



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
SECRETARIA ACADÉMICA
DIRECCIÓN DE EDUCACION MEDIA SUPERIOR
CENTRO DE ESTUDIOS CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS No. 13
"RICARDO FLORES MAGÓN"



GUÍA

de estudio para
presentar ETS de la
UNIDAD DE APRENDIZAJE
PLAN DE NEGOCIOS
TURNO MATUTINO
CICLO ESCOLAR 2026-2

Presidente de academia: M. Nora Berenice Rojas Coss
Único integrante de academia

Fecha de Elaboración: ABRIL 2026



Área: Tecnológica	Nombre de la Unidad de Aprendizaje: PLAN DE NEGOCIOS	Nivel/semestre: SEXTO
-----------------------------	--	---------------------------------

Instrucciones generales de la guía:

La presente guía de estudios de la Unidad de Aprendizaje Plan de negocios tiene como propósito ayudarte a comprender y aplicar los conocimientos necesarios para elaborar un plan de negocios funcional.

La presente guía de estudios tiene un valor sumativo de 20 puntos que se integrarán a tu calificación del ETS.

Los aspectos teóricos deberán desarrollarse resolviendo el cuestionario que se muestra en "Actividades de estudio". Por otro lado, los aspectos prácticos serán evaluados con tu plan de negocios.

Es importante que trabajes con responsabilidad, ya que ambos componentes son indispensables para tu evaluación final y deberán ser entregados, 3 días hábiles antes de la fecha de tu ETS para que pueda ser tomado en cuenta por correo electrónico nrojasc@ipn.mx

Apóyate en tus apuntes de tu cuaderno, investigaciones realizadas durante la clase y recursos digitales confiables.

Presentación:

La elaboración de esta guía se hace con la intención de apoyar al alumno en el desarrollo de las actividades de aprendizaje necesarias para la demostración de saberes en la presentación del examen a título de suficiencia, y por ende al logro de la competencia general de la unidad de aprendizaje de Plan de Negocios que consiste en Gestionar un plan de negocios para el desarrollo de una empresa fortaleciendo la cultura del emprendimiento, innovación y sustentabilidad de acuerdo con la normatividad vigente.

Objetivos

La presente guía de estudios tiene los siguientes objetivos:

- Que el alumno comprenda y aplique los elementos básicos que conforman un plan de negocios.
- Desarrollar habilidades prácticas para el emprendimiento.
- Prepararte para la evaluación teórica y práctica del ETS.

Justificación

La presente guía de estudios es una herramienta de apoyo para fortalecer el proceso de enseñanza-aprendizaje de la unidad Plan de Negocios. Su finalidad es brindar a los estudiantes una estructura clara que les permita comprender los contenidos, aplicar los conocimientos adquiridos y desarrollar competencias necesarias para diseñar un proyecto emprendedor e innovador. Al integrar teoría y práctica, la guía contribuye a una formación integral orientada al ámbito profesional.



Competencias y Contenidos

Con base a lo marcado en el programa, se presenta el siguiente contenido como apoyo para fines de que el alumno se prepara para el examen ETS.

Unidad 1: Importancia del Plan de Negocios

Unidad de competencia:

Reconoce los elementos que conforman un plan de negocios, para el desarrollo de una empresa a partir de una propuesta del producto o servicio innovador y sustentable de acuerdo con la normatividad vigente.

AE 1. Identifica las características e importancia del plan de negocios para atender las necesidades del mercado y aprovechar las oportunidades del entorno considerando el tipo de empresa que se desea gestionar.

AE 2. Reconoce las características del contexto del emprendimiento socialmente responsable y sustentable con la finalidad de desarrollar un plan de negocios de acuerdo con las necesidades del mercado.

AE 3. Explica el alcance y viabilidad comercial de la propuesta del producto o servicio para satisfacer las necesidades y expectativas del mercado de acuerdo con la normatividad vigente.

