



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
CENTRO DE ESTUDIOS CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS No. 13
"RICARDO FLORES MAGÓN"
SUBDIRECCIÓN ACADÉMICA



GUÍA

de estudio para
presentar ETS de la
UNIDAD DE APRENDIZAJE

DESARROLLO DE PROYECTOS DE INVESTIGACION

Semestre 2026/2

TURNO VESPERTINO

Fecha de elaboración: DICIEMBRE de 2025
Presidente de Academia: Tapia Navarro Dolores



FORMATO DE LA GUÍA DE ESTUDIO

Área: Tecnológica	Nombre de la Unidad de Aprendizaje: Desarrollo de Proyectos de Investigación	Nivel/semestre: sexto
-----------------------------	--	---------------------------------



Instrucciones generales de la guía:

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

- La guía no cuenta con valor alguno para la presentación del ETS, sólo representan los puntos a desarrollar en un Plan de Negocios, mismo que le servirá para la acreditación de la Unidad de aprendizaje.
- Proyecto de Investigación (PLAN DE NEGOCIOS): 100%
- **El alumno deberá entregar de manera individual una impresión de su plan de negocios en un sobre junto con usb que contenga el archivo en pdf con el PLAN DE NEGOCIOS COMPLETO, UN ARCHIVO EN EXCEL CON SUS PAPELES DE TRABAJO ESTADOS FINANCIEROS Y CONTABILIDAD ASI COMO UNA PRESENTACION EN POWER POINT, el día del examen. De acuerdo con el horario del ETS, en tiempo y forma según indique el departamento de Psicotecnia**

El alumno para presentar su plan de negocios deberá crear una idea de negocios de una empresa ficticia, que debe satisfacer una necesidad, ser una idea original y que en caso de existir en el mercado sea diferente a lo que ofrece la competencia

1. Algunos criterios para seleccionar el producto pueden ser:
 - Un producto novedoso o que ya existiendo en el mercado nadie haya atendido o satisfecho del todo
 - Es posible fabricar un producto más barato o de mejor calidad de los que existen en el mercado
 - Un producto que es susceptible de ser sustituido por otro con mejores atributos (mejores características de lo que existe en el mercado)
 - Un producto que aún no existe en el mercado etc.
2. Las características del producto elegido serán
 - a. Debe ser una empresa de transformación (NO SERVICIOS, NO COMERCIAL)
 - b. Algunos de los giros que pueden ser elegidos son:
 - i. Muebles (PET, MADERA, MDF, ETC) (también pueden ser pensando por ejemplo en espacios reducidos)
 - ii. Ropa (Ropa de vestir, Deportiva, interior, para bebés, quirúrgica, para Hospital, rehabilitación etc.)
 - iii. Jugueteras (cualquier tipo de juguete para cualquier edad incluso electrónicos, patinetas, bicis, juegos de mesa etc.)

1. Dado que es una empresa ficticia deben de tener una inversión y producción significativa, con un capital social. Su inversión inicial debe alcanzar para los gastos y costos de los primeros 3 meses de operación al menos.



