



# GUÍA

## De estudio para presentar ETS de la UNIDAD DE APRENDIZAJE DESARROLLO DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Semestre 2023/1

### TURNO MATUTINO

**Fecha de elaboración: Diciembre 2022**  
**Presidente e integrantes de Academia Matutino:**  
**María Guadalupe Sánchez Cazares**  
**Integrante de Academia**  
**Oralia Martínez salgado**



## FORMATO DE LA GUÍA DE ESTUDIO

Área: TECNOLÓGICA	Nombre de la Unidad de Aprendizaje: DESARROLLO DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN	Nivel/semestre: 6°
----------------------	---	--------------------

### Instrucciones generales de la guía:

#### Anotar aspectos que el alumno debe considerar antes de presentar el examen:

Esta guía tiene como finalidad que el alumno conozca plenamente el contenido temático que incluirá el Proyecto de investigación, mismo que le servirá para la acreditación de la Unidad de aprendizaje.

Ponderación

Examen teórico 30%

Proyecto de Investigación: 70 %

#### **ESTA GUIA TIENE VALOR DEL 0%**

#### **Procedimiento para la revisión del ETS.**

Cabe señalar que por su naturaleza el alumno tendrá que desarrollar un proyecto de investigación apegándose al contenido de esta guía y que deberá enviar al correo:

[mgsanchezca@ipn.mx](mailto:mgsanchezca@ipn.mx) un día antes del examen programado por las autoridades.

y dadas las condiciones de salubridad demostrara mediante un examen que tiene los conocimientos y conoce paso a paso la metodología y los elementos para elaborar un Plan de Negocios.

### **Presentación:**

Al finalizar esta guía que es de manera individual nos aseguramos que el alumno construya un aprendizaje significativo que le dé la posibilidad de una calificación aprobatoria ya que desarrollara los conocimientos, habilidades, actitudes y valores que le permitirán estructurar un Plan de Negocios con la metodología adecuada.



### **Propósito**

Desarrollar un plan de negocio con base a la metodología de la investigación para su presentación.

### **Justificación**

Apoyar a la preparación del alumno paso a paso para que desarrolle los conocimientos habilidades y actitudes que le permitirán la construcción de las competencias necesarias para la acreditación de la unidad de aprendizaje, así mismo el desarrollo de estas competencias le permitirán al alumno realizar una formación a este nivel así como el conocimientos básicos para la realización de un proyecto de investigación basado en un plan de negocios y un marco teórico, utilizando la metodología de la investigación adecuada.



## **Estructura y contenidos**

### **Competencia General**

Desarrolla un proyecto de inversión a través de la metodología de la investigación y un plan de negocios para la creación de una empresa de giro Industrial Comercial.

### **Competencia particular I**

Competencia particular: Aplica la metodología de la investigación mediante la comprensión de sus fases con la finalidad de elaborar una investigación.

**RAP 1:** Contextualiza las técnicas y métodos de investigación para un proyecto de inversión.

**RAP 2 :** Contextualiza la metodología de un plan de negocio para un proyecto de inversión..

### **Contenido Temático**

1. Investigación científica
2. Etapas de la investigación
3. Protocolo

### **Competencia particular II**

Emplea los estudios del plan de negocio en las diferentes áreas fundamentales para el proyecto de inversión.

**RAP 1:** Aplica los estudios de mercadotecnia y administrativos para el proyecto de inversión.

**RAP 2:** Aplica los estudios técnicos y financieros para el proyecto de inversión.

### **Contenido Temático**

1. Plan de negocios,
2. Estructura
3. Plan de producción
4. Plan de financiamiento
5. Estudio de mercado
6. Generalidades



### Competencia particular III.

Presenta el proyecto de inversión para su viabilidad

**RAP's:** Estructura el proyecto de inversión fundamentado en los resultados de los estudios del plan de negocio.

**RAP's 2:** Diseña el informe ejecutivo del proyecto de inversión con base en los resultados del estudio del plan de negocios.

En esta Unidad particular se pretende que el alumno desarrolle un Proyecto de un Plan de Negocios con base al siguiente Índice.

### Contenido Temático

#### ÍNDICE DEL PROYECTO

INTRODUCCIÓN	<b>DPI/ INGLÉS</b>
JUSTIFICACIÓN	<b>DPI</b>
DELIMITACIÓN DEL TEMA	<b>DPI</b>
OBJETIVOS	<b>DPI</b>
METODOLOGÍA	<b>DPI</b>
CAPITULO I: LA EMPRESA	<b>DPI</b>
1.1 DEFINICIÓN	<b>DPI</b>
1.2 CLASIFICACIÓN	<b>DPI/ ORIENTACIÓN JUVENIL</b>
1.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	<b>DPI</b>
1.3.1 ASPECTOS LEGALES	<b>DPI</b>
1.3.1.1 OBLIGACIONES FEDERALES	<b>DPI</b>
1.3.1.2 OBLIGACIONES LOCALES	<b>DPI</b>
1.3.2 LEGAL	<b>DPI</b>
1.3.2.1 OBLIGACIONES FISCALES	<b>DPI</b>
CAPITULO II : PLAN DE NEGOCIOS	<b>DPI</b>
2.1 DEFINICIÓN	<b>DPI</b>
2.2 ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS	<b>DPI</b>
2.3 PLAN DE PRODUCCIÓN	<b>DPI</b>
2.4 PLAN DE FINANCIAMIENTO	<b>DPI</b>
CAPITULO III : ESTRUCTURA DEL NEGOCIO	<b>DPI</b>
3.1 JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA	<b>DPI</b>
3.2 OBJETIVOS DE LA EMPRESA	<b>DPI</b>
3.2.1 GIRO	<b>DPI</b>
3.2.2 UBICACIÓN	<b>DPI</b>
3.2.3 ANÁLISIS FODA	<b>DPI</b>
3.2.4 MISIÓN	<b>DPI</b>
3.2.5 VISIÓN	<b>DPI</b>