Unidad 2: Investigación y estrategias de mercados del plan de negocio.

Unidad de Competencia:

Diseña las estrategias mercadológicas para la toma de decisiones considerando los resultados de la investigación de mercados de acuerdo con la normatividad vigente.

AE 1. Aplica los métodos de investigación de mercados con el fin de elaborar un reporte considerando las variables de segmentación y prospectos potenciales de acuerdo con la normatividad vigente.

AE 2. Desarrolla las estrategias mercadológicas para lograr los objetivos comerciales conforme a los resultados del reporte de investigación de mercados de acuerdo con la normatividad vigente.

Unidad 3: Plan de Negocios.

Unidad de Competencia:

Gestiona el Plan de Negocios a partir del análisis de rentabilidad de acuerdo con su viabilidad comercial y financiera.

AE 1. Propone un plan financiero para dar a conocer las estrategias comerciales, alcances y beneficios del plan de negocio de acuerdo con la normatividad vigente.

AE 2. Crea el Plan de Negocios para garantizar su viabilidad comercial y financiera de acuerdo con el propósito de la empresa



Evaluación

El desarrollo de esta guía te permitirá identificar los contenidos conceptuales y procedimentales necesarios para que diseñes tu Plan de Negocios y puedas resolver tu examen de manera adecuada. VALOR DE LA GUIA 20 PUNTOS.

Los aspectos teóricos deberán desarrollarse resolviendo a mano el cuestionario con valor de 5 puntos y los aspectos prácticos serán evaluados con tu plan de negocios con valor de 15 puntos

Debes entregarlo al correo de por tu profesor titular nrojasc@ipn.mx tres días antes del examen.

Referencias de información

Alcaraz, R. (2020). El emprendedor de éxito. McGraw Hill.

El manual del emprendedor. (2019). En B. S. Dorf Bob. México: Porrúa.

Zorita, E. (2016). Plan de negocio. Alfaomega.

Villaverde, S. (2022). Investigación de mercados en entornos digitales y convencionales. Una visión integradora. Alfaomega.

Como elaborar un plan de negocios. (2015). En R. Stutely, una estrategia para la planeación. México: Trillas.

Buenaventura Vera, G. (2019). Teoría de la inversión en evaluación de proyectos. México: Ecoe Ediciones, Porrúa.

Araujo Arévalo, D. (2012). Proyectos de inversión: Análisis, evaluación y formulación práctica. Ciudad de México: Trillas.



Aspectos teóricos: En este apartado, se presentan los principales aspectos que debes recordar para diseñar un plan de negocios por lo que *deberás describir con tus propias palabras* los términos, definiciones, conceptos y principios que han sido abordados en diversas unidades.

CUESTIONARIO

UNIDAD I. IMPORTANCIA DEL PLAN DE NEGOCIOS.