2. Para crear los estatutos de su empresa, deberán trabajar bajo el supuesto de que es una Sociedad Anónima, considerando todos los trámites y requisitos de Ley que se necesitan realizar para ponerla en marcha.
3. **Características de formato:**
 - Márgenes. Los márgenes de la hoja deben ser de izq. y superior 3 cm derecho e inferior 2.5 cm
 - Tipo de fuente. Se recomienda utilizar alguna de las siguientes:
 - Calibri 11 puntos
 - Arial 11 puntos
 - Times New Roman 11 puntos
 - Interlineado. Todo el documento debe ir a 1.15 de espacio, incluyendo las citas, la lista de referencias a excepción de la portada.
 - Alineación: el texto debe estar justificado en cada párrafo
 - Sangría. Cada uno de los párrafos deben llevar una sangría de 1.27 cm en la primera línea.
 - Numeración. Todas las páginas del trabajo deben numerarse en la esquina inferior derecha, incluyendo la portada que llevará el número 1.
 - Título y subtítulos. Existen hasta cinco diferentes niveles para los encabezados en un trabajo, los más usados en trabajos de tipo escolar son los dos primeros niveles:
 - Título principal: va en la primera hoja del trabajo, centrado, en negritas y con mayúscula inicial.
 - Subtítulo: pegado al margen izquierdo, en negritas, con mayúscula inicial; el texto debe empezarse en el siguiente párrafo.
 - El interlineado en general es 1.15, pero a continuación se especifican los espacios adicionales entre líneas para los elementos que así lo requieran.
 - Iniciar la numeración en la esquina inferior derecha de la hoja.
 - Título del trabajo a 3 o 4 líneas abajo del margen superior; debe ir en negritas y con uso de mayúsculas y minúsculas
4. **El plan de negocios deberá contener caratula, introducción, índice, bibliografía, conclusiones**



Presentación:

La unidad de aprendizaje de Desarrollo de Proyectos de Investigación concreta de manera directa los saberes previos de unidades de aprendizaje de la carrera de Técnico en contaduría y recupera de manera transversal los adquiridos con otras unidades de aprendizaje como; Nóminas, Contabilidad I y II y Técnicas de Investigación de Campo; entre otras que definen las habilidades para la vida. Esto le permite al alumno desarrollar nuevos conocimientos y aplicarlos en la construcción de un plan de negocios en el cual integre sus conocimientos de la carrera ya mencionada.

La guía de estudios es un instrumento de apoyo pedagógico para orientar y guiar sobre los contenidos, procesos; habilidades y competencias que el alumno debe apropiarse y desarrollar en cada sesión que se lleva a cabo en la Unidad de Desarrollo de Proyectos de Investigación durante el ciclo escolar.

propósito

Los principales objetos de conocimiento que el alumno debe apropiarse en los tres parciales que enlazan el curso, implican la construcción conceptual de: todos y cada uno de los aspectos contables que en esta carrera deben manejar: Contabilidad general, Nóminas, Costos, Seguridad Social, Finanzas, Marco legal y Contable de una empresa. Aspectos y factores que implican asumir una postura profesional que le permita desarrollar y aplicar competencias profesionales en sus estudios superiores y en el ejercicio laboral.



Justificación

La intención principal de la unidad de aprendizaje Desarrollo de Proyectos de Investigación es que el alumno logre construir habilidades y competencias académicas que le permitan aplicar los conocimientos contables generales en un futuro empleo, en una empresa y en lugares en los que su carrera sea requerida. Por lo que es necesario y prioritario que se prepare para su desarrollo integral, haciendo énfasis en el desarrollo de un pensamiento crítico y reflexivo que le permita lograr un desarrollo adecuado en cualquier ámbito en que se encuentre inmerso, llegando así a cumplir la Competencia General: "Desarrollar un proyecto de inversión a través de la metodología de investigación y un plan de negocios para la creación y expansión de una empresa"

A través de la elaboración de un plan de negocios, considerarás los elementos y las competencias necesarias para que conozcas y apliques los métodos de investigación contable- administrativo, la investigación de mercado, elaboración de prototipo innovador, determinación de costos y gastos para la puesta en marcha de la empresa partir de la creación de una empresa y la presentación de un producto innovador determinación de los tiempos en que la inversión retornará así como la viabilidad y requisitos legales fiscales y normativos que le aplican



Estructura y contenidos

TEMARIO

- I.- Herramientas y técnicas de investigación
- II.- Metodología de un Plan de Negocios
- III.- Aspectos de mercadotecnia en el plan de inversión
- IV.- Aspectos técnicos y administrativos en el Plan de Inversión
- V.- Estructura y Diseño de un proyecto de inversión