3.2.6 OBJETIVOS	DPI
3.2.6.1. EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE	ORIENTACIÓN JUVENIL
3.3 ESTUDIO DE MERCADO	DPI/ PROBABILIDAD Y ESTADÍSTICA
3.3.1 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	PROBABILIDAD Y ESTADÍSTICA
3.3.2 ANÁLISIS DEL MERCADO	DPI
3.3.3 CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y ANÁLISIS DEL ENTORNO SOCIOECONÓMICO	MACROECONOMÍA
3.3.3.1 PRODUCTO	DPI
3.3.3.1.1 MARCA	DPI
3.3.3.1.2 ETIQUETA	DPI
3.3.3.1.3 EMPAQUE	DPI
3.3.3.2 PROMOCIÓN	DPI
3.3.3.3 PRECIO	DPI
3.3.3.4 PLAZA	DPI
3.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	DPI
3.4.1 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	DPI/NÓMINAS/CC
3.4.2 DESCRIPCIÓN DE PUESTOS	DPI
3.4.3 FORMAS DE RECLUTAMIENTO Y TIPOS DE CONTRATACIÓN DEL PERSONAL	DERECHO LABORAL (SEGURIDAD SOCIAL)
3.5 PROCESO DE LA PRODUCCIÓN	CC
3.6 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	CC
3.7 RECURSOS MATERIALES	DPI
3.8 RECURSOS TECNOLÓGICOS	DPI
3.9 RECURSOS HUMANOS	ORIENTACIÓN JUVENIL
3.9.1 SUELDOS Y SALARIOS	NÓMINAS
3.9.2 CÉDULA DE LIQUIDACIÓN OBRERO - PATRONALES	SEGURIDAD SOCIAL
3.10 RECURSOS FINANCIERO	DPI
3.10.1 PROYECTO DE INVERSIÓN	NOCIONES DE AUDITORIA
3.10.2 SISTEMA CONTABLE	NOCIONES DE AUDITORIA
3.10.3 FLUJO DE EFECTIVO	NOCIONES DE AUDITORIA
3.10.4 ESTADOS FINANCIEROS	NOCIONES DE AUDITORIA
3.10.4.1 ASIENTOS CONTABLES	NOCIONES DE AUDITORIA
3.10.5 RAZONES FINANCIERAS	NOCIONES DE AUDITORIA
3.10.6 FUENTES DE FINANCIAMIENTO	NOCIONES DE AUDITORIA
3.11 ACTA CONSTITUTIVA	DPI
3.12 OBLIGACIONES FISCALES	DPI
3.12.1 PAGOS PROVISIONALES	DPI
3.12.2 AVISOS DE INSCRIPCIÓN	DPI
3.12.3 FACTURAS	DPI
3.13 VALOR AGREGADO DE LA EMPRESA	DPI
CONCLUSIONES	DPI/INGLÉS



GLOSARIO	DPI
BIBLIOGRAFÍA	DPI

**Evaluación**  
**Examen teórico 40% proyecto 60%**

**Materiales para la elaboración de la guía**

- Trabajo de investigación escrito
- Presentación en ppt

**Actividades de estudio**

- Revisar el libro de Técnicas de Investigación, Oralia Martínez Salgado.
- Asistir a las asesorías si son necesarias.

**Información Adicional**

- El examen además de contener el marco teórico de la metodología de la investigación, empresa y un plan de negocios, en necesario realizar un Proyecto sobre una PYME aplicando un Plan de Negocios, se adjunta contenido del proyecto, dado que este será evaluado con el 60% de la evaluación y el 40% restante con un examen teórico.
- El Proyecto deberá ser entregado por mail un día antes del examen teórico en cuanto las autoridades indiquen fecha y horario.
- mgsanchezca@ipn.mx

**Recomendaciones Generales**

1.- Estar 10 minutos antes de la hora en que fueron citados para la realización del Examen



### **Bibliografía Básica**

- Metodología de la investigación, Hernández Sampieri Roberto
- La Investigación Científica y su metodología, Oralia Salgado Martínez
- El Emprendedor de éxito, Alcaraz Manuel, Editorial Mc Graw Hill, 2013
- Fisher, L. y Espejo, J., Mercadotecnia México, Editorial Mc Graw Hill, Editorial Interamericana 2011.
- García de la Borbolla Manuel, Guía de Control Interno y Objeto de cada control, Editorial Trillas
- Gonzalez Salazar D, Plan de Negocios para emprendedores al éxito México, Editorial Mc Graw Hill, Editorial Interamericana 2007.
- Normas de Información Financiera, Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Código Fiscal de la Federación
- Ley del IVA

### **INTEGRANTES DE LA ACADEMIA**

- **ELABORO:**

**Matutino**

**MARIA GUADALUPE SANCHEZ CAZARES**

**Oralia Martínez Salgado**



## Desarrollo de la Guía

### Competencia particular I

Competencia particular: Aplica la metodología de la investigación mediante la comprensión de sus fases con la finalidad de elaborar una investigación.

**RAP 1:** Contextualiza las técnicas y métodos de investigación para un proyecto de inversión.

**RAP 2 :** Contextualiza la metodología de un plan de negocio para un proyecto de inversión..

### Contenido Temático

1. Investigación científica
2. Etapas de la investigación
3. Protocolo

### Cómo surgen las ideas de investigación

Una idea puede surgir donde se congregan grupos (restaurantes, hospitales, bancos, industrias, universidades y otras muchas formas de asociación) o al observar las campañas para legisladores y otros puestos de elección popular —alguien podría preguntarse: ¿sirve toda esta publicidad para algo?, ¿tantos letreros, carteles y bardas pintadas tienen algún efecto en los votantes?—. Igualmente, las ideas pueden generarse al leer una revista de divulgación popular (por ejemplo, al terminar un artículo sobre la política exterior norteamericana, alguien puede concebir una investigación sobre las actuales relaciones entre Estados Unidos y Latinoamérica), al estudiar en casa, al ver la televisión o asistir al cine (la película "Annie Hall" o "Dos Extraños Amantes", del director Woody Alén, podría sugerirle a alguna persona una idea para investigar algún aspecto de las relaciones heterosexuales), al charlar con otras personas, al recordar algún suceso vivido, etcétera. (Metodología de la Investigación, M. en C. Roberto Hernández Sampieri, página 19)

La mayoría de las ideas iniciales son vagas y requieren analizarse cuidadosamente para que sean transformadas en planteamientos más precisos y estructurados. Como mencionan Labovitz y Hagedorn (1976), cuando una persona desarrolla una idea de investigación debe familiarizarse con el campo de conocimiento donde se ubica la idea. Por ejemplo, una joven al reflexionar acerca del noviazgo puede preguntarse: ¿qué aspectos influyen para que un hombre y una mujer tengan un noviazgo cordial y satisfactorio para ambos?, y decide llevar a cabo una investigación que estudie los factores que intervienen en la evolución del noviazgo. Sin embargo, hasta este momento su idea es vaga y debe especificar diversas cuestiones tales como si piensa incluir en su estudio todos los factores que pueden influir en el noviazgo o solamente algunos de ellos, si va a concentrarse en novios de cierta edad o de varias edades, si la investigación tendrá más bien un enfoque psicológico o más bien sociológico. Para que continúe desarrollando su investigación es necesario que se introduzca dentro del área de conocimiento en cuestión. Deberá platicar, con investigadores en el campo, sobre las relaciones



interpersonales (psicólogos clínicos, psicoterapeutas, comunicólogos, psicólogos sociales, por ejemplo), buscar y leer algunos artículos y libros que hablen del noviazgo, conversar con varias parejas de novios, ver algunas películas educativas sobre el tema y realizar otras conductas similares para familiarizarse con su objeto de estudio: el noviazgo. Una vez que se haya adentrado en el tema, estará en condiciones de precisar su idea de investigación.

