



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO  
DE MÉXICO CU ZUMPANGO**

**LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN**

**UNIDAD DE APRENDIZAJE: PROYECTOS  
DE INVERSIÓN**

# PLAN DE NEGOCIOS

M.A. LAURA ANGÉLICA DÉCARO SANTIAGO

Septiembre de 2015

# GUION

La unidad de aprendizaje “Proyectos de Inversión” se integra dentro del plan de estudios de la Licenciatura en Administración en el núcleo sustantivo, dicha asignatura es obligatoria bajo una total de 7 créditos.

Al finalizar la Unidad de Aprendizaje el alumno presentará como producto, el plan de negocios; documento que incluye la evaluación de mercado, técnico, administrativo y financiero del proyecto de inversión.

# ÍNDICE

TEMA	PÁGINA
Definición del plan de negocios	9
Puntos esenciales	10
Elementos iniciales	11
Estudio de mercado	12
Segmentación de mercado	13
La competencia y su participación en el mercado	14
Distribución	15
Publicidad	16
Precio	17
Producto	18
Estudio Técnico	19
Especificaciones del producto	20

# ÍNDICE

TEMA	PÁGINA
Descripción del proceso de producción	21
Características de la tecnología	22
Equipos e instalaciones	23
Ejemplo descripción de maquinaria	24
Proveedores y cotizaciones	25
Capacidad instalada	26
Ubicación de la empresa	27
Diseño y distribución	28
Ejemplo de distribución	29
Requerimiento de mano de obra	30

# ÍNDICE

TEMA	PÁGINA
Estudio Administrativo	31
Estructura organizacional	32
Organigrama	33
Ejemplo de organigrama	34
Desarrollo del personal	35
Marco legal de la organización	36
Constitución de la empresa	37
Estudio Financiero	38
Inversión Inicial	39
Fuentes de recursos	40
Proyección de flujos de efectivo	41



# INTRODUCCIÓN

En la actualidad las empresas de nueva creación necesitan tener una cultura de planeación, actividad que debe ser desarrollada de manera informada y bajo un metodología aceptable.

En función del anterior es evidente la necesidad de implementar la herramienta denominada "PLAN DE NEGOCIOS"; este tiene como esencia indicar como operará la empresa mediante previos estudios de mercado, producción, administración y análisis financiero.

Así bien, el plan de negocios permite identificar la viabilidad en la creación de una nueva empresa; guiará a la empresa para que logre sus metas; mantendrá a sus administradores enfocados en una dirección; y además, contendrá información concisa sobre cómo la empresa operará en un plazo a futuro.

# OBJETIVO

- Por lo tanto, el objetivo del presente documento es describir los principales elementos que conforman el plan de negocios, pasando por la información proporcionada por los estudios de mercado, técnico, administrativo y manejo de recursos financieros.

# EVALUACIÓN DEL PROYECTO

- Es la concretización de las ideas de un emprendedor, ya que marca las etapas de desarrollo de un proyecto de empresa; existe un línea muy débil entre el pensamiento y la acción; entre los sueños y las realidades; entre intenciones y hechos, el plan de negocios permite cruzar esa línea.

Es además la guía básica que nos ayuda a “aterrizar las ideas”. (Sánchez Cantú, 2007)



# ELEMENTOS ESENCIALES

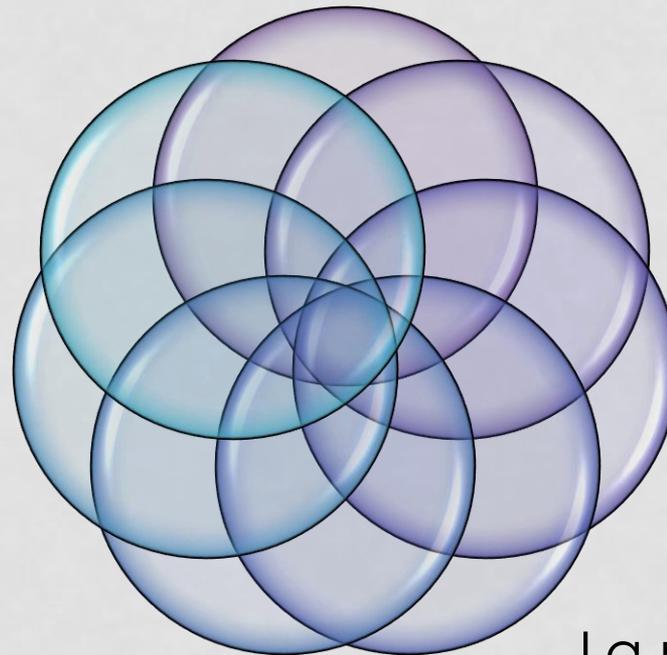
El producto o servicio.

