

1.- DATOS DE LA ASIGNATURA

| | |
|-------------------------------|------------------------------|
| Nombre de la asignatura: | El Plan de Negocios |
| Carrera: | Ingeniería en Administración |
| Clave de la asignatura: | ADV-1029 |
| (Créditos) SATCA ¹ | 0 - 5- 5 |

2.- PRESENTACIÓN

Caracterización de la asignatura.

La presente asignatura aporta al Perfil del Ingeniero en Administración, la capacidad para dar apertura a un negocio mediante el uso de herramientas técnicas, financieras y administrativas, así como el aprovechamiento adecuado de los marcos legal, administrativo y fiscal requeridos para proceder a su creación.

La presente asignatura es integradora, es aquí donde se pondrán en práctica los conocimientos, habilidades y experiencias adquiridas durante el curso de la carrera, demostrando su capacidad para crear y desarrollar proyectos empresariales que vayan acordes con las necesidades del entorno sin descuidar su sustentabilidad.

Intención didáctica.

El temario de la asignatura está estructurado de acuerdo a los requisitos que debe cubrir todo proyecto empresarial para su elaboración y los resultados obtenidos de cada uno de sus estudios, serán la base para estructurar el informe ejecutivo en donde se expresará brevemente su grado de viabilidad.

Unidad 1

Iniciar la creación de un Proyecto empresarial donde se aplique su aspecto Mercadológico como es: La Investigación de mercado, estudios FODA, análisis del ciclo de vida del producto, la determinación de las características del producto y/o servicio; los medios promocionales, el precio, los canales de distribución entre otros apropiados para el futuro negocio.

Unidad 2

Demostrar su nivel de conocimientos técnico ambientales con respecto a su proyecto empresarial, mediante la realización de los estudios necesarios para la localización de su negocio; diseñar diagramas del procesos productivo que requiera usar, la distribución de la planta, cuidando de respetar la normatividad que se debe seguir para preservar los mínimos niveles de impacto ambiental de acuerdo al tipo de proceso productivo que pretenda llevar el producto y/o el servicio que desee aplicar.

¹ Sistema de asignación y transferencia de créditos académicos

Posteriormente, el alumno presentará de manera particular en el estudio técnico, el punto de equilibrio de cada producto y/o servicio que ofertará, así como el punto de equilibrio general, destacando los gastos directos e indirectos de fabricación, el margen de contribución, el grado de apalancamiento operativo y el impacto socioeconómico esperado para la creación del negocio.

Unidad 3

Gestionar de forma administrativa, legal y fiscal la constitución y operación de su proyecto empresarial. De manera particular, el alumno estructurará la organización interna de su negocio, principalmente en la descripción de puestos que requerirá para establecer su tabulador inicial de sueldos y salarios.

Además, diseñará la estructura legal que se pretende aplicar en el negocio de acuerdo al interés particular de los alumnos responsables del proyecto, apegándose al marco legal que deberán cubrir para el buen ejercicio de sus actividades empresariales. Así mismo, que los educandos se apeguen claramente a los requisitos fiscales que deberán cubrir con la constitución y operación de su negocio.

Otro punto importante, que se verá en esta unidad será la relación de las dependencias federales, estatales y municipales; organismos paraestatales, cámaras y organizaciones civiles en las que se registrará para dar de alta a su empresa. Un último, se cuidará lo relacionado con los trámites que seguirán los interesados en lo relativo al registro de marcas y patentes.

Unidad 4

Desarrollar la evaluación económica y financiera para detectar la viabilidad del negocio, mediante tabla de inversiones, análisis costo-beneficio y análisis e interpretación de indicadores financieros.

Unidad 5

Estructurar y presentar un informe ejecutivo de su proyecto empresarial que le servirá de base para definir la oportunidad o no de apoyos crediticios ofertados por dependencias oficiales y organismos financieros privados de la localidad.