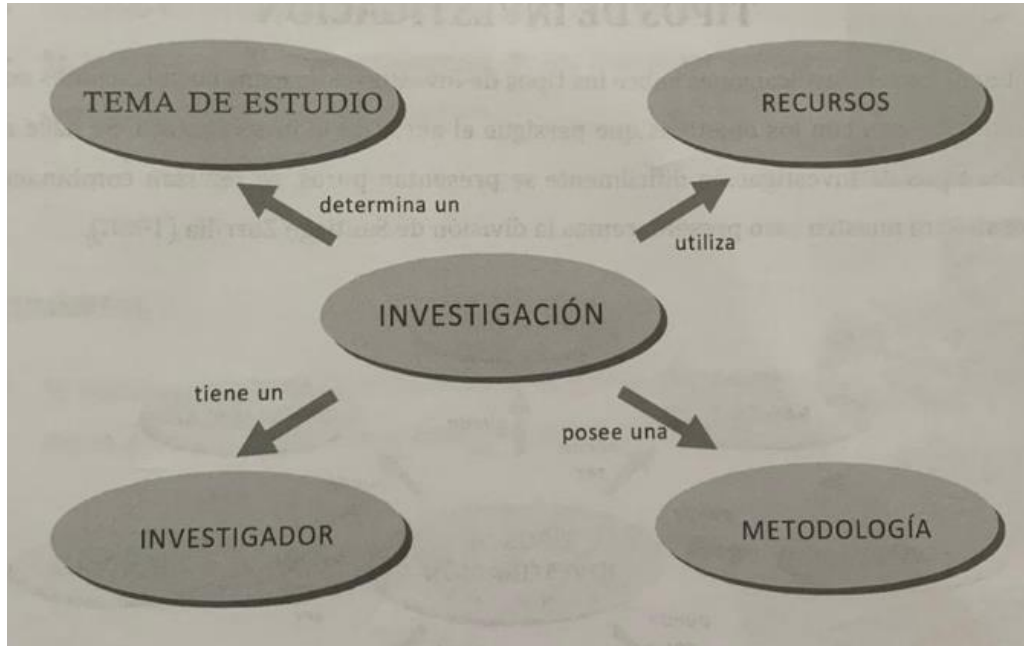
### 1.-¿ Que es la Investigación Científica?

La investigación científica es un **procedimiento de reflexión, de control y de crítica que funciona a partir de un sistema**, y que se propone aportar nuevos hechos, datos, relaciones o leyes en cualquier ámbito del conocimiento científico.

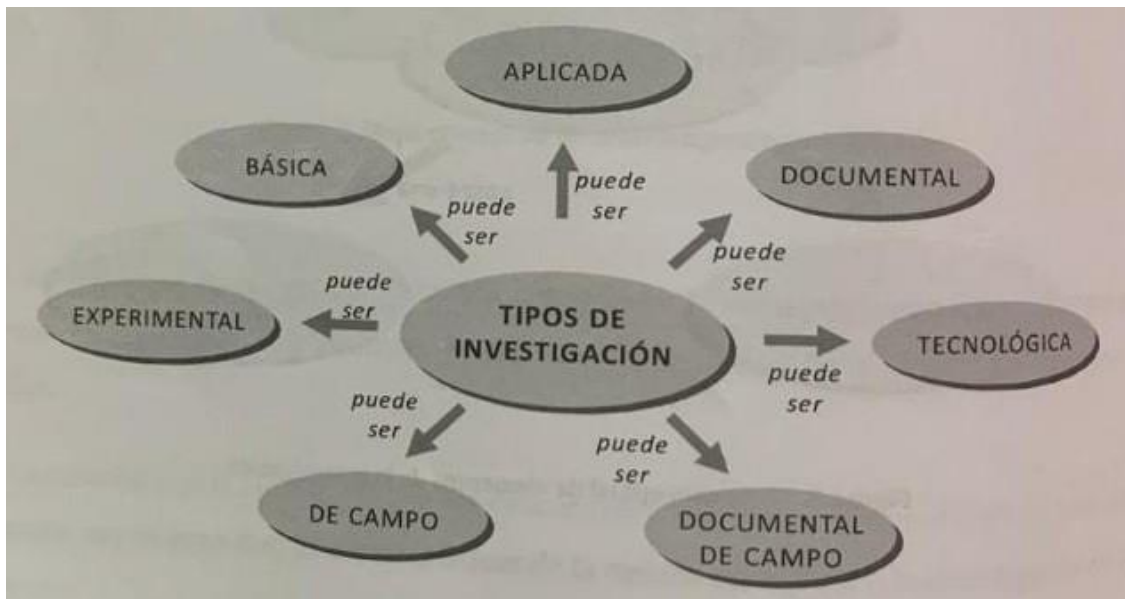
### 2.- Características de la Investigación Científica



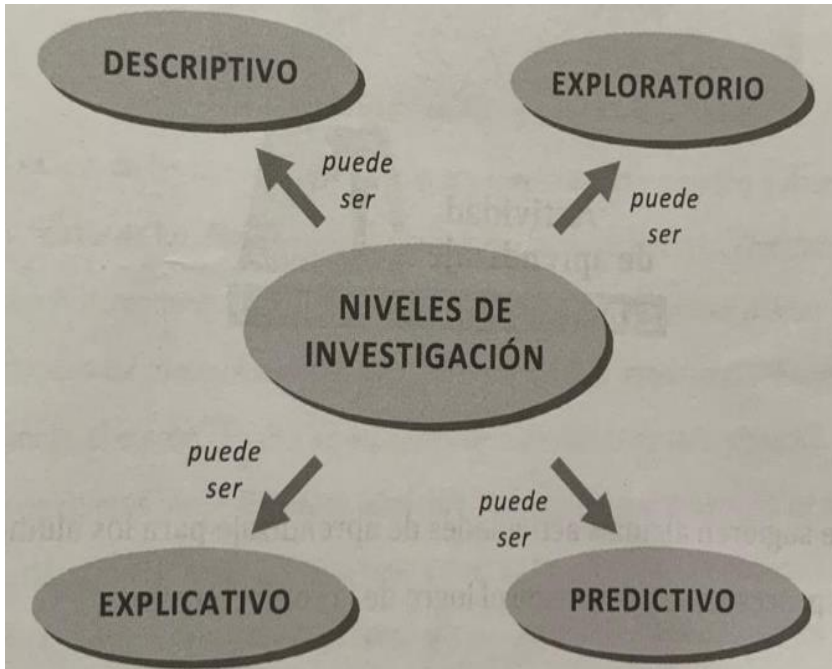
### 3.- Elementos de la Investigación Científica



