

## 1.- DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre de la asignatura :	<b>Formulación y Evaluación de Proyectos</b>
Carrera :	<b>Ingeniería en Animación Digital y Efectos Visuales</b>
Clave de la asignatura :	<b>AVD-1213</b>
SATCA <sup>1</sup>	<b>2-3-5</b>

## 2.- PRESENTACIÓN

### **Caracterización de la asignatura.**

La asignatura de formulación y evaluación de proyectos permite al estudiante participar activamente en proyectos de investigación y desarrollo tecnológico para fortalecer la industria de la animación. Proporciona la oportunidad de desarrollar las competencias necesarias para determinar la viabilidad de una idea creativa e innovadora, a través de un plan de negocios, para consolidar al estudiante como un ente emprendedor que integra los saberes teóricos adquiridos en los semestres previos.

La asignatura contribuye al perfil de la carrera al generar las condiciones bajo las cuales el estudiante aplica modelos psicológicos para recrear el comportamiento de personajes en entornos de animación digital; integra infraestructura computacional que permita el desarrollo de proyectos de animación digital; desarrolla una visión emprendedora y creativa para detectar áreas de oportunidad que le permitan desarrollar proyectos innovadores y nuevas empresas; desempeña sus actividades profesionales considerando los aspectos legales, éticos, humanos y sociales, para sustentar el mejoramiento de su entorno; participa activamente en proyectos de investigación y desarrollo tecnológico para fortalecer la industria de la animación y gestiona proyectos multidisciplinarios para optimizar el uso de los recursos.

### **Intención didáctica.**

El temario de la asignatura está estructurado de acuerdo a los requisitos que debe contener la formulación y evaluación de proyectos, los resultados obtenidos de los estudios de cada tema, serán la base para motivar que el estudiante se torne en emprendedor.

El tema uno considera los elementos iniciales de la formulación de un plan de negocios, partiendo de una idea creativa, innovadora y emprendedora, presentada en la asignatura: “El emprendedor y la innovación”, para definir la naturaleza del proyecto, así como sus objetivos. Se estudian y aplican los elementos principales para formular un estudio de mercado que dé certidumbre y confirme la viabilidad del plan de negocios en función de la oferta, demanda, precio y comercialización de la idea inicial a partir de una adecuada base estadística.

---

<sup>1</sup> Sistema de Asignación y Transferencia de Créditos Académicos

El tema dos aborda el desarrollo y elaboración del estudio técnico, que implica determinar de forma sustentada el tamaño, ubicación, distribución en planta, maquinaria, equipo, proceso y materia prima necesaria para desarrollar la empresa que haya resultado viable a partir de los resultados del estudio de mercado. Además desarrolla y plasma el estudio organizacional, que comprende la misión, visión y valores del proyecto, la imagen corporativa, organigrama, perfil de puestos y un estudio FODA que identifique las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades del proyecto.

El tema tres identifica los aspectos legales del proyecto, diferenciando entre persona moral y física, así como los necesarios para asegurar la marca ante el IMPI y los derechos de autor ante INDAUTOR, dejando abierta la posibilidad de ajustar los trámites legales faltantes al tipo de proyecto en específico.

El tema cuatro determina los costos y gastos necesarios para el arranque del proyecto, dividiendo los costos en fijos y variable para determinar el punto de equilibrio del proyecto y define la viabilidad económica del proyecto, mediante la consecución de índices y razones financieras aplicadas a un horizonte determinado.

