, tributarios o contractuales que pueden poner en riesgo su operatividad y crecimiento. Es fundamental que los actores económicos, especialmente los pequeños comerciantes, comprendan la figura del comerciante, los actos de comercio, las implicaciones de constituirse como sociedad, y los procesos de transformación, fusión o disolución de empresas, tal como establece el derecho mercantil mexicano.</p> <p>Justificación:</p> <p>La correcta comprensión del marco legal mercantil no solo fortalece el cumplimiento normativo, sino que es una palanca clave para el desarrollo sostenible de las PyMES. Conocer los derechos del comerciante permite operar con mayor confianza, mientras que cumplir con las obligaciones impuestas por el Código de Comercio genera transparencia y confianza entre</p>

	<p>socios, clientes y autoridades. Además, el dominio de figuras como las sociedades mercantiles y los procesos de transformación empresarial ofrece herramientas para adaptarse a las exigencias del mercado y crecer estratégicamente. Por ello, educar y difundir estos conocimientos es vital para fomentar la formalidad, proteger inversiones y mejorar la competitividad de los pequeños empresarios.</p> <p>Objetivo: Demostrar que el éxito de una PyME depende directamente de su estrategia comercial y su conocimiento del marco legal. Es clave entender figuras como el comerciante, sus derechos y obligaciones, así como las formas societarias, sus implicaciones jurídicas, y los procesos como la fusión, transformación o disolución empresarial.</p>
9.4.-Organización de la información y las fuentes consultadas.	
9.5.-Presentación del reporte en Word	<div style="text-align: center;">   <p>UNIVERSIDAD JUAREZ AUTONOMA DE TABASCO</p> <p>DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVO</p> <p>FORMATO PROYECTO.</p> <p>Nombre del Alumno:</p> <p>Yeri Laura Cordoba Ramirez</p> <p>Kiara Yamilet De La Cruz Collado</p> <p>Edna Jareth Sanchez Gang</p> <p>Profesor(a):</p> <p>Dra. Sandra Juárez Solis</p> <p>Materia:</p> <p>Derecho de los Negocios</p> <p>Grado y Grupo: 2 MLM</p> <p>Fecha de entrega: 28 ABRIL 2025</p> </div>

10.- Fase de Comunicación	
10.1.-Power Point	
10.2.-Las evidencias	
10.3.-El costo	
10.4.-Fuentes de financiamiento	
10.5.-El impacto	
10.6.-La forma de evaluación (lista de cotejo)	
10.7.-Rúbrica para evaluar proyecto	
10.8.-Evaluación del plan de acción	
10.9.-La bibliografía consultada	
10.10.-Anexos	