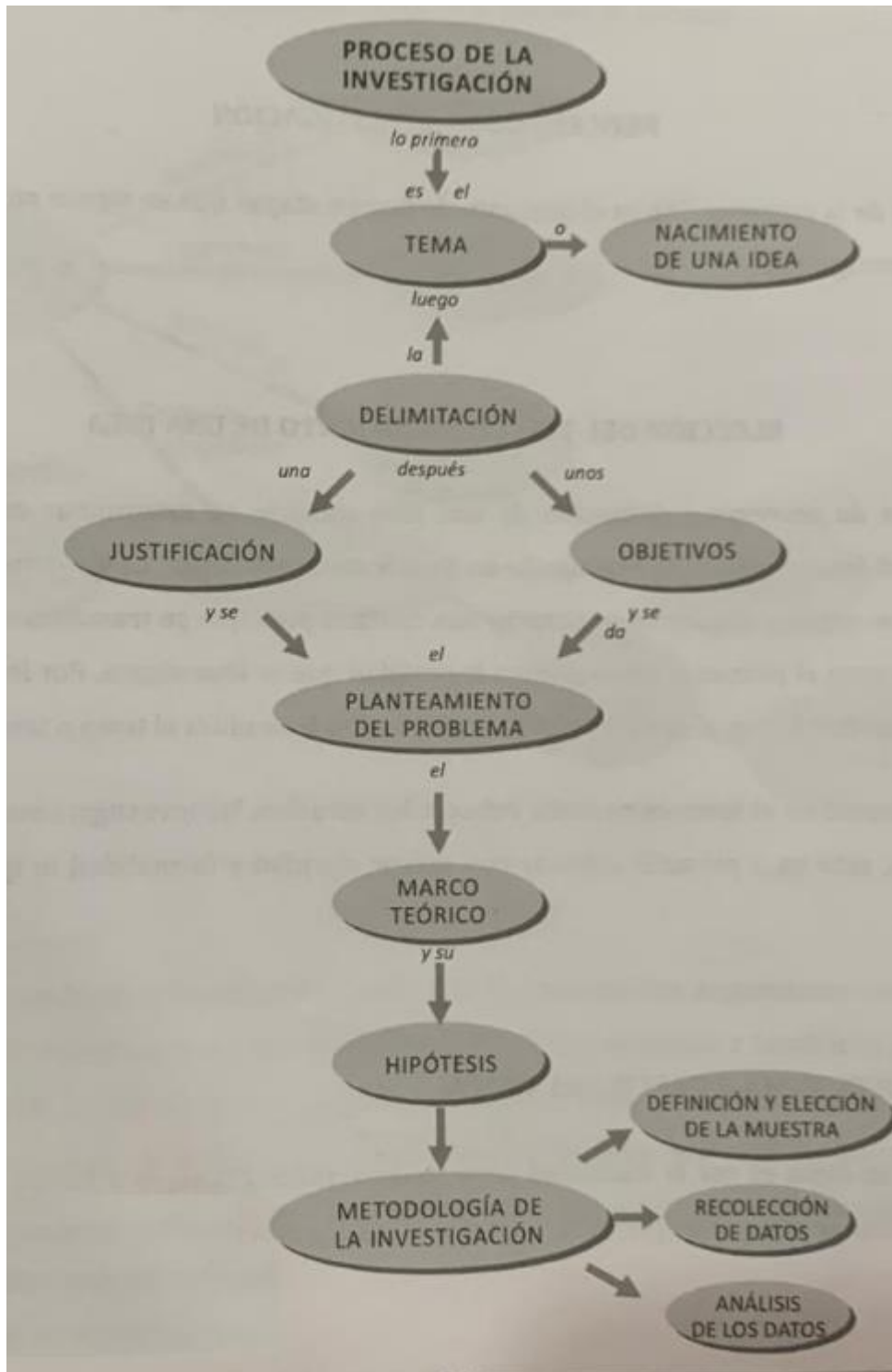
#### 4.- Tipos de Investigación



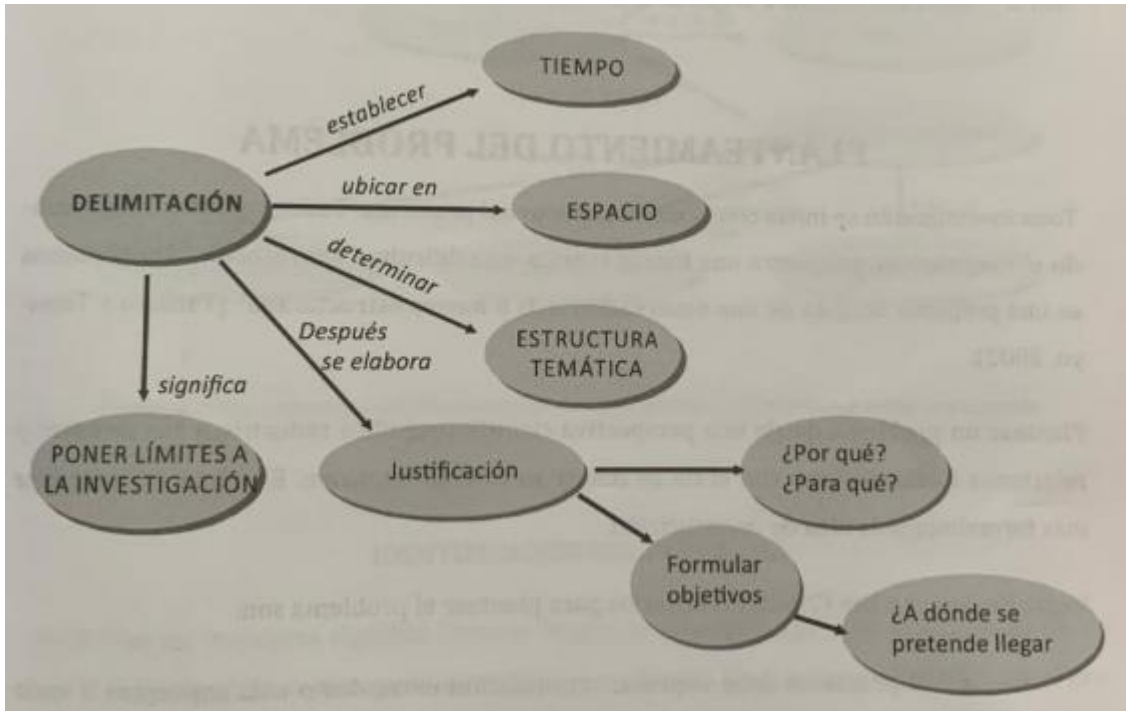
#### 5.- Niveles de Investigación



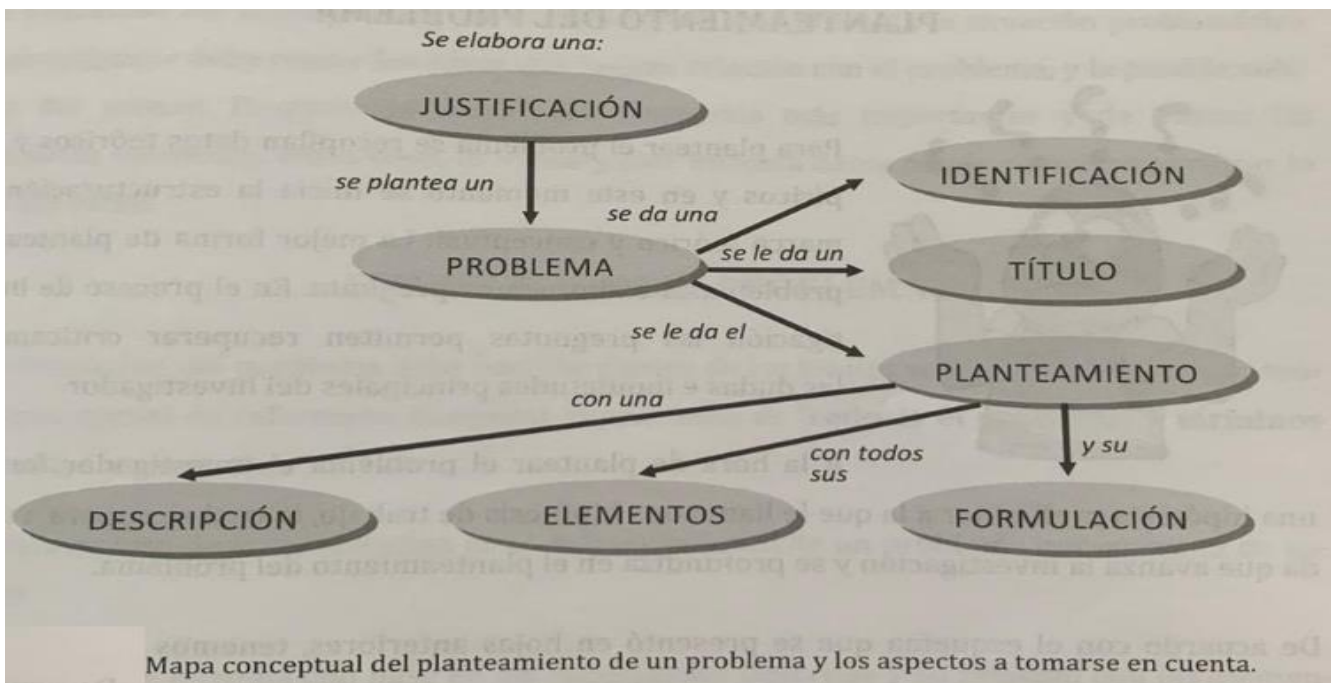
## 6.- El proceso de la Investigación



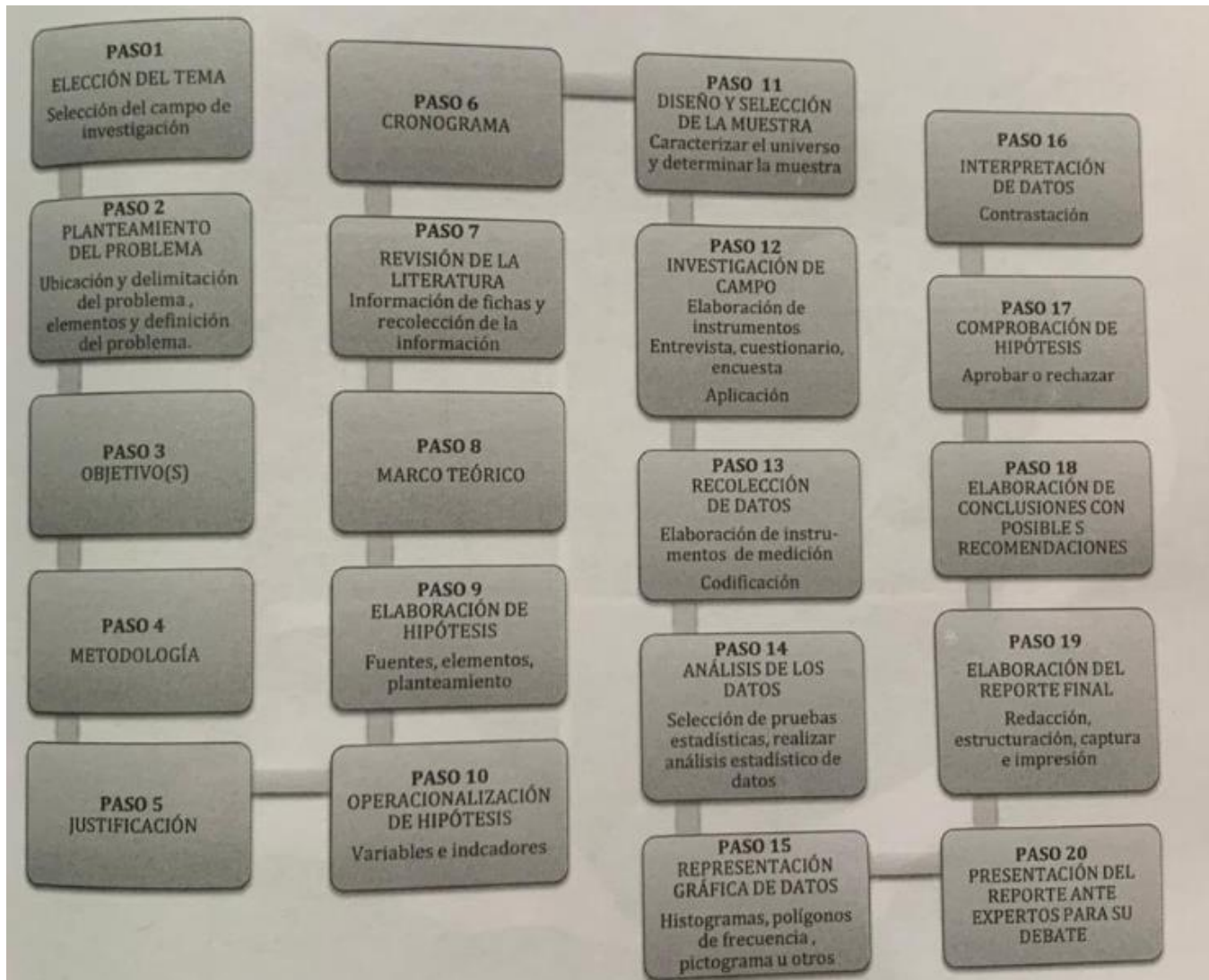