### 3.- COMPETENCIAS A DESARROLLAR

<b>Competencias específicas:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Desarrolla un plan de negocios, a partir de una idea creativa e innovadora que satisface la(s) necesidad(es) detectada(as).</li></ul>	<b>Competencias genéricas:</b>  <u><i>Competencias instrumentales</i></u> <ul style="list-style-type: none"><li>• Capacidad de análisis y síntesis.</li><li>• Capacidad de organizar y planificar.</li><li>• Conocimientos básicos de la carrera.</li><li>• Comunicación oral y escrita en su propia lengua.</li><li>• Habilidades básicas de manejo de la computadora.</li><li>• Habilidades de gestión de información (habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas).</li><li>• Solución de problemas.</li><li>• Toma de decisiones.</li></ul> <u><i>Competencias interpersonales</i></u> <ul style="list-style-type: none"><li>• Capacidad crítica y autocrítica.</li><li>• Trabajo en equipo.</li><li>• Habilidades interpersonales.</li><li>• Capacidad de trabajar en equipo interdisciplinario.</li><li>• Capacidad de comunicarse con profesionales de otras áreas.</li></ul> <u><i>Competencias sistémicas</i></u> <ul style="list-style-type: none"><li>• Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.</li><li>• Habilidades de investigación.</li><li>• Capacidad de aprender.</li><li>• Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad).</li><li>• Habilidad para trabajar en forma autónoma.</li><li>• Capacidad para diseñar y gestionar proyectos.</li></ul>
--	---

#### 4.- HISTORIA DEL PROGRAMA

Lugar y fecha de elaboración o revisión	Participantes	Evento
Instituto Tecnológico Superior de Chapala, del 23 al 26 de abril de 2012.	Representantes de los Institutos Tecnológicos de: Aguascalientes, Bahía de Banderas, Colima, Cd. Guzmán, La Laguna, La Paz, León, Pachuca, Puebla, San Luis Potosí, Villahermosa, Zacatepec, Superior de Chapala, Estudios Superiores de Ecatepec, Superior de Zapotlanejo y KAXAN Media Group.	Reunión Nacional de Diseño e Innovación Curricular para el Desarrollo y Formación de Competencias Profesionales de la Carrera de Ingeniería en Animación Digital y Efectos Visuales.
Desarrollo de Programas Competencias Profesionales por los Institutos Tecnológicos del 27 de abril al 6 de agosto de 2012.	Academias de la Ingeniería en Animación Digital y Efectos Visuales de los Institutos Tecnológicos de: Cd. Guzmán, Superior de Chapala.	Elaboración del programa de estudio propuesto en la Reunión Nacional de Diseño Curricular de la Carrera de Ingeniería en Animación Digital y Efectos Visuales.
Instituto Tecnológico Superior de Chapala, del 7 al 10 de agosto de 2012.	Representantes de los Institutos Tecnológicos de: Aguascalientes, Bahía de Banderas, Colima, Cd. Guzmán, La Laguna, La Paz, León, Pachuca, Puebla, San Luis Potosí, Villahermosa, Zacatepec, Superior de Chapala, Estudios Superiores de Ecatepec, Superior de Zapotlanejo y KAXAN Media Group.	Reunión Nacional de Consolidación de los Programas en Competencias Profesionales de la Carrera de Ingeniería en Animación Digital y Efectos Visuales.

## 5.- COMPETENCIAS PREVIAS

- Integra los procedimientos administrativos y legales necesarios para la operación de una empresa, con un amplio sentido de la calidad.
- Aplica los elementos conceptuales de la psicología para la realización de animaciones de calidad que provoquen impacto.
- Desarrolla animaciones de personajes que demuestren credibilidad en sus movimientos, reflejen su estado psicológico y muestren personalidad propia apegándose a las metodologías actuales de la industria de la animación.
- Interpreta el significado y la influencia de los colores, así como la representación de las formas, para desarrollar animaciones apegadas a un entorno real.

## 6.- TEMARIO

	Temas	Subtemas
1.	Definición del proyecto y estudio de mercado	<ul style="list-style-type: none"><li>1.1. Nombre del proyecto</li><li>1.2. Tipo de proyecto<ul style="list-style-type: none"><li>1.2.1. Giro</li><li>1.2.2. Sector</li></ul></li><li>1.3. Objetivo general y específicos del proyecto</li><li>1.4. Justificación</li><li>1.5. Propuesta de valor</li><li>1.6. Diferenciación entre fuentes primarias y secundarias de información</li><li>1.7. Campos específicos del estudio de mercado<ul style="list-style-type: none"><li>1.7.1. Determinación de oferta</li><li>1.7.2. Determinación de demanda</li><li>1.7.3. Determinación del precio</li><li>1.7.4. Determinación de la comercialización.</li></ul></li><li>1.8. Desarrollo del estudio de mercado<ul style="list-style-type: none"><li>1.8.1. Determinación del cuestionario</li><li>1.8.2. Determinar el tamaño de la muestra (n)<ul style="list-style-type: none"><li>1.8.2.1. Nivel de confianza</li><li>1.8.2.2. Población finita o infinita</li></ul></li></ul></li></ul>