1. ¿Qué es un plan de negocios y cuál es su importancia dentro de una empresa?
2. ¿Cuáles son cinco objetivos fundamentales que cumple un plan de negocios?
3. ¿Cuál es la finalidad principal de elaborar un plan de negocios?
4. ¿Cuáles son las cuatro características esenciales que debe tener un plan de negocios efectivo?
5. ¿En qué consiste un plan de negocios diseñado para una empresa en proceso de puesta en marcha?
6. ¿Cómo se estructura un plan de negocios orientado a la creación de nuevas empresas?
7. ¿Qué aspectos incluye un plan de negocios enfocado en atraer inversionistas?
8. ¿Cuál es la utilidad de un plan de negocios para los administradores de una empresa?
9. ¿Qué es innovación y cuáles son sus características?
10. ¿Cuáles son los 7 tipos de innovación y en que consiste cada uno de ellos?
11. ¿Qué es el emprendimiento?
12. Menciona 3 características que están presentes en un emprendimiento exitoso.
13. ¿Qué es un emprendedor y cuál es su función dentro del desarrollo económico?
14. ¿Cuáles son tres habilidades o cualidades clave que debe tener un emprendedor exitoso?
15. Menciona y explica los tipos de emprendedores según su motivación y propósito.
16. Menciona y explica los tipos de emprendedores según su enfoque y modelo de negocio.
17. Menciona y explica los tipos de emprendedores según estilo y personalidad.
18. Menciona y explica cuáles son los beneficios y riesgos del emprendimiento socialmente responsable y sustentable
19. ¿Qué elementos deben considerarse para desarrollar una idea de negocio innovadora?
20. Explica en qué consiste la filosofía organizacional de una empresa y menciona cómo influye en el comportamiento de los colaboradores.
21. ¿Qué elementos conforman la estructura organizacional de una empresa y por qué es importante definirla desde el inicio del negocio?
22. El modelo CANVAS incluye nueve bloques. Define cada uno de ellos y describe brevemente su función dentro del modelo.
23. Que es el método FODA y ejemplifica al menos una fortaleza, una oportunidad, una debilidad y una amenaza referente a la propuesta de un producto o servicio.

UNIDAD II. INVESTIGACIÓN Y ESTRATEGIAS DE MERCADOS DEL PLAN DE NEGOCIO.

24. ¿Cuál es el concepto de investigación de mercados?
25. ¿Cuál es el objetivo de la investigación de mercado?
26. ¿Cuál es la importancia de la investigación de mercados?
27. Menciona 5 beneficios de realizar una investigación de mercados.
28. Menciona y explica cuáles son las 4p's que forman parte importante de una investigación de mercados.
29. ¿Qué es la segmentación de mercado y por qué es importante en la mercadotecnia digital?
30. ¿Cuál es la diferencia entre un mercado general y un segmento de mercado?
31. Menciona tres beneficios de realizar una segmentación adecuada.
32. ¿En qué se diferencia la segmentación de mercados digitales de la segmentación tradicional?



33. Explica cómo influyen las plataformas digitales en la forma de segmentar a los consumidores.
34. Menciona y explica brevemente cuatro variables utilizadas para segmentar mercados digitales.
35. Menciona cuatro instrumentos o herramientas que se utilizan en la investigación de mercados.
36. Explica en qué consiste cada uno de estos instrumentos y su utilidad.
37. ¿Qué es el comportamiento del consumidor?
38. Menciona tres factores que influyen en las decisiones de compra del consumidor digital
39. ¿Qué es la oferta y qué es la demanda en el contexto del mercado digital?
40. ¿Por qué es importante analizar la oferta y demanda antes de lanzar un producto?
41. ¿Qué se entiende por comportamiento de la competencia?
42. Menciona dos formas en las que se puede analizar a la competencia en el entorno digital.
43. ¿Qué es un plan de mercadotecnia digital y cuál es su finalidad?
44. Menciona al menos tres elementos clave que debe contener un plan de marketing digital.
45. ¿Por qué es importante alinear el plan de marketing digital con los objetivos generales del negocio?
46. ¿Qué estrategias pueden utilizarse para influir en las decisiones de compra de los consumidores en línea? Menciona al menos tres.
47. Explica cómo funciona el principio de "prueba social" y cómo puede aplicarse en redes sociales o tiendas en línea.
48. ¿Cómo influyen las emociones en la toma de decisiones de compra digital?
49. ¿Qué se entiende por marketing en línea o marketing digital?
50. Menciona cuatro estrategias comunes de marketing digital y describe brevemente cada una. (SEO, publicidad pagada, email marketing, marketing de contenidos)
51. ¿Qué es el branding en línea y qué beneficios aporta a una marca?
52. Menciona tres elementos que fortalecen la identidad de una marca en medios digitales.
53. ¿Cómo puede una empresa construir confianza y lealtad con sus clientes a través del branding digital?
54. ¿Qué se entiende por "lanzamiento en línea" de un producto o servicio?
55. Menciona tres estrategias que pueden utilizarse para un lanzamiento digital exitoso.