## 7.- Delimitación del Tema



### 8.- Planteamiento del problema



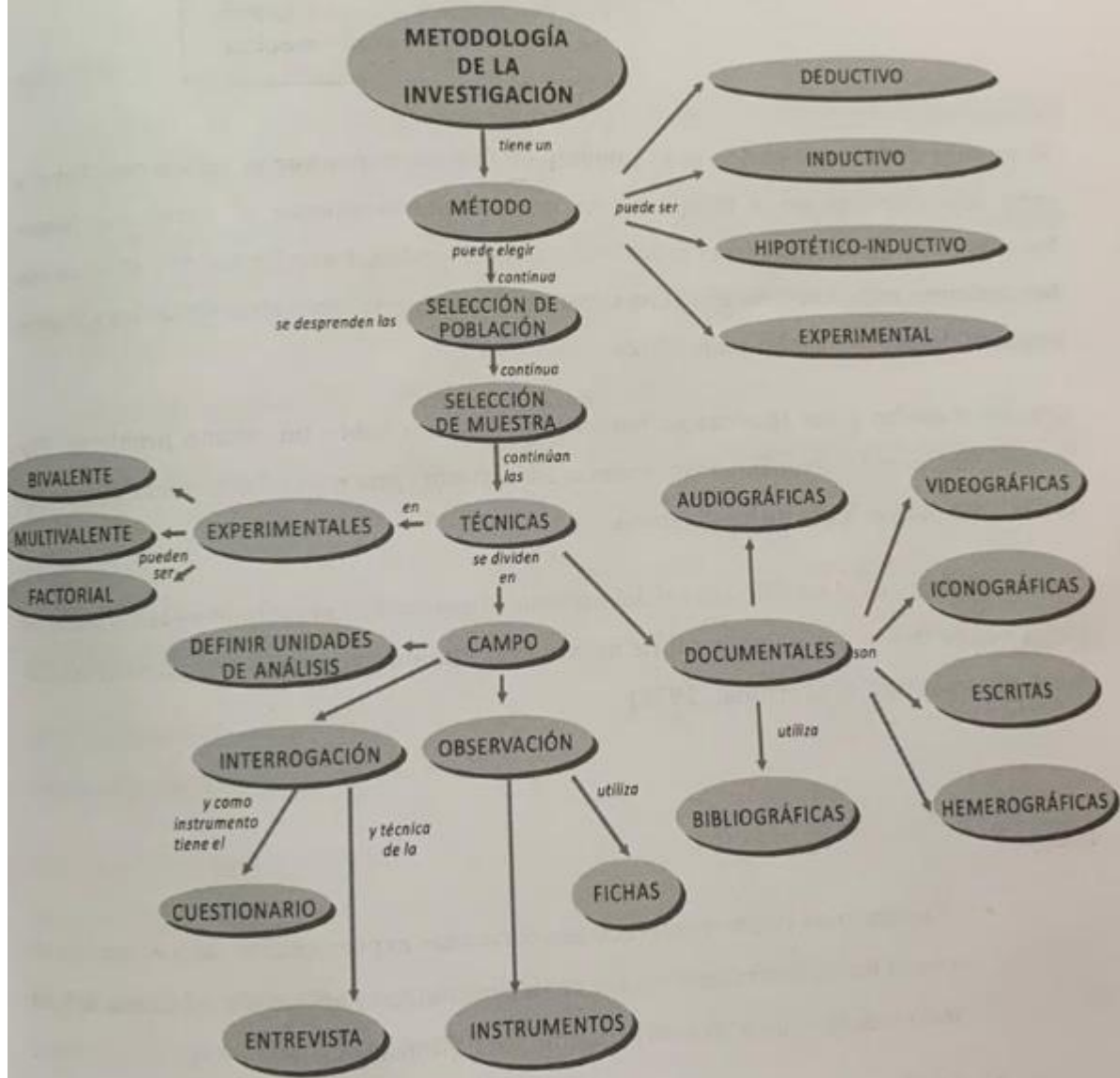
### 9.- Diagrama de un proceso de Investigación



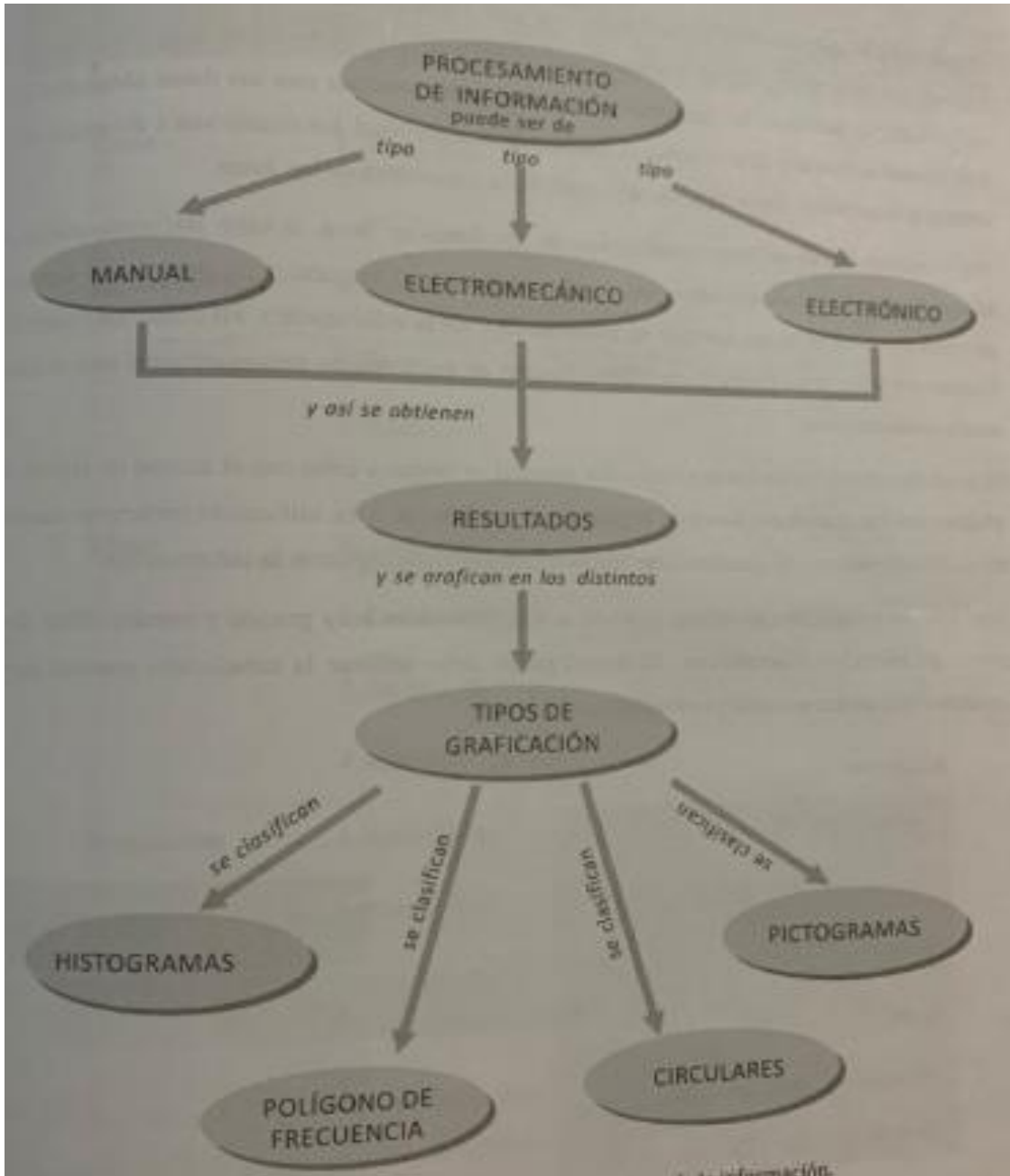
10.- Diagrama general de la metodología de la investigación



## METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN



### 12.- Procesamiento de la Información





## Competencia particular II

Emplea los estudios del plan de negocio en las diferentes áreas fundamentales para el proyecto de inversión.