CONTENIDO QUE DEBE LLENAR EL PLAN DE NEGOCIOS

INTRODUCCIÓN

ABSTRACT

- **Marco teórico.**

CAPITULO I NUESTRA EMPRESA

- **¿Quiénes somos?**
 1. **Análisis de la industria o sector**
 2. Expresar aquí nombre de la empresa y la justificación de este así como presentar el logotipo y su justificación (es decir que significa el logotipo)
 3. slogan
 4. Breve explicación de que es como está constituida la empresa (a que se dedica, que producto o servicio ofrece actividad o giro y sector al que pertenece y tamaño, así como donde se encuentra ubicada)
 5. Misión y visión de la empresa
 6. Objetivos generales de la empresa a corto, mediano y largo plazo, (recuerden que los objetivos deben ser acordes con la misión y visión de la empresa)
 7. Valores de la empresa
 8. Descripción del producto
- Propuesta de valor (justificación)
- Análisis FODA y D.A.F.O de la empresa
- Análisis de ventajas y distinguos competitivos de la empresa
- Análisis de los puntos que consideran que pueden asegurar el éxito de su empresa.
- Desarrollo sustentable de la empresa

CAPITULO II Organización de la empresa

- Estructura organizacional
 1. Organigrama de general de la empresa
 2. Procesos operativos (descripción de las funciones de las áreas de la empresa)
 3. Administración de capital humano
 - Manejo de las políticas de contratación sueldos y salarios así como de prestaciones de los empleados



- (determinación de los sueldos de cada uno de los empleados y el cálculo de dos quincenas de sueldo)
- , anexar cedula de determinación de cuotas obrero patronales al imss)

4. Medidas de Control interno

5. Necesidades de capital inicial

CAPITULO III Mercado

- Objetivos del área de ventas
- Investigación de mercado
 - a. Tamaño y segmentación del mercado
 - b. Consumo aparente
- Estudio de mercado(descripción breve de en donde como y a quien se realizó la encuesta tipo e interpretación y conclusión de los datos obtenidos)
- Participación de la competencia en el mercado.
- Distribución y puntos de venta (introducción en el mercado)
- Promoción y publicidad
- Marca presentación, etiqueta, empaque y embalaje del producto

CAPITULO IV Producción

- Objetivos de área de producción
- Especificaciones técnicas del producto
- Principales proveedores
- Descripción y flujo grama del proceso de producción
- Maquinaria y tecnología necesaria para la elaboración del producto.
- Plano de distribución de la planta
- Determinación de costos de producción (M.O. M.P. C.I.)
- Capacidad de producción
- Determinación de precio
- Control y manejo de inventarios
- Cronograma de actividades de producción
 - Determinación del precio

CAPITULO V MARCO LEGAL Y FISCAL DE LA EMPRESA

- Constitución de la empresa (mencionar si es persona física o moral y su tipo)
- Número de socios a iniciar el negocio y aportaciones al capital social
- Licencias y guía de trámites para dar de alta su empresa (descripción con costos y tiempos e instancias ante quien se presenta, **no presentar formatos**)
- Régimen fiscal y obligaciones que tiene que cumplir la empresa

CAPITULO V CONTABILIDAD Y FINANZAS

- Objetivos del área financiera



- Presupuesto de inversión
- Presupuesto de ventas y producción
- Determinación del punto de equilibrio
- Retorno de la inversión
- Estados financieros
- Análisis financiero (solvencia, liquidez, rentabilidad retorno de la inversión)
- Sistema de financiamiento de la empresa
- Sistema contable de la empresa
 - Tipo de contabilidad y software a utilizar
 - Catálogo de cuentas
 - Guía contabilizadora

Conclusiones

Anexos

Bibliografía

Evaluación

El plan de negocios es el examen en Word impreso y en un cd o usb en conjunto con una presentación ejecutiva que deberá realizar el alumno en power point con los puntos más relevantes de esta y vale el 100% de la evaluación a título de suficiencia