La lista de actividades de aprendizaje va acorde con lo planteado en cada uno de los estudios que constituyen el plan de negocios, sobretodo que el aprendizaje será lo más significativo al hacer realidad un proyecto de inversión que se buscará no solo crear sino mantenerlo activo a través del apoyo de las incubadoras de negocios.

Es aquí donde se observa prácticamente que serán actividades extra clase por ser acciones que deberán ser cubiertas fuera del salón de clases salvo en los casos donde se observen avances, se pida la concentración de resultados, la aclaración de dudas por parte del docente o asesores de los centros de incubación de negocios.

En el transcurso de las actividades programadas es muy importante que el estudiante aprenda a valorar las actividades que lleva a cabo y entienda que está construyendo su hacer futuro y en consecuencia actúe de una manera profesional; de igual manera, aprecie la importancia del conocimiento y los hábitos de trabajo; desarrolle la precisión, la curiosidad, la puntualidad, el entusiasmo, el interés, la tenacidad, la flexibilidad y la

autonomía. Es necesario que el profesor ponga atención y cuidado en estos aspectos.

3.- COMPETENCIAS A DESARROLLAR

| Competencias específicas: | Competencias genéricas: |
|--|---|
| <p>Identificar por medio de planes de negocios las ideas rentables y viables.</p> <p>Analizar con las distintas acciones técnico-administrativas, financieras, legales y fiscales, la necesidad de contar con un plan de negocios que se apegue a la realidad del entorno y así poder sustentar la apertura de un proyecto industrial rentable.</p> <p>Tomar decisiones, con base en los elementos teóricos adquiridos, a las habilidades y experiencias obtenidas en el ejercicio académico.</p> <p>Aplicar sus conocimientos en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación</p> <p>Desarrollar una disciplina de estudio y una actitud favorable hacia la adquisición de nuevos conocimientos.</p> <p>Investigar y analizar información procedente de fuentes diversas.</p> <p>Desarrollar su capacidad de análisis y síntesis</p> <p>Desarrollar la capacidad para la toma de decisiones en las estrategias mercadológicas con responsabilidad social</p> | <p>Competencias instrumentales</p> <ul style="list-style-type: none">• Capacidad de análisis y síntesis• Capacidad de organizar y planificar• Conocimientos básicos de la carrera• Comunicación oral y escrita• Habilidades básicas de manejo de la computadora• Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas• Solución de problemas• Toma de decisiones. <p>Competencias interpersonales</p> <ul style="list-style-type: none">• Capacidad crítica y autocrítica• Trabajo en equipo• Habilidades interpersonales• Capacidad de comunicarse con profesionales de otras áreas• Capacidad de trabajar en equipo multidisciplinario• Apreciación de la diversidad multicultural• Compromiso ético <p>Competencias sistémicas</p> <ul style="list-style-type: none">• Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica• Habilidades de investigación• Capacidad de aprender• Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad)• Capacidad para diseñar y gestionar proyectos• Habilidad para trabajar en forma autónoma• Búsqueda del logro• Capacidad para diseñar y gestionar proyectos• Iniciativa y espíritu emprendedor |

| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Preocupación por la calidad |
|--|---|

4.- HISTORIA DEL PROGRAMA

| Lugar y fecha de elaboración o revisión | Participantes | Observaciones (cambios y justificación) |
|---|--|---|
| | | |
| Instituto Tecnológico de Lerma, 04 de Diciembre de 2009. | Instituto Tecnológico de Colima, Instituto Tecnológico de Lerma, Instituto Tecnológico de Nuevo Laredo y Instituto Tecnológico Superior de Progreso, Instituto Tecnológico de Ensenada. | Revisión del programa y adecuación de prácticas. |
| Instituto Tecnológico Superior de San Luis Potosí, del 17 al 21 de Mayo de 2010 | Instituto Tecnológico Superior Progreso, Instituto Tecnológico de Lazaro Cardenas, Instituto Tecnológico de Lerma, Instituto Tecnológico de Ensenada. Instituto tecnológico de Nuevo Laredo. | Reunión de consolidación de las carreras en Ingeniería en Administración y Contador Público del SNEST |

5.- OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DEL CURSO (COMPETENCIA ESPECÍFICA A DESARROLLAR)

Gestionar un negocio para operarlo a través de un plan sólido y bien estructurado, utilizando los medios existentes para su evaluación, aprobación y sustentación ante comités competentes.