La competencia.

La planeación estratégica y operativa.

El mercado.

El estado financiero del proyecto.



El sistema de administración (organización).

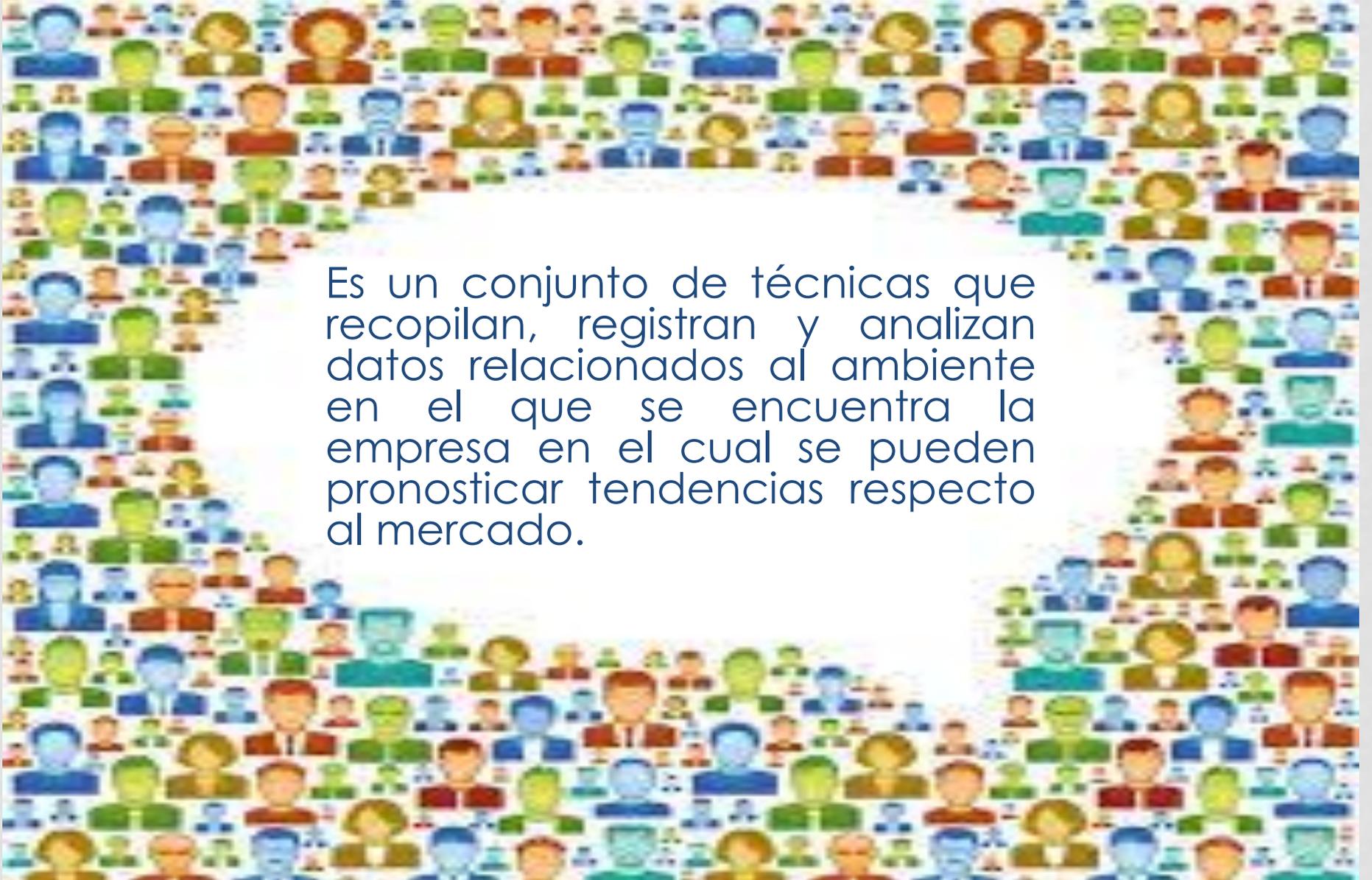
La producción del producto y/o prestación del servicio.