Materiales para la elaboración de la guía

-Apuntes y ejercicios realizados en el curso

-Todos los contenidos de aprendizaje, páginas Web y Códigos QR, para indagación y estudio, están contenidos en la bibliografía especificada



Actividades de estudio

- Revisa y resuelve cada uno de los ejes temáticos del contenido de la Guía de estudio, apóyate en la fuente de consulta que se trabajó en el ciclo escolar y se menciona en la referencia bibliográfica.
- Retoma los apuntes y ejercicios realizados en el curso.
- .

Información Adicional

- Uno de los problemas más comunes es el "copiar" y "pegar" directamente de fuentes de Internet, por lo que se recomienda la lectura, análisis de texto y redacción con tus propias palabras.
- Revisa la ortografía y redacción de tu documento final.
- Procura evitar el usar el trabajo presentado con anterioridad por alguno de tus compañeros

Información adicional.

- Engargola tu guía de estudio resuelta.
- Entrega en la parte de atrás de tu guía el archivo en Word de la guía y la presentación en power point
- Considera que tus conclusiones sobre lo aprendido en la realización del plan de negocios son esenciales.



1. Información general de la empresa ¿Quiénes somos?

La información general de la empresa es un resumen breve del negocio, en el que se incluyen lo que ofrece de manera única, la misión, cómo se inició, el posicionamiento en el mercado, la estructura operativa y los objetivos financieros. Después de revisar esta sección, el lector debería tener un entendimiento amplio de lo que el negocio se propone hacer y cómo está organizado.

Esta sección no debe ser larga. El texto debe ser breve y conciso. Este es el panorama general del negocio. El tipo de negocio determinará cuáles de las siguientes secciones serán necesarias para el plan de negocios. Incluya solo lo que sea necesario para representar adecuadamente a la empresa y quite todo lo demás.

- **Análisis de la industria o sector**
- **Resumen de la empresa:** Esta es la sección introductoria a la empresa, también conocida como la "presentación del ascensor" de lo que la empresa representa y lo que se propone hacer. Incluya los objetivos de la empresa y algunos de los objetivos a corto plazo.
 - Expresar aquí nombre de la empresa y la justificación de este así como presentar el logotipo y su justificación (es decir que significa el logotipo)
 - slogan
 - Breve explicación de que es como está constituida la empresa (a que se dedica, que producto o servicio ofrece actividad o giro y sector al que pertenece y tamaño, así como donde se encuentra ubicada)
 - Descripción del producto y Propuesta de valor
- **Identidad de la empresa**

Esta es una declaración breve sobre los principios rectores de la empresa y lo que la empresa pretende hacer por sus clientes, empleados, propietarios y otras partes interesadas.

 - Misión y visión de la empresa
 - La misión es una declaración que manifiesta la razón de ser de la empresa, el propósito, el motivo por el cual existe. Define la/las función/es básica/s que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión.



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



En la misión se define: la necesidad a satisfacer, los clientes a alcanzar, productos y servicios a ofertar

- La visión de una empresa se refiere a lo que la empresa quiere lograr, construir, llegar a crear. Proyecta la imagen futura. La visión se realiza formulando una imagen ideal del proyecto y poniéndola por escrito, a fin de definir claramente el negocio que permita orientar a los miembros de su equipo. El objetivo de esta sección es que su negocio quede claramente definido.
- Objetivos generales de la empresa a corto, mediano y largo plazo, (recuerden que los objetivos deben ser acordes con la misión y visión de la empresa)
 - Se denomina a las metas y estrategias establecidas por la empresa para alcanzar resultados a largo, mediano y corto plazo, y de esta manera obtener un reconocimiento diferenciado en medio de la competencia. Estos objetivos pueden ser definidos anualmente, cuidando priorizar las áreas claves del éxito de su negocio.
- Valores de la empresa
 - Los valores de una empresa declaran sus creencias, transmiten las bases de sus principios éticos, sobre el cual construirán una cultura empresarial y determinan la forma de comportarse ante situaciones y relaciones empresariales, sociales y su actuar responsable frente a los impactos que sus operaciones pueda generar al medio ambiente.
- Descripción del producto y propuesta de valor incluir la justificación del producto
- Análisis FODA y D.A.F.O de la empresa