6.- COMPETENCIAS PREVIAS

- Conocimientos previos sobre oportunidades de inversión en el entorno.
- Dominar la estadística diferencial en la validación de las herramientas para la gestión del negocio.
- Conocimientos en la simulación de negocios para la toma de decisiones efectiva
- Saber modelos matemáticos para la toma de decisiones.
- Comprender las herramientas de mercadotecnia para la gestión
- Relacionar los diagramas y procesos de producción

- Relacionar el proceso productivo y punto de equilibrio
- Comprender la gestión de recursos a través de las Tecnologías de Información y Comunicación
- Conocer la normatividad relativa a la preservación del medio ambiente
- Relacionar el impacto y efectos sociales provocados por la gestión de proyectos
- Conocimientos de los diversos procedimientos y protocolos para gestionar aspectos legales, fiscales y ambientales ante su entorno.
- Conocer las fuentes de financiamiento viables para la gestión del negocio.
- Dominar las diversas herramientas económicas existentes para situarse ante los distintos escenarios globales.
- Dominar estados financieros proforma, resaltando el flujo de efectivo.
- Conocer la rentabilidad esperada

7.- TEMARIO

| Unidad | Temas | Subtemas |
|--------|---|---|
| 1 | Generalidades de la organización y el análisis cuantitativo del mercado | 1.1. Identificar el concepto de negocio. 1.2. Aplicación de FODA 1.3. Localización del mercado 1.4. Características tamaño del mercado 1.5. Identificación de la competencia 1.6. Diferenciación entre el negocio y la competencia 1.7. Investigación Cuantitativa de Mercado 1.8. La estrategia de mercadotecnia 1.8.1. Ciclo de vida de su producto 1.8.2. Promoción del producto/servicio 1.8.3. Canales de distribución considerados 1.8.4. Definición de las políticas de ventas. 1.8.5. Capacitación del personal de ventas 1.8.6. Pre establecimiento del precio del producto/ servicio |
| 2 | Estudio Técnico-Ambiental | 2.1 Localización del negocio 2.2 Disponibilidad de materias primas 2.3 Definición de la tecnología a aplicar 2.4 Distribución de la planta 2.5 Diagrama de proceso por producto o servicio. 2.6 La normatividad aplicable al impacto ambiental 2.7 Determinación de los gastos indirectos de fabricación 2.8 Punto de equilibrio 2.9 Margen de contribución por producto/servicio 2.10 Grado de apalancamiento operativo 2.11 Impacto socioeconómico del negocio. |
| 3 | Gestión administrativa, legal y fiscal. | 3.1 Diseño organizacional del negocio 3.2 Descripción de las funciones específicas de |

| | | |
|---|-----------------------------------|---|
| | | <p>cada área básica</p> <p>3.3 Identificación de los empleos directos e indirectos a crearse.</p> <p>3.4 Definición de la estructura legal de la Empresa.</p> <p>3.5 Régimen fiscal al que pertenecerá el Negocio.</p> <p>3.6 Dependencias u organismos competentes para registrar la apertura de una empresa</p> <p>3.7 Registro de marcas y patentes.</p> |
| 4 | Evaluación económica y financiera | <p>4.1 Tabla de inversiones</p> <p>4.2 Análisis costo-beneficio</p> <p>4.3 Análisis e interpretación de indicadores de evaluación financiera</p> |
| 5 | Resumen ejecutivo | <p>5.1 Estructura de un plan de negocios</p> <p>5.2. Presentación del Informe Ejecutivo</p> |

8.- SUGERENCIAS DIDÁCTICAS (desarrollo de competencias genéricas)

El profesor debe:

Reforzar la integración y continuidad de los equipos de trabajo; propiciar la realización de investigaciones de campo. Fomentar el uso de las tecnologías de información y comunicación.