UNIDAD III. PLAN DE NEGOCIOS

56. ¿Qué se entiende por gestión de riesgos en un plan de negocios y por qué es importante evaluarlos antes de ejecutar un proyecto?
57. Menciona y explica tres tipos de riesgos comunes que pueden afectar la viabilidad de un plan de negocios.
58. ¿Cómo se identifican las oportunidades de inversión dentro de un plan de negocios? Proporciona un ejemplo.
59. Explica qué criterios se deben considerar para evaluar si una oportunidad de inversión es viable.
60. Menciona al menos tres fuentes de financiamiento que puede utilizar un emprendedor y describe cada una.
61. ¿Cuál es la diferencia entre financiamiento interno y externo en un proyecto empresarial? Da un ejemplo de cada uno
62. ¿Qué son las proyecciones financieras y qué elementos deben incluir?
63. Explica cómo se realiza un análisis de rentabilidad y qué indicadores se utilizan comúnmente para determinar si un proyecto es rentable.
64. Define qué es el punto de equilibrio y explica cómo ayuda a la toma de decisiones en un negocio.
65. ¿Qué representa el flujo neto de efectivo y por qué es importante monitorearlo en un plan financiero?
66. Define qué es la Tasa Interna de Retorno (TIR) y cómo se interpreta para evaluar la viabilidad de una inversión.
67. Explica qué es el Valor Actual Neto (VAN) y la Relación Beneficio-Costo (RBC), y cómo se utilizan para decidir si un proyecto debe ejecutarse.



Aspectos Prácticos: En este apartado, se presenta una tabla de contenido de un plan de negocio con el propósito de que diseñes una propuesta comercial a partir de la selección de un producto tangible y prototipo digital que responda a una problemática específica

Instrucciones generales: Elabora un plan de negocios para una empresa que oferta productos de acuerdo con la información que se indica. Que sea diferente a lo trabajado durante el semestre. La propuesta que presentes deberá ser nueva y la entregarás en formato WORD con párrafos justificados y será anexada al cuestionario "Aspectos teóricos".

Portada	Incluye el título, nombre completo, número de boleta, fecha.
Índice	Muestra el contenido total del informe (incluir número de hoja).
Resumen Ejecutivo	Describe la problemática, justificación, el producto y el monto requerido.
Capítulo I.- Información general de la empresa	Identifica la actividad, nombre y razón social de la empresa. Describe la filosofía, misión y visión de la empresa, logotipo, slogan, análisis FODA
Capítulo II.- Análisis de mercado	Describe objetivo del estudio de mercado Describe el alcance del estudio de mercado Identifica la metodología que llevo a cabo para el estudio de mercado. (método, técnica y/o instrumento que aplico para la obtención de información) Diseña cuestionario, presenta análisis de resultados, conclusiones y gráficas.
Capítulo III.- Plan de ventas	Presenta el valor del mercado, presupuesto de ventas, representa gráficamente el punto de equilibrio
Capítulo IV.- Plan de marketing	Desarrolla las 4 p (producto, precio, plaza, promoción y publicidad con sus elementos) con base en el estudio de mercado Diseña un plan de mercadotecnia digital considerando las estrategias pertinentes a las características y atributos del producto.
Capítulo V.- Análisis financiero	Investiga y compara fuentes de financiamiento, evalúa el riesgo financiero y elige fuentes de financiamiento. Elabora proyecciones financieras, calcula los flujos netos de efectivo y determina los indicadores para la evaluación del negocio: Tasa interna de retorno (TIR), valor Actual Neto (VAN) y relación beneficio costo (RBC)
Conclusiones	Elabora las conclusiones que determinan la rentabilidad del negocio.
Referencias	Menciona tus fuentes de información (libros, revistas, direcciones electrónicas), etc.