**RAP 1:** Aplica los estudios de mercadotecnia y administrativos para el proyecto de inversión.

**RAP 2:** Aplica los estudios técnicos y financieros para el proyecto de inversión.

## Contenido Temático

1. Plan de negocios,
2. Estructura
3. Plan de producción
4. Plan de financiamiento
5. Estudio de mercado
6. Generalidades

## DEFINICIÓN

El plan de financiación es la herramienta básica que te permitirá especificar cuáles van a ser, con concreción, las fuentes de financiación de tu proyecto empresarial. Es, fundamentalmente, un documento que forma parte del plan económico-financiero de una empresa donde se recoge de forma explícita las vías de acceso al capital preciso.

Según Jack Fleitman un plan de negocio se define como un instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa. Así como una guía que facilita la creación o el crecimiento de una empresa.

La planificación de la producción consiste en definir el volumen y el momento de fabricación de los productos, estableciendo un equilibrio entre la producción y la capacidad a los distintos niveles, en busca de la competitividad deseada. Para ello, se requiere un proceso concatenado de planes que vinculen los distintos niveles jerárquicos de la organización.

## ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS

Resumen ejecutivo: en esta parte del plan de negocio debemos establecer las necesidades de nuestra empresa, tanto a nivel de capital y financiación como de recursos materiales y humanos, y los objetivos que queremos conseguir: mercado, clientes, ventas, beneficios, potencial.



Descripción del negocio: debe incluir desde la descripción de lo que hacemos, de nuestros productos o servicios, hasta el contexto actual del sector

Estudio de mercado: hay que incluir el mercado objetivo y analizar otros negocios dentro de la industria para saber en qué destacamos y en qué nos diferenciamos. Además de las estrategias de mercado que necesitaremos llevar a cabo para alcanzar nuestro público objetivo. Análisis de la competencia: delimitar los puntos fuertes y puntos débiles de nuestros principales competidores para poder desarrollar estrategias ventajosas para nuestro negocio y detectar debilidades que pueden convertirse en un obstáculo a superar.

Financiación de la empresa: ubicado en la última parte del plan de negocio pero vital para la supervivencia de una empresa. En esta parte debemos incluir desde gastos iniciales y fijos, hasta los costes de producción así como una estimación aproximada de ingresos según el precio del producto o servicio y el objetivo de volumen de ventas marcado.

## PLAN DE PRODUCCIÓN

Un **plan de proyecto** o plan de producción es una herramienta que se utiliza para planificar un proyecto y para reflejar las decisiones tomadas en relación con todos los componentes de un proyecto (tareas, perfiles y calendario). En el plan de producción se desglosa cada tarea en subtareas, de forma que cada una de las nuevas subtareas implique un único proceso que deba ser acometido por una única tipología de perfiles.

La elaboración del plan de producción requiere un proceso de ingeniería donde deberemos tener en cuenta diversas variables. Un plan de producción se puede elaborar siguiendo los pasos que se enumeran a continuación:

- Determinar todos los documentos finales.
- Desglosar en subtareas las tareas a realizar para la consecución de cada documento final.
- Prever las interrelaciones entre tareas.
- Asignar a cada tarea los perfiles adecuados y el número de recursos necesarios para realizarla en el tiempo de ejecución estimado, sin descuidar las dedicaciones establecidas para el resto de proyectos en curso.
- Establecer el calendario definitivo de ejecución del proyecto.

La elaboración del plan de producción se puede llevar a cabo de distintas formas. Siempre deberemos tener en cuenta las tareas, los plazos y las interrelaciones entre todas ellas.

Si elaboramos un plan de producción con cualquier herramienta informática que facilite la gestión, en el momento de realizar correcciones o ajustes la actualización puede ser directa y sencilla.



Un **documento final** es el resultado de una tarea. Puede ser un documento de texto que describa un diseño, puede ser un guion, puede ser una colección de imágenes o un *script* programado para que pueda funcionar un formulario.

Es útil empezar el plan de producción con una lista de todos los documentos finales; el trabajo necesario para realizar cada uno de los documentos serán las tareas a realizar.

## PLAN DE FINANCIAMIENTO

El **plan de financiación** es la herramienta que nos permitirá describir cuáles van a ser las fuentes de financiación de nuestro negocio. Cuando ya tengamos claro cuánto dinero necesitamos para crear una empresa, debemos estudiar detenidamente de dónde vamos a sacar el dinero.

Este documento se encuentra dentro del plan financiero, donde se resume toda la parte económica y financiera del proyecto de negocio que se está desarrollando. Tras realizar el plan de inversión inicial **es necesario descubrir de qué forma se financiará nuestra empresa**.

En la actualidad, existen muchas alternativas para la financiación de empresas, que nos permiten emprender un negocio obteniendo el dinero de muchas formas posibles. Por ello, en el plan de financiación es necesario realizar un **estudio exhaustivo de cuáles son las fuentes de financiación que vamos a utilizar**. Cabe destacar, que no tiene por qué ser solo una vía de financiación para conseguir todo el dinero necesario, sino que es posible utilizar diferentes opciones de financiación para obtener el dinero necesario en cada momento.

Hay que tener en cuenta que existen multitud de ayudas para emprendedores, subvenciones, créditos, préstamos bancarios y muchas más **opciones para obtener la liquidez necesaria para poner en marcha nuestro negocio**. Descubre toda la información sobre el plan de financiación y cómo realizarlo correctamente.

## ESTUDIO DE MERCADO

¿En qué consiste un estudio de mercado?

Un estudio de mercado consiste en analizar y estudiar la viabilidad de un proyecto empresarial. Se trata de un proceso largo y de gran trabajo, durante el cual se recopila una gran cantidad de información relativa a clientes, competidores, el entorno de operación y el mercado en concreto. De esta manera, a través del estudio de mercado, la persona que tiene la idea de emprender, puede diseñar un buen plan de negocio al que acogerse, ya sea para lanzar dicha nueva idea o para ofertar un nuevo producto, por ejemplo.



A través del estudio de mercado, las empresas analizan la viabilidad de su plan de acción: ya sea empezar una nueva empresa o lanzar un nuevo producto o servicio.

Por tanto, la definición de estudio de mercado más simple y concreta es: un conjunto de acciones que se ejecutan con el fin de conocer la respuesta del mercado (de tu target o público objetivo, de tus proveedores e, incluso, de tu competencia) ante un nuevo producto o servicio. Se analizarán aspectos tan fundamentales como el precio de los productos o el modo de comunicación y distribución de los mismos.

Gracias al estudio de mercado, tendremos una visión más clara de qué es lo que nuestro target realmente necesita, qué es lo más demandado hoy en día en el mercado. Con esta información, trataremos de adaptar nuestro producto o servicio al máximo, para satisfacer y cumplir con las expectativas de nuestros consumidores y, tratando siempre de ser únicos y poseer un elemento diferenciador respecto de la competencia.

#### Características del estudio de mercado

Un estudio de mercado se realiza con el propósito de estudiar la viabilidad de nuestra idea de negocio o nuevo producto o servicio. Pero, ¿qué datos nos ofrece este estudio de mercado?