- Hacer que el educando se relacione con la realidad al verificar los datos que previamente haya estructurado para su proyecto, con los indicadores. mediante casos prácticos relacionados con el uso de indicadores socioeconómicos, laborales, poblacionales, sectoriales, macroeconómicos, financieros y de evaluación económica, entre otros, que serán necesarios considerar en las primeras cuatro unidades de la materia.
- Propiciar la comunicación entre el alumno y cada una de las instancias oficiales, organismos privados e instituciones involucradas en el registro oficial de su empresa a través de la identificación de los trámites a seguir ante las Secretarías de Trabajo y Previsión Social, Hacienda, Economía; Organismos Descentralizados como Seguro Social, INFONAVIT, Comisión Federal de Electricidad, cámaras correspondientes, etc., que se revisarán en la unidad tres principalmente.
- Propiciar que los integrantes de los proyectos empresariales intercambien conocimientos y experiencias obtenidas durante el proceso de gestión a través de reuniones entre los distintos equipos de trabajo para tratar diversas experiencias sobre temas de carácter legal, técnico, de comunicación cuando se terminen de ver cada una de las etapas del plan de negocios, excepto la cinco.
- Relacionar los contenidos de esta asignatura con los obtenidos en las demás del plan de estudios, reforzando la importancia de tener una visión y práctica interdisciplinaria para alcanzar las metas académicas, profesionales y empresariales, involucrando

especialistas de la materia en cada una de las unidades que constituyen la presente asignatura, a efecto de consolidar de manera real, el proyecto empresarial.

- Motivar el desarrollo de capacidades intelectuales relacionadas con la escritura, la expresión oral y la lectura de documentos técnicos. redactando cada uno de los estudios que constituyen el plan de negocios y exponer ante terceros los resultados obtenidos de las investigaciones y gestiones realizadas para la puesta en marcha y operación de su negocio.
- Propiciar la relación continua con empresarios y gente de éxito, a efecto de favorecer la formación de las competencias necesarias para la gestión empresarial del educando participando en conferencias, simposium, exposiciones empresariales, de calidad, o a través de cualquier medio electrónico que facilite la interrelación empresario-emprendedor, emprendedor- educando.
- Orientar al alumno en la preservación del medio ambiente, al ver que cumpla con la normatividad vigente relativa al impacto ambiental, al momento de hacer realidad lo señalado en la unidad dos de la asignatura en cuestión.
- Propiciar el uso de las nuevas tecnologías en el desarrollo de la asignatura (procesador de texto, hoja de cálculo, base de datos, graficador, Internet, etc.).

9.- SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN

La evaluación debe ser continua y cotidiana por lo que se debe considerar el desempeño en cada una de las actividades de aprendizaje, haciendo especial énfasis en:

- Reportes escritos de los resultados u observaciones y avances obtenidos durante las actividades realizadas en cada unidad académica, así como de las conclusiones obtenidas de dichas observaciones.
- Información recabada durante las consultas e investigaciones solicitadas, plasmadas en documentos escritos.
- Descripción de otras experiencias concretas que se obtendrán al participar en eventos, conferencias, paneles de discusión o cualquier otro medio didáctico-profesional que trate sobre la materia y que deberán realizarse durante el curso académico.
- Presentación del informe ejecutivo junto con el contenido a detalle del plan de negocios, debidamente estructurados.

