



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
Semestre 2024-1
TURNO (turno vespertino)

Integrantes de la academia: **ROBERTO LECHUGA MORENO**
FERNANDO MARTÍNEZ SÁNCHEZ

Fecha de Elaboración Diciembre 2023



FORMATO DE LA GUÍA DE ESTUDIO

Área:	Nombre de la Unidad de Aprendizaje:	Nivel/semestre:
TECNOLÓGICA	PLAN DE NEGOCIOS	SEXTO SEMESTRE

Instrucciones generales de la guía:

Lee cuidadosamente la guía y estudia su contenido para poder realizar el Examen a Título de Suficiencia.

- La guía (entrega del Plan de Negocios) tiene valor de 35 puntos sobre 100 para la calificación final y es requisito para presentar el ETS.
- La guía "Plan de Negocios" debe entregarlo a más tardar un día antes a la aplicación del ETS a través del siguiente código de Classroom: [26kxjko](#)
- El procedimiento para la revisión del ETS es de acuerdo al reglamento del I.P.N.
- La fecha y horario para la revisión del examen será durante el cuarto día después de la aplicación del ETS. De acuerdo al reglamento y en presencia del Jefe(a) del área Tecnológica.

Presentación:

La Unidad de Aprendizaje de Plan de Negocios corresponde al área de formación profesional, se imparte en el sexto semestre de la carrera técnica de Administración; proporciona los elementos necesarios para el desarrollo de competencias en la investigación sobre los diferentes factores que afectan la existencia y posibilidades de éxito de un negocio, para lo cual las competencias profesionales que desarrolle le permitirán desarrollar un proyecto de inversión a través de la metodología de investigación y un plan de negocios para la creación o expansión de una empresa.

Objetivos

1. Explicar la metodología de la investigación mediante la comprensión de sus fases con la finalidad de elaborar un plan de negocios.
2. Aplicar las técnicas de la investigación de mercados para la creación o expansión de una empresa.
3. Estructurar las funciones del área de administración financiera para aplicarlas en el desarrollo de la creación o expansión de una empresa.
4. Presentar un plan de negocios para la valorización de su viabilidad y factibilidad.



Justificación

Plan de negocios sirve de apoyo a todas las unidades de aprendizaje del área de formación profesional, proporciona al alumno y/o alumna herramientas conceptuales y técnicas que le permiten la preparación teórico-práctica adecuada para su formación académica. Además, sirve de base para continuar estudios de nivel superior y de forma indirecta desarrolla competencias profesionales para que el estudiante pueda insertarse de manera pertinente en el ámbito laboral.



Estructura y contenidos

UNIDAD I MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

1. Diagrama general de la Metodología de investigación
2. Fase 1 Problema de Investigación
 - Definición del problema
 - Fases del desarrollo del problema
 - Condiciones de un problema
3. Fase 2 Objetivos de la investigación
 - Definición de los objetivos de investigación
 - Ejemplos
 - ¿Qué necesito para formular los objetivos?
4. Fase 3 Tipos de Investigación
 - Investigación exploratoria
 - Investigación descriptiva
 - Investigación correlacional
 - Investigación explicativa
 - ¿De qué depende el tipo de investigación?
 - Enfoques de la investigación
5. Fase 4 Hipótesis
 - Definición
 - Características
 - Variable
6. Fase 5 Fuentes de Datos
 - Datos primarios y secundarios
 - Técnicas de investigación
 - Técnicas de investigación documental
 - Instrumentos para la investigación documental
 - Técnicas de investigación de campo
 - Instrumentos para la investigación de campo
7. Fase 6 Diseño de la investigación
 - Definición
 - Conceptos: Técnica, Tecnología, Método y Metodología
 - Métodos de investigación
 - Clasificación general: lógicos y empíricos
 - Método inductivo



- Método deductivo
- Método analítico
- Método sintético
- Método sistémico
- Método de modelación

8. Fase 7 Selección de la muestra

- Concepto
- Inferencia estadística
- Definición de la muestra
- Conceptos asociados: Población y Universo
- Muestreo: probabilístico y no probabilístico
- Tamaño de la muestra
- Ventajas

9. Fase 8 Recolección de los datos

- Métodos
- Aplicación del método idóneo
- Cuestionario
- Ejemplo de cuestionario

10. Fase 9 Análisis de datos

- Técnicas para el análisis de datos
- Tipos de análisis de datos
- Ventajas

11. Fase 10 Confiabilidad y validez

- Factores que pueden afectar la confiabilidad y validez

UNIDAD II INVESTIGACIÓN DE MERCADO

1. Investigación de Mercados

- ¿Qué es la investigación de mercados?
- Variables de la mercadotecnia controlables y no controlables
- Grupos de clientes
- Funciones de los gerentes de mercadotecnia
- Investigación para la identificación del problema
- Investigación para la solución del problema

2. Importancia de la IM

- Ayuda en la toma de decisiones
- ¿Por qué la investigación de mercados es crítica en una PYME?