Puede completar las casillas siguientes para incluir un análisis FDOA a fin de evaluar las fortalezas y debilidades (factores internos), y las oportunidades y amenazas (factores externos) del entorno empresarial actual. Este es un buen ejercicio para realizar anualmente. Después de completar el análisis, proporcione ideas sobre cómo las fortalezas del negocio pueden ayudar a maximizar las oportunidades y minimizar las amenazas; cómo sus debilidades pueden perjudicar la capacidad de la empresa para capitalizar las oportunidades; y cómo las debilidades del negocio pueden exponerlo a amenazas.

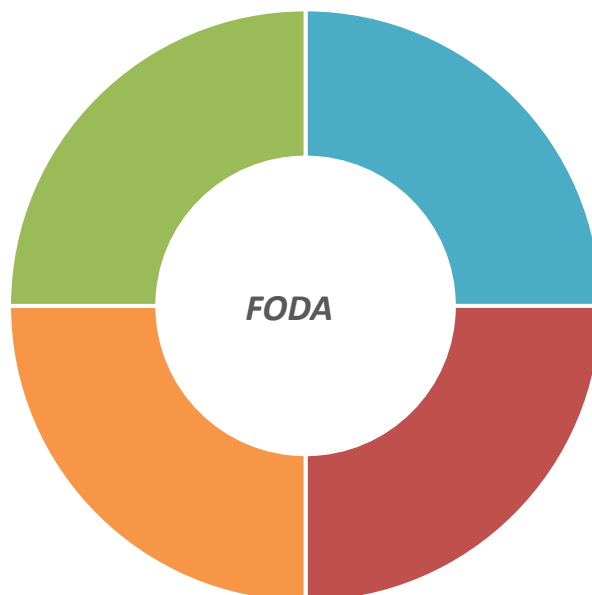


FORTALEZAS

- Ventaja
- Capacidades
- Activos, personas
- Experiencia
- Reservas financieras
- Propuesta de valor
- Precio, valor y calidad

OPORTUNIDADES

- Áreas para mejorar
- Nuevos segmentos
- Tendencias del sector
- Nuevos productos
- Nuevas innovaciones
- Asociación clave



DEBILIDADES

- Desventajas
- Diferencia en capacidades
- Flujo de efectivo
- Proveedores
- Experiencia
- Áreas para mejorar
- Causas de pérdida de ventas

AMENAZAS

- Movimiento económico
- Obstáculos enfrentados
- Acciones de competidores
- Impactos políticos
- Efectos medioambientales
- Pérdida de personal clave
- Demanda del mercado

- Análisis de ventajas y distinguos competitivos de la empresa (PARTIENDO DEL MARCO CONCEPTUAL EN DONDE ANALIZARON LA COMPETENCIA)
- Análisis de los puntos que consideran que pueden asegurar el éxito de su empresa.
- Desarrollo sustentable de la empresa



2. Organización de la empresa

Este componente especifica el esquema de organización de la empresa y describe de manera extendida las responsabilidades de cada cargo y a qué se comprometen a nivel jurídico quienes asumen un puesto en específico, así como los derechos que también adquieren al formalizar una relación laboral con la empresa. También es una sección en la que la estructura de un plan de negocios señala el tipo de empresa que busca ser (si manejará sucursales o un esquema de franquicias, será sociedad anónima o corporativa, entre otras opciones).