# ELEMENTOS INICIALES DEL PLAN NEGOCIOS

- La esencia del negocio: objetivos por el cual será creado, la misión que persigue y porque es justificable desarrollarlo.



# ESTUDIO DE MERCADO



Es un conjunto de técnicas que recopilan, registran y analizan datos relacionados al ambiente en el que se encuentra la empresa en el cual se pueden pronosticar tendencias respecto al mercado.

# SEGMENTACIÓN DEL MERCADO



La **segmentación** del mercado se debe establecer de manera objetiva y con fuentes de información confiables. Cuantos clientes posibles puede tener la empresa, donde están y quiénes son.

# LA COMPETENCIA Y SU PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO



Principales competidores

Área geográfica que cubren

Principales ventajas que les han permitido ganar mercado

# DISTRIBUCIÓN

Para elegir el canal de distribución se deben considerar aspectos como:

- Costo de distribución del producto
- Capacidad de la empresa para distribuir el producto
- Distancia entre el lugar de producción y el punto final de venta
- Control entre las políticas del precio, promoción y calidad del producto



# PUBLICIDAD

Es hacer llegar un mensaje al mercado meta debe crear un impacto directo con el cliente respecto al producto o servicio

Algunos medios que se pueden utilizar para ofrecer el producto son:

Periódicos

Radio

Volantes

Internet

Televisión

Revistas



# PRECIO

El precio del producto o servicio es una variable relacionada con la mezcla de mercadotecnia.  
*(García y Sánchez, 2010)*

Se deben tomar en cuenta:

Los Costos Variables y los Costos Fijos.

Los precios de los competidores.

La percepción de los clientes.



# PRODUCTO

Describir las características del producto y/o servicio además de las necesidades que cubrirá al momento de establecerse en el mercado, sin olvidar el valor agregado