- ¿Qué debemos preguntarnos?
- 3. Investigación vs Decisión
 - Relacionando preguntas de investigación con las decisiones de negocio en la PYME
 - Relación entre decisiones y objetivos de investigación
 - Relación entre el ciclo vital de un producto y su investigación
- 4. Barreras en el uso de la IM
- 5. Formulación de encuesta
 - ¿Cómo formular una encuesta?
 - Pasos para formular una encuesta
- 6. Ejemplo cuestionario
- 7. Redacción de preguntas
 - Cuerpo del cuestionario
 - Aspectos clave
- 8. Información AMAI

UNIDAD III ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

1. Administración financiera
 - Origen
 - Importancia
 - Objetivos
 - Funciones
2. Tipos de financiamiento
 - FFF
 - Fondos gubernamentales
 - Capital semilla
 - Inversionistas Ángeles
 - Capital de riesgo (Venture Capital)
 - Private Equity
 - Financiamiento bancario

UNIDAD IV PLAN DE NEGOCIOS

- 1 Estructura del Plan de Negocios
- 2 Nociones preliminares
- 3 Perfiles y riesgos
- 4 Modelo CANVAS



ESTRUCTURA (GUION) DEL PLAN DE NEGOCIOS

Carta de presentación. - Es el documento formal con el que el administrador presenta el Plan de Negocios (debe ser concisa y directa en cuanto a su finalidad)

Portada del Plan de Negocios. - Indica los siguientes puntos en letra mayúscula y minúscula:

- Título ("Plan de Negocios de....")
- Nombre de la empresa
- Logotipo
- Eslogan
- Denominación del producto
- Nombre del responsable (Director(a)/Gerente General)
- Lugar y fecha

Índice. - Muestra el contenido total del informe (incluir número de hoja).

Resumen Ejecutivo. - dirigido a los inversionistas y describe la problemática, justificación del negocio e impacto social (indicar las características generales de la empresa, el producto y el monto requerido).

Capítulo I.- Descripción del negocio

- Información general de la empresa
 - Misión
 - Visión
 - Valores
 - Objetivos (general y específicos)
 - Razón social
 - Logotipo
 - Ubicación
- Organigrama estructural
- Análisis FODA

Capítulo II.- Análisis de mercado

- Mercado
- Segmento y cliente objetivo (target)
- Reporte de investigación de mercado
- Proveedores
- Competencia (directa y/o indirecta)

Capítulo III.- Plan de producción

- Descripción del producto (marca, envase, empaque, embalaje)



- Costos de producción (materia prima, insumos y abastecimientos) y precio del producto
- Punto de equilibrio
- Diagrama de flujo del proceso de producción
- Distribución de espacios físicos (*lay out*)
- Canal de distribución y logística

Capítulo IV.- Presupuesto de ventas y presupuesto de producción

- Presupuesto de ventas
- Presupuesto de producción

Capítulo V.- Plan de marketing

- Publicidad (video)
- Promoción

Capítulo VI. - Análisis financiero

- Balanza general
- Estado de Resultados
- Flujo de efectivo
- Razones financieras
- Método de control financiero
- Fuente de Financiamiento y monto solicitado

Conclusiones

Anexos

Referencias

- Bibliográficas
- Electrónicas

INDICACIONES

- El Plan de Negocio deberá de ser original (de nueva creación). De tal forma que deberá de elaborarse y entregarse de forma individual describiendo cada uno de los capítulos y rubros antes mencionados.
- La ubicación de la empresa será un municipio seleccionado exceptuando la Zona Metropolitana del Valle de México, aunque su mercado meta se ubique dentro de esta.



Evaluación

La presente guía con la elaboración y entrega del "Plan de Negocios" tiene un valor del 35% y el 65% restante estará basado en el resultado de su examen ETS .

- **Nota:** No olvidar que es requisito adjuntar (entregar) su Plan de Negocios para presentar ETS a través del siguiente código de Classroom: [26kxjko](#) a más tardar un día antes de presentar su examen.

Materiales para la elaboración de la guía

- **T.V.:** Apuntes compartidos en MS Teams o Classroom

Así como:

- Referencias documentales
- Referencias electrónicas

Actividades de estudio

Estudiar los temas contenidos en esta guía, repasar apuntes y reforzar conocimientos con la bibliografía básica que se proporciona.