10.- UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad 1: Generalidades de la organización y el análisis cuantitativo del Mercado

| Competencia específica a desarrollar | Actividades de Aprendizaje |
|--|--|
| Crear un Proyecto empresarial en su aspecto mercadológico. | <ul style="list-style-type: none"> • Discutir sobre la importancia de la gestión de proyectos a través de planes de negocios bien estructurados ante instancias pertinentes. • Investigar las necesidades <i>reales</i> de la región, así como las áreas de oportunidad para entrar en el mercado. • Describir el modelo de negocios a utilizar. • Investigar los requisitos necesarios a nivel estatal y municipal para registrar la empresa. |

| | |
|--|---|
| | <p>Discutir los resultados</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluar eficientemente la situación interna y externa de la empresa, con base en el análisis de la competencia y del comportamiento del mercado. • Investigar el consumo aparente del producto o servicio. • Realizar una investigación de mercado sustentada en estadística diferencial, que permita la toma de decisiones cuantitativa. • Invitar a emprendedores de la región con iniciativa y filosofía de propuesta. • Realizar un mapeo de MiPyMes en la localidad |
|--|---|

Unidad 2: Estudio Técnico-Ambiental

| Competencia específica a desarrollar | Actividades de Aprendizaje |
|--|--|
| Realizar el estudio técnico-ambiental y aplicar la normatividad correspondiente al impacto ambiental del proyecto empresarial. | <ul style="list-style-type: none"> • Investigar las características idóneas para la localización y distribución de la planta. • Discutir y formalizar grupalmente lo investigado. • Investigar la normatividad aplicable al impacto ambiental. Discutir lo investigado • Elaborar y analizar el cálculo de gastos, punto de equilibrio, margen de contribución por producto y/o servicio. • Determinar el impacto socioeconómico del proyecto empresarial |

Unidad 3: Gestión administrativa, legal y fiscal

| Competencia específica a desarrollar | Actividades de Aprendizaje |
|---|--|
| Implementar los aspectos administrativos, legales y fiscales para la constitución y operación de su proyecto empresarial. | <ul style="list-style-type: none"> • Crear y diseñar el organigrama de la empresa • Realizar una descripción de puestos basado en perfiles competitivos. • Elaborar los manuales organizacionales • Investigar los aspectos fiscales para realizar una estrategia adecuada. • Analizar y seleccionar el tipo de organización más conveniente, a partir de la Ley General de Sociedades Mercantiles. • Investigar los requisitos necesarios a nivel estatal y municipal para registrar la empresa • Investigar los pasos para realizar el registro de marcas y patentes. Comentar y discutir los resultados. |

Unidad 4: Evaluación Económica y Financiera.

| Competencia específica a desarrollar | Actividades de Aprendizaje |
|---|---|
| Evaluar la situación económica y financiera para sustentar la viabilidad del negocio. | <ul style="list-style-type: none"> • Calcular la inversión inicial y construir los horizontes de planeación • Estructurar la tabla de inversiones a partir de una idea bien establecida • Construir estados financieros proforma que permitan estimar los flujos de caja esperados • Calcular el Valor Actual Neto • Calcular la Tasa Interna de Retorno • Analizar e interpretar los indicadores. Discutir en grupo los resultados |

Unidad 5: Resumen Ejecutivo

| Competencia específica a desarrollar | Actividades de Aprendizaje |
|--|--|
| Estructurar, presentar y defender los aspectos clave del plan de negocios a través de la construcción de un resumen ejecutivo. | <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un plan de negocios para su presentación ejecutiva a inversionistas y/o fuentes de financiamiento pertinentes |