Etiqueta

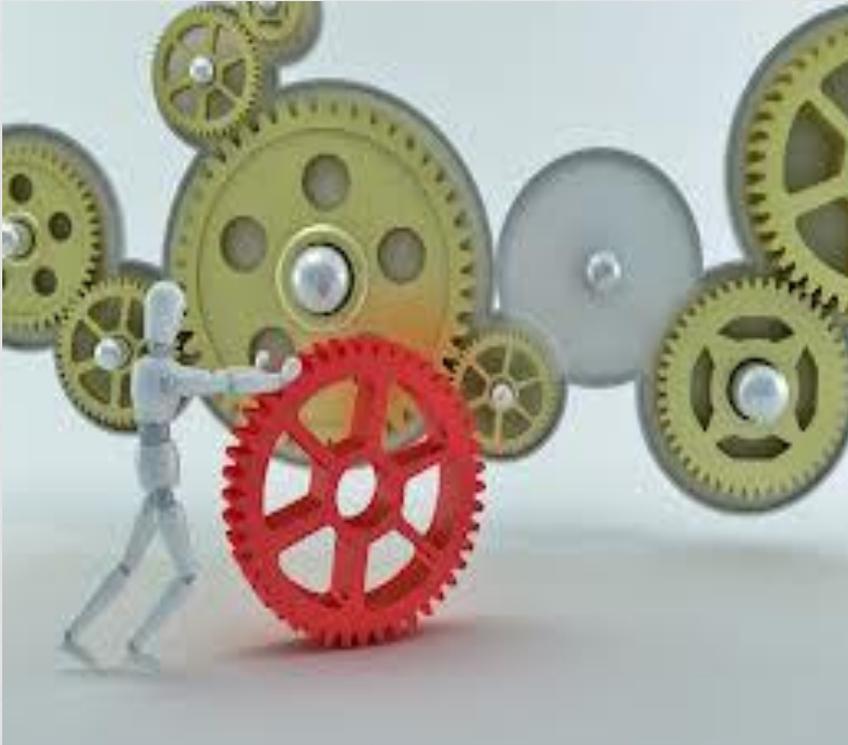
Empaque



Marca



# ESTUDIO TÉCNICO



Analiza elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionar.

# ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO



Facilidad de uso  
y confiabilidad

Materiales

Calidad

Dimensiones

Colores

# DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

Se describe el conjunto de actividades que se llevan a cabo para elaborar un producto o prestar un servicio. Se toma en cuenta la maquinaria, materia prima y el recurso humano necesario para la elaboración del producto o servicio.



# CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA



## **Tomar aspectos como:**

Facilidad para adquirir la tecnología.

Condiciones para hacer uso de ella.

Aspectos técnicos de la tecnología.

Aspectos técnicos al aplicar para el proceso de producción.

Protección de la maquinaria (si esta es original) de forma legal para prevenir copias del producto.

# EQUIPOS E INSTALACIONES

Para determinar el equipo y las instalaciones es necesario conocer el proceso productivo y realizar lo siguiente:

Establecer cualquier requerimiento especial de instalaciones

Establecer el espacio

Calcular la materia prima

Realizar una lista de todo el equipo requerido

Descomponer el proceso en actividades específicas

# EJEMPLO DE DESCRIPCIÓN DE MAQUINARIA

	Proveed or	Costo	Capacidad De producción	Característic as	Costo de mantenimiento y tiempo de vida	Consumo eléctrico	Depre ciación anual 20%
<b>Molino</b>	Molinos azteca	\$10000	6 horas	Industrial No.10	\$3000 anuales (15 años)	Trifásico(25 0kw)	\$2000
<b>Tina</b>	Molinos azteca	\$5000	12 bultos de maíz	Acero inoxidable	Desechable	No tiene	\$1000
<b>Maquina</b>	Carmelo estrada	\$60000	500kg de masa	Semirapida(d uples)	\$10000 anuales (15 años)	Trifásico(11 0kw)	\$1200 0
<b>Amasador a</b>	Molinos azteca	\$8000	100kg	Acero inoxidable(rá pida)	\$3000 anuales (10años)	Monofásico (110kw)	\$1600
<b>Mayas</b>	Ferreterí a Ávila	\$10000	500 tortillas	Acero inoxidable	2 años	No tiene	\$2000
<b>Caso</b>	Se manda hacer	\$3000	60 litros de aceite	Acero inoxidable	5 años	No tiene	\$600
<b>Quemado r</b>	Ferreterí a Ávila	\$1400	No tiene	Acero	5 años	No tiene	\$280

# PROVEEDORES Y COTIZACIONES



# CAPACIDAD INSTALADA

Es el nivel máximo de producción que puede llegar a tener una empresa en base a los recursos con los que cuenta, principalmente refiriéndose a maquinaria, equipo e instalaciones físicas.

Estará determinada de acuerdo al mercado potencial y planeación de ventas así como a la mano de obra y materia prima disponible.

Permitirá establecer tiempos de entrega al mercado y permitirá conocer las posibilidades de expansión o requerimientos de inversión a largo plazo.