Para ello se recomienda:

- Planificación del estudio: el subrayado, el resumen, la elaboración de esquemas, el repaso, la toma de apuntes o la realización de trabajos escolares.
- Previsualizar: él y la estudiante observa el tema a aprender, revisa los títulos principales puntos.
- Preguntar: se formula las preguntas a responder, una vez que ha estudiado el tema.
- Leer: se revisa material de referencia relacionado con el tema y se selecciona la información que mejor se relaciona con las preguntas.
- Resumir: él y la estudiante resume el tema, utiliza su propia metodología para resumir la información en el proceso: toma notas, elabora diagramas, o incluso grabaciones de voz.
 - o Cuadros sinópticos y mapas conceptuales: derivados de la investigación bibliográfica que se les está proporcionando, con base a los temas del programa.
- Evaluación: él y la estudiante responde las preguntas creadas en la etapa de cuestionamiento, con el mayor detalle posible; evita agregar preguntas que puedan distraerle o le lleven a cambiar de tema.

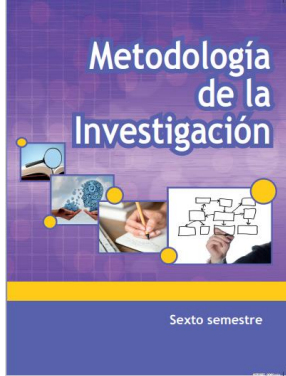


Información Adicional



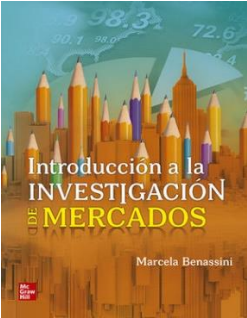
- La presente guía aplicara para los alumnos del turno vespertino.
- El alumno es responsable de prepararse apoyándose con la presente guía, los apuntes en clase y con la bibliografía básica presentada, para que desarrolle las unidades que nos marca el programa.
- El ETS abarca las cuatro unidades que nos marca el programa.



Bibliografía básica y de apoyo (complementaria):

REFERENCIAS DOCUMENTALES	REFERENCIAS ELECTRÓNICAS
<p>Hernández Sampieri, Roberto (2018). Metodología de la Investigación las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Editorial Mc. Graw Hill</p> 	<p>Telebachillerato Comunitario (2016). Metodología de la Investigación. SEP. Metodologia-de-la-investigacion.pdf (sep.gob.mx)</p> 
<p>Baena Paz, Guillermina (2017). Metodología de la Investigación serie integral por competencias. Editorial Patria</p> 	



<p>Galindo Cota, Ramsés A. (reimp. 2019). Mercadotecnia. Editorial Trillas.</p> 	<p>Bitbrain (2018). Retos y desafíos de la investigación de mercados. Bitbrain Technologies. Retos y desafíos de la investigación de mercados Bitbrain</p> 
<p>Benassini, Marcela (2020). Introducción A la Investigación de Mercados. Editorial Mc. Graw Hill</p> 	
<p>Stutely, Richard (reimp. 2019). Cap. 7 “Acerca de estos números”, Cap. 8 “Obtener la utilidad bruta”, Cap. 9 “Fundar el negocio” y Cap. 11 “Manejar riesgos” en Cómo elaborar un Plan de Negocios una estrategia para la planeación inteligente de ejecutivos y hombres de negocios (primera edición, pp. 43-56 y 267-296). Editorial Trillas.</p>	<p>Rendón, Diego (2021). Ventajas y desventajas de las fuentes de financiamiento. Cayso Asesores. Ventajas y desventajas de las fuentes de financiamiento en México (cayso.com.mx)</p>



	Jiménez, Emilio (2019). Fuentes de financiación empresarial, tipología y orígenes. EALDE Business School. (1) Fuentes de financiación empresarial, tipología y orígenes - YouTube
	Balanko Dickson, Greg (2008). Cómo preparar un Plan de Negocios Exitoso. Editorial. Mc. Graw Hill. UPDECE, Unidad Politécnica para el Desarrollo y la Competitividad Empresarial (2006). Guía para Elaborar un Plan de Negocios. IPN. r97448.PDF (tecnm.mx)
Stutely, Richard (reimp. 2019). Cap. 2 “Una presentación ganadora” y Cap. 12 “Obtener la aprobación” en Cómo elaborar un Plan de Negocios una estrategia para la planeación inteligente de ejecutivos y hombres de negocios (primera edición, pp. 43-56 y 267-296). Editorial Trillas.	ITEMS, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (2020/2021). Metodología para generar un Plan de Negocios. ITESM. 1 Metodología PARA UN PLAN DE Negocios Itesm - Metodología para generar un Plan de Negocios - Studocu