También será la sección de tu plan en la que tratarás temas como los horarios, etiqueta de vestimenta, funciones, nombre de cada vacante necesaria para cada uno de tus empleados, perfiles profesionales requeridos, salarios de cada uno de los empleados, etc. Es decir, toda la información necesaria para tener claro qué recursos humanos se requieren y qué recursos económicos se destinarán para pagar el capital de manufactura, administración, distribución y comercialización.

Objetivos a corto y largo plazo

Estructura organizacional

1. Organigrama de general de la empresa
2. Acta constitutiva y cedula de necesidades de capital inicial
3. Procesos operativos (descripción de las funciones de las áreas de la empresa)
4. Administración de capital humano
 - ☐ Manejo de las políticas de contratación sueldos y salarios, así como de prestaciones de los empleados (manual de bienvenida de los empleados)
 - ☐ (determinación de los sueldos de cada uno de los empleados y el cálculo de dos quincenas de sueldo
NOMINAS, EJEMPLO DE RECIBO DE NOMINAS Y SOFTWARE PARA
TIMBRAR LA NOMINA
 - ☐ anexar cedula de determinación de cuotas obrero patronales al imss)

Medidas de Control interno adoptadas por la empresa para el manejo de las áreas

- de tesorería,
- Almacén



3. mercado

El análisis de mercado proporciona al lector una comprensión de lo bien que el negocio conoce y entiende su mercado y si es lo suficientemente grande para respaldar los objetivos del negocio. Esta sección proporciona información general sobre la industria en la que participará el negocio. Como esta sección se enfoca en el cliente ideal según la estrategia de negocios, el plan definirá el mercado objetivo. Una descripción y dimensionamiento detallado del mercado objetivo ayudará al lector a comprender el valor de mercado que persigue el negocio (el número de clientes potenciales multiplicado por el ingreso promedio del producto o servicio).

Al definir el mercado objetivo, el plan identificará elementos clave como la ubicación geográfica, los datos demográficos, las características del comprador, las necesidades del mercado objetivo y cómo se satisfacen actualmente las necesidades del mercado. Si hay competidores directos, explique cómo el servicio de la empresa se compara con el de los competidores, en términos de cómo resuelve los problemas de los consumidores.

Dependiendo del tipo de negocio, las siguientes secciones pueden o no ser necesarias. Incluya solamente lo necesario y quite todo lo demás. Debe describir el procedimiento para atraer y conservar a los clientes, y para producir realmente una venta. Puesto que consultará esta sección cuando haga proyecciones financieras, procura describir en todo detalle sus estrategias completas de publicidad y ventas

Esta sección describe el mercado objetivo y las necesidades que la empresa abordará con relación a él. Incluya descripciones breves de los servicios ofrecidos, y de los mercados y tipos de clientes objetivo. Esta sección puede ser una descripción general, ya que se sugerirá incluir más detalles en una sección posterior de este plan.

La investigación de mercado se utiliza para conocer la oferta (cuáles son las empresas o negocios similares y qué beneficios ofrecen) y para conocer la demanda (quiénes son y qué quieren los consumidores). El plan de negocios refleja algunos sucesos históricos (trayectoria de la empresa, del mercado, del consumo, etc.), pero fundamentalmente describe situaciones posibles en el futuro. En sus resultados se fundamenta gran parte de la información de un plan de negocios: cuáles son las necesidades insatisfechas del mercado, cuál es el mercado potencial, qué buscan los consumidores, qué precios están dispuestos a pagar, cuántos son los clientes que efectivamente comprarán, por qué comprarán, qué otros productos o servicios similares compran actualmente.

Estudio de la competencia: ¿Hay lugar en el mercado para el negocio propuesto? ¿Cuál es la mejor manera de ocuparlo? En el caso de una empresa que ya está en marcha: ¿Hay futuro para el negocio con la estrategia y la oferta actual o habría que pensar en algo diferente? Estas son las preguntas que deberían ser contestadas en la sección del plan de negocios que analiza a la competencia. Para ello se hace necesario establecer quiénes son los competidores, cuántos son (y cuántos podrían convertirse en competidores en el futuro) y cuáles son las ventajas competitivas de cada uno de ellos.