# UBICACIÓN DE LA EMPRESA



Distancia al  
cliente



Distancia de  
los  
proveedores



Distancia de  
los  
trabajadores



Requerimientos  
legales



# DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN

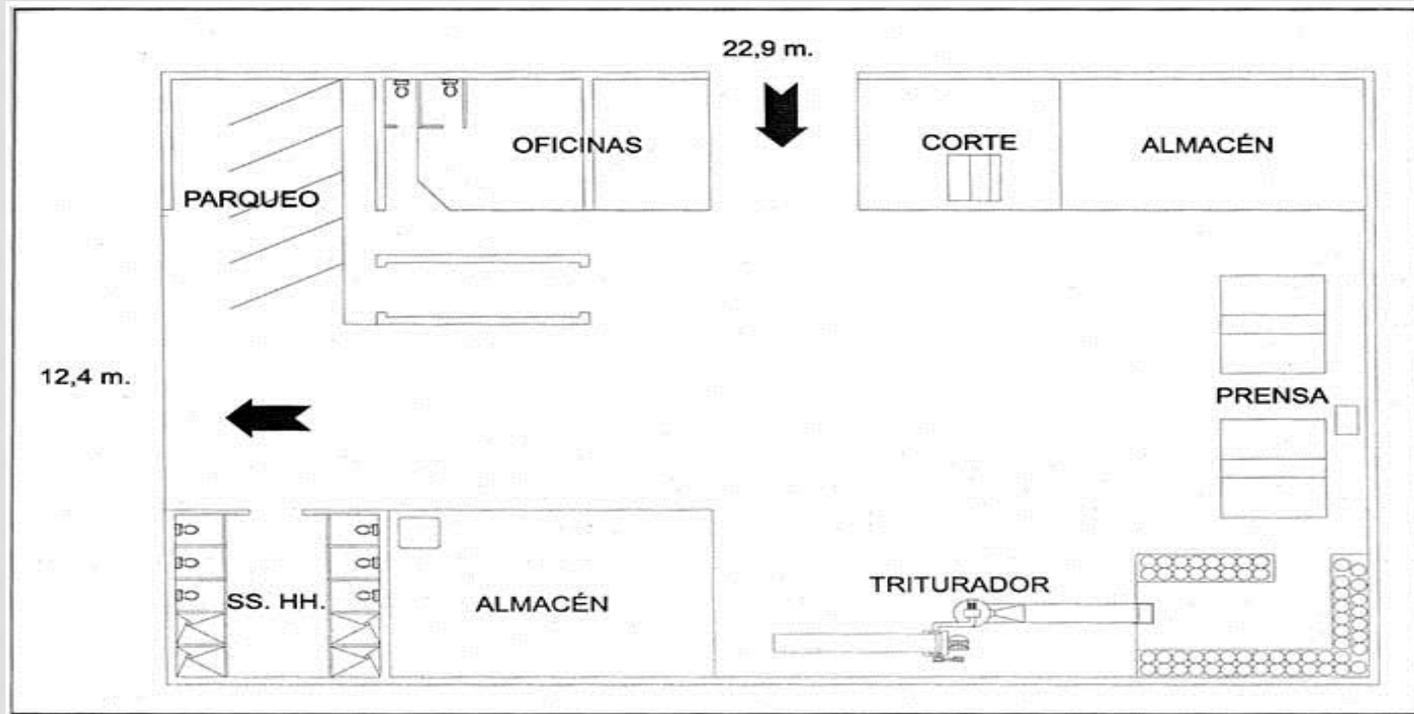
- Es la forma en que se distribuirán las máquinas, herramientas y los flujos de producción lo cual permitirá organizar el trabajo de manera eficiente.

Diagrama del Flujo  
del proceso

Distancia entre los  
puntos de  
operación



# EJEMPLO DE DISTRIBUCIÓN



# REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

Personas que forman parte del proceso productivo o prestan el servicio, quienes con su esfuerzo y trabajo transforman la materia prima en producto terminado.



Es importante establecer las características que debe poseer la persona para desempeñar su trabajo.

# ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Es la forma en que se asigna y dispone el trabajo del personal de la empresa, para alcanzar los objetivos propuestos por la misma.

Los objetivos en el área organizacional van de la mano con los de la empresa.

# ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Objetivos

- Alineados con los de la empresa



Describir  
el  
proceso  
operativo

- ¿Qué se hace?
- ¿Cómo se hace?
- ¿Con que se hace?
- ¿Dónde se hace?
- ¿En cuánto tiempo se hace?