¿Cuáles son las principales características del estudio de mercado?:

Es un documento que comprueba la existencia de una necesidad en el mercado y qué productos existen actualmente satisfaciéndola y de qué modo.

Proporciona los productos o servicios que actualmente existen en el mercado y que satisfacen esa necesidad insatisfecha.

Realiza una estimación de la cantidad de productos que el mercado está demandando más.

Determinación de los principales canales de distribución y comercialización de los productos, a través de los cuales llegaremos de mejor manera al consumidor final. Por ejemplo, actualmente, uno de los principales canales de comercialización será internet.

Detectar el riesgo que corremos en caso de que nuestro producto no se venda y no sea demandado por los usuarios.

Conocer al detalle información sobre nuestra competencia directa, así como de los bienes y servicios que ofrecen. Este análisis de la competencia nos ayudará a saber más acerca de las empresas que compiten en el mismo mercado que nuestro negocio.

Analizar los precios de los productos complementarios y sustitutivos. Por ejemplo, nos



encargamos de una empresa de alquiler de coches; sin embargo, durante este período, el precio de la gasolina está alcanzando precios desorbitados. Si nuestro cliente va a realizar un viaje, posiblemente se plantee ir por otro medio de transporte: tren, avión o autobús, debido al precio tan elevado de la gasolina.

En definitiva, a través de un estudio de mercado, se van a analizar 5 puntos importantes que no debemos pasar por alto:

Estudio del producto o servicio.

Análisis de la oferta.

Análisis de la demanda.

Análisis de los precios.

Análisis de los canales de distribución y comercialización.

### **Nota:**

Los esquemas y mapas conceptuales, pertenecen al libro:

- La Investigación Científica y su metodología, Oralia Salgado Martínez

Por lo que se sugiere utilizarlo como apoyo básico en la metodología de la Investigación.



### Competencia particular III.

Presenta el proyecto de inversión para su viabilidad

**RAP's:** Estructura el proyecto de inversión fundamentado en los resultados de los estudios del plan de negocio.

**RAP's 2:** Diseña el informe ejecutivo del proyecto de inversión con base en los resultados del estudio del plan de negocios.

En esta Unidad particular se pretende que el alumno desarrolle un Proyecto de un Plan de Negocios con base al siguiente Índice.

Se agrega además al Índice los conocimientos de las unidades de aprendizaje que pueden ayudarte a construir su proyecto, además del apoyo de la bibliografía sugerida con la finalidad de poder consultar más material didáctico.

### Contenido Temático

ÍNDICE DEL PROYECTO	
INTRODUCCIÓN	DPI/ INGLÉS
JUSTIFICACIÓN	DPI
DELIMITACIÓN DEL TEMA	DPI
OBJETIVOS	DPI
METODOLOGÍA	DPI
CAPITULO I: LA EMPRESA	DPI
1.1 DEFINICIÓN	DPI
1.2 CLASIFICACIÓN	DPI/ ORIENTACIÓN JUVENIL
1.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	DPI
1.3.1 ASPECTOS LEGALES	DPI
1.3.1.1 OBLIGACIONES FEDERALES	DPI
1.3.1.2 OBLIGACIONES LOCALES	DPI
1.3.2 LEGAL	DPI
1.3.2.1 OBLIGACIONES FISCALES	DPI
CAPITULO II :PLAN DE NEGOCIOS	DPI
2.1 DEFINICIÓN	DPI
2.2 ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS	DPI
2.3 PLAN DE PRODUCCIÓN	DPI
2.4 PLAN DE FINANCIAMIENTO	DPI
CAPITULO III : ESTRUCTURA DEL NEGOCIO	DPI
3.1 JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA	DPI
3.2 OBJETIVOS DE LA EMPRESA	DPI
3.2.1 GIRO	DPI



3.2.2 UBICACIÓN	DPI
3.2.3 ANÁLISIS FODA	DPI
3.2.4 MISIÓN	DPI
3.2.5 VISIÓN	DPI

3.2.6 OBJETIVOS	DPI
3.2.6.1. EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE	<b>ORIENTACIÓN JUVENIL</b>
3.3 ESTUDIO DE MERCADO	DPI/ PROBABILIDAD Y ESTADÍSTICA
3.3.1 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	PROBABILIDAD Y ESTADÍSTICA
3.3.2 ANÁLISIS DEL MERCADO	DPI
3.3.3 CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y ANÁLISIS DEL ENTORNO SOCIOECONÓMICO	<b>MACROECONOMÍA</b>
3.3.3.1 PRODUCTO	DPI
3.3.3.1.1 MARCA	DPI
3.3.3.1.2 ETIQUETA	DPI
3.3.3.1.3 EMPAQUE	DPI
3.3.3.2 PROMOCIÓN	DPI
3.3.3.3 PRECIO	DPI
3.3.3.4 PLAZA	DPI
3.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	DPI
3.4.1 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	DPI/NÓMINAS/CC
3.4.2 DESCRIPCIÓN DE PUESTOS	DPI
3.4.3 FORMAS DE RECLUTAMIENTO Y TIPOS DE CONTRATACIÓN DEL PERSONAL	DERECHO LABORAL (SEGURIDAD SOCIAL)
3.5 PROCESO DE LA PRODUCCIÓN	CC
3.6 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	CC
3.7 RECURSOS MATERIALES	DPI
3.8 RECURSOS TECNOLÓGICOS	DPI
3.9 RECURSOS HUMANOS	<b>ORIENTACIÓN JUVENIL</b>
3.9.1 SUELDOS Y SALARIOS	<b>NÓMINAS</b>
3.9.2 CÉDULA DE LIQUIDACIÓN OBRERO - PATRONALES	<b>SEGURIDAD SOCIAL</b>
3.10 RECURSOS FINANCIERO	DPI
3.10.1 PROYECTO DE INVERSIÓN	<b>NOCIONES DE AUDITORIA</b>
3.10.2 SISTEMA CONTABLE	<b>NOCIONES DE AUDITORIA</b>
3.10.3 FLUJO DE EFECTIVO	<b>NOCIONES DE AUDITORIA</b>
3.10.4 ESTADOS FINANCIEROS	<b>NOCIONES DE AUDITORIA</b>
3.10.4.1 ASIENTOS CONTABLES	<b>NOCIONES DE AUDITORIA</b>
3.10.5 RAZONES FINANCIERAS	<b>NOCIONES DE AUDITORIA</b>
3.10.6 FUENTES DE FINANCIAMIENTO	<b>NOCIONES DE AUDITORIA</b>
3.11 ACTA CONSTITUTIVA	DPI



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



3.12 OBLIGACIONES FISCALES	DPI
3.12.1 PAGOS PROVISIONALES	DPI
3.12.2 AVISOS DE INSCRIPCIÓN	DPI
3.12.3 FACTURAS	DPI
3.13 VALOR AGREGADO DE LA EMPRESA	DPI
CONCLUSIONES	DPI/INGLÉS

GLOSARIO	DPI
BIBLIOGRAFIA	DPI