El plan de negocios debería incluir un benchmarking de la competencia; es decir, una planilla con los competidores más importantes, cada uno de ellos con una evaluación en aspectos claves,

Objetivos del área de ventas

Investigación de mercado (información y datos macro económicos del marco conceptual)

Tipo de industria:

Comience con las descripciones generales de la oportunidad de mercado. Por ejemplo, si la empresa es una agencia de viajes desde casa, el tipo de industria sería la de servicios. En este mercado en particular, los ingresos globales se proyectan en más de 183 mil millones de dólares, pero la agencia local tendrá un mercado mucho más reducido. Identifique la clientela potencial en la geografía local de la empresa que pueda encajar en el grupo demográfico objetivo. Esta sección también identificará cualquier regulación de la industria y evaluará las tendencias de crecimiento y estabilidad del mercado.

Segmentación del mercado:

En esta sección se definen los principales segmentos de mercado y aquellos a los que se dirige el negocio en la actualidad. Un segmento de mercado es un grupo de personas (u otros negocios) dentro de la industria, que identifican segmentos más pequeños, tales como viajes de lujo o cruceros exóticos. El mercado también puede ser segmentado por criterios como calidad, precio, gama de productos, geografía, demografía y otros. Algunos otros elementos a considerar para responder a preguntas como las siguientes: ¿El segmento está creciendo, encogiéndose o se mantendrá sin cambios durante los próximos años? ¿Qué porcentaje del mercado será accesible? ¿Qué cuota de mercado se prevé para los próximos 2-3 años? El uso de gráficos es adecuado en una sección como esta para mostrar tanto el crecimiento (gráfico de líneas) como los porcentajes de los mercados o los grupos (gráfico circular).

Competencia:

Todas las empresas compiten de una manera u otra. Puede ser con competidores directos específicos o con la forma en la que los clientes han abordado el problema durante mucho tiempo. En el caso de la competencia, identifique quién más está prestando servicios para resolver el mismo problema que la empresa desea abordar. ¿Cuáles son las ventajas del negocio sobre estos competidores? ¿Cómo se escuchará la voz de la empresa sobre el ruido de los competidores? A veces un plan de negocios incluye una matriz de características y una comparación de cómo cada negocio ofrece o no ofrece esas características. Esta sección refleja cómo la solución de la empresa es diferente y más adecuada para el mercado objetivo identificado en comparación con la competencia.

Consumo aparente

- ***Encuestas de mercado*** Estudio de mercado (descripción breve de en donde cómo y a quien se realizó la encuesta tipo e interpretación y conclusión de los datos obtenidos)
- ***Estrategia de ventas:*** Si es necesario, ¿cuál será su método de ventas?
¿Habrá responsables de ventas contratados a tiempo completo, ventas por contrato u otro



enfoque? ¿venta en línea, tienda, distribución masiva etc), es decir la distribución y puntos de venta

- ***Políticas de venta (CONTADO, CREDITO, TARJETAS PAY PAL ETC)***
- ***Promoción y publicidad***
 - Publicidad multimedia (periódicos, revistas, televisión, radio)
 - Youtube
 - comerciales
 - Marketing digital, como uso de redes sociales, marketing por correo electrónico
- ***Marca presentación, etiqueta, empaque y embalaje del producto***

Descripción detallada con esquemas y especificaciones de acuerdo con la Norma Oficial Mexicana para etiquetado, y atendiendo a las Normas Oficiales particulares para cada tipo de empresa. Deben incluir medidas