# ORGANIGRAMA

## Descripción del Puesto

Agrupar funciones por similitud

Crear los puestos por actividades y cargas de trabajo



## Perfil del puestos

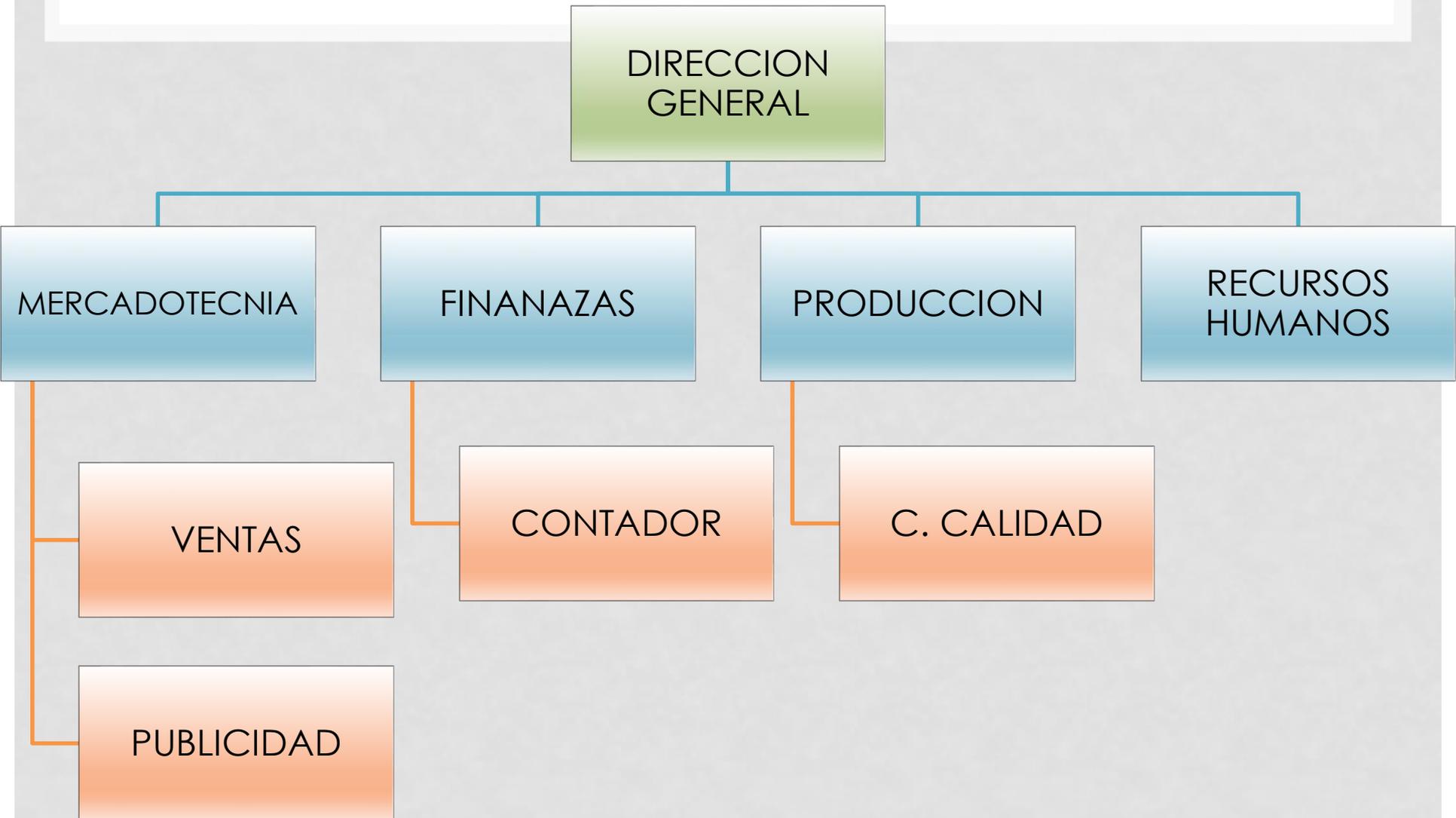
Características

Habilidades y Experiencia



## Organigrama

# EJEMPLO DE ORGANIGRAMA



# DESARROLLO DEL PERSONAL



# MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN

Número de socios y aportación.