11.- FUENTES DE INFORMACIÓN

1. Balanko, Greg. Cómo Preparar un Plan de Negocios Exitoso 2007 (1ª Edición) Editorial: Mc Graw-Hill Interamericana. México
2. Banco Nacional de Comercio Exterior. Plan de Negocios para Proyectos de Exportación (Planex), Textos y Ejercicios 2003 (1ª Edición) Editorial: Banco Nacional de Comercio Exterior. México
3. Castañeda, Luis. Cómo destruir una Empresa en 12 meses... o antes, Errores y Omisiones de la Dirección 2001 (3ª Edición) Editorial: Panorama Editorial. México
4. Duron García, Carlos. El Plan de Negocios para la Industria Restaurantera 2006 (1ª Edición) Editorial: Trillas. México
5. Finch, Brian. Cómo Desarrollar un Plan de Negocios 2002 (1ª Edición) Editorial: GEDISA. España
6. Hingston, Peter. Inicie su Negocio (Guías de Negocios) 2002 (1ª Edición) Editorial: Prentice Hall. México
7. Morales Troncoso, Carlos. Manual de Exportación, Elabore Usted Mismo su Plan de Negocios 2007 (1ª Edición) Editorial: Tax Editores. México

8. Pedraza Redón, Óscar Hugo. Modelo de Plan de Negocios para la Micro y Pequeña Empresa 2002 (1ª Edición) Editorial: Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. México
9. Sainz de Vicuña Ancín, José María. El Plan de Marketing en la Práctica 2007 (11ª Edición) Editorial: ESIC Editorial. España
10. Ley de la Propiedad Industrial. México
11. Ley de Inversión Extranjera. México
12. Ley del Impuesto a los Depósitos en Efectivo. México
13. Ley del Impuesto al Valor Agregado. México
14. Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios. México
15. Ley del Impuesto Sobre la Renta. México
16. Ley del Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores. México
17. Ley del Seguro Social. México
18. Ley Federal de Protección del Consumidor. México
19. Ley Federal del Trabajo
20. Ley Federal para el Fomento de la Microindustria y la Actividad Artesanal. México
21. Ley General de Personas con Discapacidad. México
22. Ley General de Protección Civil. México
23. Ley General de Salud. México
24. Ley General de Sociedades Cooperativas. México
25. Ley General de Sociedades Mercantiles. México
26. Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito. México
27. Ley General del Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente. México
28. Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres. México
29. Ley General para la Prevención y Gestión Integral de los Residuos. México
30. Stutely, Richard. Plan de Negocios, La Estrategia Inteligente 2000 (1ª Edición) Editorial: Pearson Educación. México.
31. Varela, Rodrigo. Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresas 2000 (2ª Edición) Editorial: Pearson Educación. Colombia.

PAGINAS WEB

- <http://www.crecenegocios.com/estructura-del-plan-de-negocios/>
- http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/gonzalez_t_ps/capitulo3.pdf
- Guerrero, Manuel, "Plan de Negocios"
<http://www.gestiopolis.com/canales/emprendedora/articulos/28/eldepn.htm>
- Borrego Daniel, "Componentes básicos para elaborar un plan de negocios,
<http://www.herramientasparapymes.com/componentes-basicos-para-elaborar-un-plan-de-negocios>
- Instituto Politécnico Nacional, "Guía de Plan de Negocios"
<http://www.updce.ipn.mx/ae/guiasem/plandenegocios.pdf>

12.- PRÁCTICAS PROPUESTAS

1. Realizar un mapeo de las MiPyMes de la localidad, para obtener una visión preliminar generalizada del mercado.
2. Investigar los pasos necesarios para registrar la organización ante las autoridades correspondientes.

3. Invitar a empresarios de la localidad con espíritu emprendedor para compartir experiencias valiosas.
4. Construir estados financieros pro-forma y analizar su viabilidad, basándose en los flujos de caja estimados.
5. Investigar y analizar los tipos de sociedad mercantiles para decidir sobre la constitución más conveniente.
6. Participar en congresos, simposium, y eventos académicos.
7. Analizar los aspectos más importantes de la normatividad ambiental para sensibilizarse acerca de temas de importancia mundial.
8. Elaborar un cuadro comparativo de las distintas fuentes de financiamiento del plan de negocios, con el fin de realizar una matriz de oportunidades.
9. Elaboración, presentación y defensa del proyecto empresarial.