4 Producción

- *Objetivos de área de producción*
- *Políticas del área de producción*
- *Especificaciones técnicas del producto (incluye medidas, embalaje, empaque, NOM's según el caso, etc.)*
- *Principales proveedores*
- *Descripción y diagrama de flujo del proceso de producción*
- *Maquinaria y tecnología necesaria para la elaboración del producto. (incluir fichas técnicas)*
- *Plano de distribución de la planta (incluir las zonas de seguridad)*
- *Determinación de costos de producción (M.O., M.P., C.I.)(cédulas de prorrateos y ordenes de producción)*
- *Capacidad de producción*
- *Determinación del costo de venta*
- *Control y manejo de inventarios (medidas de control interno en el manejo de inventarios, método de valuación de inventarios y justificar por qué la elección)*
- *Cronograma de actividades de producción*
- *Determinación del precio de venta*



5. MARCO LEGAL Y FISCAL DE LA EMPRESA

- *Constitución de la empresa (mencionar si es persona física o moral y su tipo)*

- *Número de socios a iniciar el negocio y aportaciones al capital social*
- *Licencias y guía de trámites para dar de alta su empresa*

(descripción detallada y conforme a la legislación vigente con costos y tiempos e instancias ante quien se presenta, no presentar formatos)

- *Registro de marca y patente*

- *Régimen fiscal y obligaciones que tiene que cumplir la empresa*

Incluir obligaciones de manera detallada conforme al código fiscal de la federación, Ley del Impuesto sobre la Renta, Ley del Impuesto al Valor Agregado, mencionar fechas de presentación de declaraciones e información pertinente de acuerdo con el régimen fiscal de la empresa



6. CONTABILIDAD Y FINANZAS

- **Objetivos del área financiera**
- **Presupuesto de inversión**
- **Determinación del punto de equilibrio**
- **Presupuesto de ventas, producción y efectivo**
- **Retorno de la inversión**
- **Contabilidad del 1er mes de operaciones**
- **Estados financieros iniciales, del primer mes y proyectados a 1 año (estado de costos de producción y ventas, estado de resultados integral, estado de situación financiera)**
- **Análisis financiero de la empresa e interpretación (razones de liquidez, solvencia, estabilidad rotación de inventarios y cuentas por cobrar)**
- **Sistema de financiamiento de la empresa (si recurrirán a algún préstamo de la banca comercial o de desarrollo; o bien invitarán a más accionistas)**
- **Sistema contable de la empresa**
- **Tipo de contabilidad y software a utilizar**
- **Catálogo de cuentas**
- **Guía contabilizadora**

Conclusiones

Anexos

Bibliografía

apendice gastos iniciales y proyectados

- **Gastos iniciales proyectados:** La siguiente tabla muestra un ejemplo del detalle de gastos recurrentes y únicos que el negocio podría necesitar para abrir. Muchos negocios reciben pagos a crédito en el tiempo y no tienen efectivo que ingrese inmediatamente. Es necesario hacer suposiciones acerca de la cantidad de meses de gastos recurrentes, además de los gastos únicos, se considerarán a fin de estimar cuándo comenzará a fluir el efectivo a la empresa. Para empezar, la empresa tendrá que financiarse con ahorros o con una inversión inicial. Hay una tabla en blanco en el apéndice para completar las posibles proyecciones de gastos iniciales.



Bibliografía Básica

Alcaraz Manuel, El emprendedor de éxito, Editorial McGraw-Hill 2013

Fischer, L. y Espejo, J., Mercadotecnia. México, Editorial McGraw-Hill Interamericana, 2011.

González Salazar, D., Plan de negocios para emprendedores al éxito. México, Editorial McGraw-Hill Interamericana, 2007.

García de la Borbolla Manuel, Guía de control Interno y objeto de cada control, editoriales trillas.

Normas de Información Financiera, Instituto Mexicano de Contadores Públicos

Código fiscal de la federación

Ley del IVA

INTEGRANTES DE LA ACADEMIA T.V.

- Tapia Navarro Dolores