Las responsabilidades que se tienen frente a terceros.

Los gastos que implican constituir una empresa.

Los trámites que se realizan para constituir la empresa legalmente.

Las obligaciones fiscales que se adquieren y se deben afrontar.

Las diferentes obligaciones laborales que se adquieren.

# CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

**CONSTITUCIÓN  
DE EMPRESAS**



**Persona física.**

**Régimen de  
incorporación  
fiscal**

**Persona  
moral.**

# ESTUDIO FINANCIERO

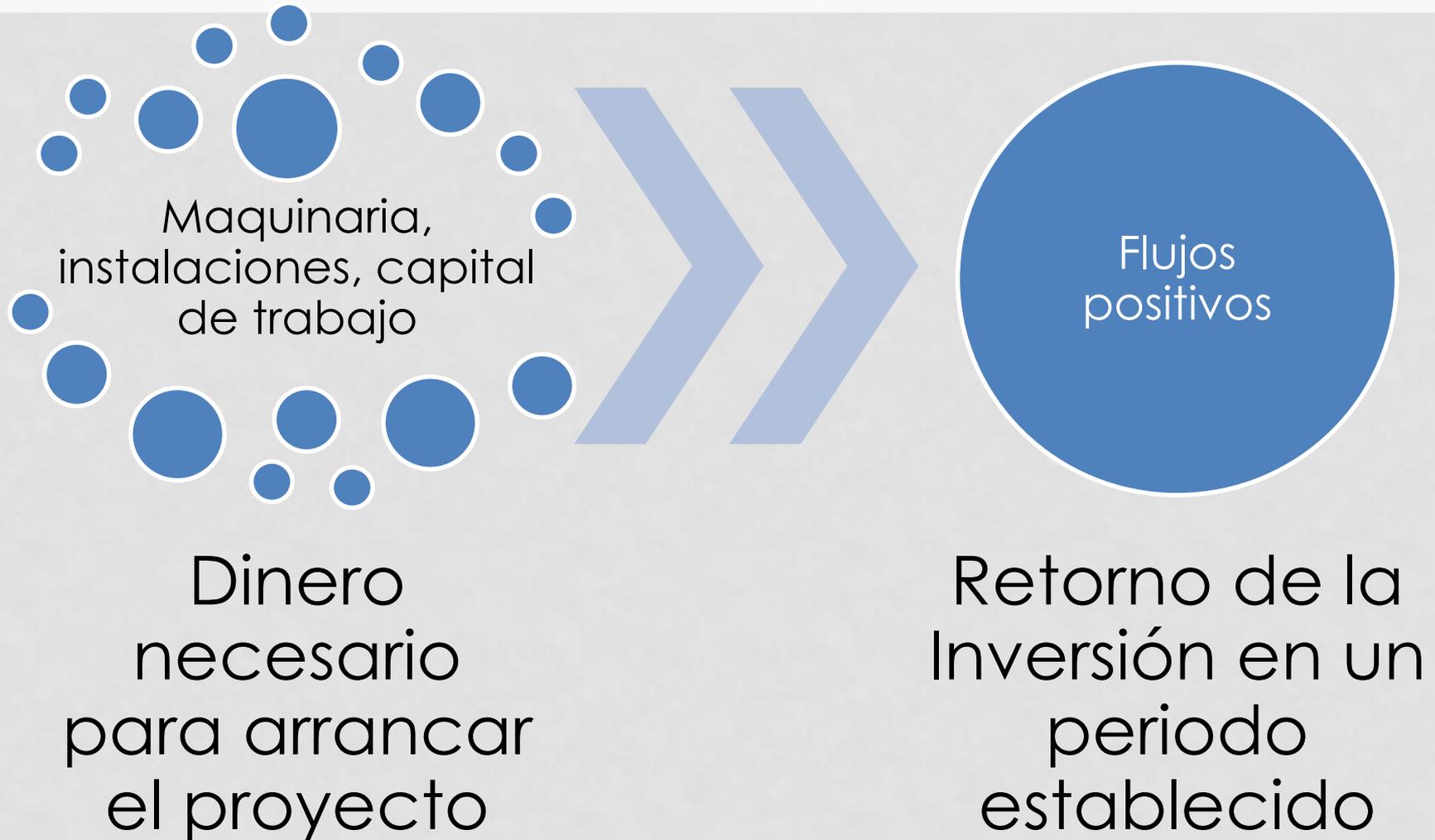


Es el análisis de capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.



Facilita la toma de decisiones

# INVERSIÓN INICIAL



# FUENTES DE RECURSOS



## APORTACIONES DE CAPITAL

- Aportaciones de capital por parte de socios .



Santander



Banamex

## FINANCIAMIENTO CON TERCEROS

- Préstamos bancarios
- Colocación de instrumentos
- Crédito de proveedores
- Otros

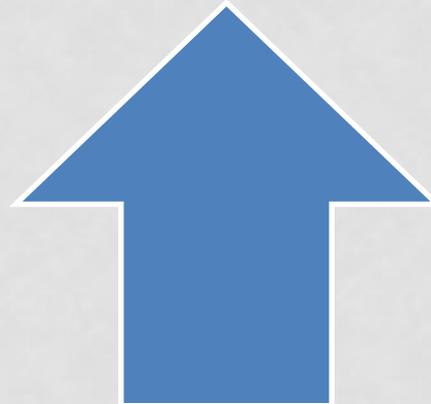
# PROYECCIÓN DEL FLUJO DE EFECTIVO



Salidas  
de  
dinero



Entradas  
de  
dinero



# EVALUACIÓN DE FLUJOS DE EFECTIVO

- **VALOR PRESENTE NETO (VPN)**
- $VP = [(sumatoria) \sum I / (1+i)^j]$
- $I =$  suma del periodo
- $i =$  tasa de interés o descuento
- $j =$  periodo

Depende de las siguientes variables: La inversión inicial previa, los flujos netos de efectivo, la tasa de descuento y el número de periodos que dure el proyecto.

# PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Mide el tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

Por su facilidad de cálculo y aplicación es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo.



# TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones.



Hace que el valor actual neto de todos los flujos de efectivo (tanto positivos como negativos) de una determinada inversión igual a cero.

# TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Si la Tasa Interna de Retorno  $>$  Tasa de Descuento



el proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo

Si la Tasa Interna de Retorno  $<$  que la Tasa de Descuento



el proyecto se debe rechazar pues estima un rendimiento menor al mínimo

# CONCLUSIONES

- Tal y como se puede observar a lo largo de esta presentación, el plan de negocios es un documento muy completo que detalla información respecto a la forma en que una empresa llevará a cabo sus operaciones; involucrando actividades; comerciales, productivas, administrativas de manejo de recursos.
- Es importante destacar que el plan de negocios es fruto de una seria investigación y diseño de actividades y estrategias hacia el interior, pero también, hacia el exterior de la organización.
- Así bien, este documento da guía, identifica viabilidad y muestra una visión más amplia acerca de la idea de negocio.

# FUENTES

- Reyes Ponce A. (2004). Administración Moderna. México: Lemus S.A. de C.V.
- Sánchez Cantú (2007). Plan de Negocios del Emprendedor de Éxito. México: Graw-Hill.
- Alcaraz Rodríguez R. (2006). El Emprendedor del éxito, Guía de Planes de Negocios
- Borello A. (1994). El plan de Negocios. España: Díaz Santos.
- Baena García y Moreno Sánchez (2010) Instrumento de Marketing: decisiones sobre producto, precio, distribución. Editorial UOC.
- UAEMEX (2013). INCUBAKS. Recuperado el 26 de febrero de 2014 en: <http://uaemex.mx>
- [www.contactopyme.com.mx](http://www.contactopyme.com.mx)