		<p>1.8.3. Tipos de muestreo.</p> <p>1.8.4. Formas de evitar el sesgo al recolectar la información</p> <p>1.8.5. Análisis y descripción de resultados del estudio</p> <p>1.9. Conclusiones del estudio de mercado</p>
2.	Estudio técnico-organizacional	<p>2.1. Objetivo del área de producción</p> <p>2.2. Especificaciones del producto o servicio</p> <p>2.2.1. Especificaciones técnicas, físicas y/o químicas</p> <p>2.3. Descripción del proceso de producción o servicio</p> <p>2.4. Diagrama de flujo del proceso</p> <p>2.5. Característica de la tecnología</p> <p>2.6. Equipo e instalaciones</p> <p>2.7. Capacidad instalada</p> <p>2.8. Materia prima</p> <p>2.9. Ubicación de la empresa (Macro y micro localización)</p> <p>2.10. Diseño y distribución de la planta y oficina</p> <p>2.11. Programa de producción</p> <p>2.12. Objetivo organizacional</p> <p>2.13. Misión</p> <p>2.14. Visión</p> <p>2.15. Diseño de imagen corporativa (colores, descripción de la marca registrada, etc.)</p> <p>2.16. Desarrollo de matriz FODA</p> <p>2.17. Propuesta de valor</p> <p>2.17.1. Estructura organizacional</p> <p>2.17.2. Funciones específicas por puestos</p> <p>2.18. Cálculo de los Sueldos y salarios</p>
3.	Aspectos legales del	3.1. Persona moral.

	proyecto	<p>3.2.Trámites para su constitución legal e iniciar actividades</p> <p>3.3.Persona física con actividad empresarial</p> <p>3.4.Trámites para darse de alta e iniciar actividades</p> <p>3.5.Registro de marca, modelos de utilidad y/o patente ante el IMPI</p> <p>3.6.Registro de derecho autor ante INDAUTOR</p> <p>3.7.Código de barras (Regalías)</p> <p>3.8.Otros trámites legales dependiendo de la naturaleza del proyecto</p>
4.	Estudio económico financiero. (Viabilidad económica)	<p>4.1. Cálculo de costos y gastos</p> <p>4.1.1. Capital social</p> <p>4.1.2. Créditos (préstamo)</p> <p>4.1.3. Entradas</p> <p>4.1.4. Salidas</p> <p>4.1.5. Proyección de flujo de efectivo</p> <p>4.2. Costos de producción</p> <p>4.2.1. Cálculo de los Costos fijos</p> <p>4.2.2. Cálculo de los Costos variables</p> <p>4.3. Punto de equilibrio</p> <p>4.4. Estados financieros proyectados</p> <p>4.4.1. Estados de resultados</p> <p>4.4.2. Balance general</p> <p>4.5. Cálculo del valor presente neto(VPN)</p> <p>4.6. Cálculo de razones financieras</p> <p>4.7. Cálculo del periodo de recuperación de la inversión</p> <p>4.8. Cálculo de la Tasa interna de rendimiento de la inversión (TIR)</p> <p>4.9. Determinación de la tasa mínima atractiva de retorno (TMAR)</p> <p>4.10. Determinación de la viabilidad del</p>

		proyecto en función de los elementos adquiridos en los puntos anteriores
--	--	---



## **7.- SUGERENCIAS DIDÁCTICAS**

El docente debe:

- Reforzar la integración y continuidad de los equipos de trabajo; propiciando la realización de investigaciones de campo.
- Fomentar el uso de las tecnologías de información y comunicación.
- Dar cabida a la flexibilidad en el seguimiento del proceso formativo y propiciar la interacción entre los estudiantes.
- Tomar en cuenta el conocimiento de los estudiantes como punto de partida y como posible obstáculo para la puesta en práctica de su proyecto.
- Hacer que el estudiante se ubique en la realidad al verificar los datos que previamente haya estructurado para su modelo de negocio, con los indicadores y casos prácticos relacionados con cada uno de los temas a tratar para planear y desarrollar el proyecto.
- Relacionar los contenidos de esta asignatura con los obtenidos de las asignaturas anteriores, reforzando la importancia de tener una visión y práctica interdisciplinaria para alcanzar las metas académicas, profesionales y empresariales, involucrando ejemplos destacados en la asignatura en cada uno de los temas que constituyen la presente asignatura, a efecto de consolidar de manera real, el modelo de negocio 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 la formulación y evaluación de proyectos y exponer ante terceros los resultados obtenidos de las investigaciones y gestiones realizadas para la puesta en marcha y operación de su modelo de negocio.

## 8.- 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 obtenidas durante las actividades realizadas en cada tema, así como de las conclusiones obtenidas de dichas observaciones.
- Información recabada durante las consultas e investigaciones solicitadas, plasmadas en documentos escritos.
- Estudios y desarrollo de casos prácticos emanados de los proyectos trabajados por los estudiantes, evaluados mediante una rúbrica.
- Exámenes escritos para comprobar la efectividad del educando en la resolución de casos prácticos similares a su proyecto de inversión.
- Desarrollo y presentación del plan de negocio por etapas (temas). Generando al final, mediante la concatenación de las etapas, el plan de negocio final.

## 9.- TEMAS DE APRENDIZAJE

### Tema 1: Definición del proyecto y estudio de mercado

<i>Competencia específica a desarrollar</i>	<i>Actividades de Aprendizaje</i>
Describe la naturaleza del plan de negocios, estructura y aplica el estudio de mercado.	<ul style="list-style-type: none"><li>• A través de un mapa mental y/o conceptual, identificar los tipos de proyectos a realizar y sus características.</li><li>• Discutir la importancia de la gestión de proyectos a través de planes de negocios bien estructurados para la obtención de apoyos crediticios.</li><li>• Plantear las características de la empresa a realizar ante los diferentes equipos de trabajo.</li><li>• Realizar una investigación de mercado sustentada en estadística inferencial y descriptiva, para identificar las necesidades reales de la región, así como las áreas de oportunidad para entrar en el mercado y la potencial competencia.</li></ul>

### Tema 2: Estudio técnico organizacional

<i>Competencia específica a desarrollar</i>	<i>Actividades de Aprendizaje</i>
Desarrolla un estudio técnico-	<ul style="list-style-type: none"><li>• Investigar las NOM y las NMX aplicables</li></ul>

<p>organizacional, que incluya todos los elementos técnicos y humanos necesarios para implantar el plan de negocios.</p>	<p>a su producto.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar las características idóneas para la localización y distribución de la planta.</li> <li>• Presentar por proyecto el diagrama de procesos del bien o servicio a producir respetando la metodología correspondiente.</li> <li>• Discutir y formalizar grupalmente lo investigado.</li> <li>• Crear y diseñar el organigrama de la empresa.</li> <li>• Realizar un análisis y descripción de puestos con base en competencias.</li> <li>• Mediante equipos de trabajo, exponer los resultados de la aplicación de la herramienta FODA en su proyecto particular.</li> <li>•</li> </ul>
--	--

### **Tema 3: Aspectos legales del proyecto**

<i>Competencia específica a desarrollar</i>	<i>Actividades de Aprendizaje</i>
<p>Implementa los aspectos legales y de propiedad para la constitución y operación de su plan de negocios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigar los aspectos fiscales para realizar una estrategia adecuada.</li> <li>• Analizar y seleccionar el tipo de organización más conveniente, a partir de la Ley General de Sociedades Mercantiles.</li> <li>• Investigar los requisitos necesarios a nivel estatal y municipal para registrar la empresa.</li> <li>• Seleccionar el tipo de figura jurídica más conveniente en función de las características propias del proyecto.</li> <li>• Investigar los pasos para realizar el registro de marcas y patentes y presentarlo mediante un esquema.</li> </ul>

### **Tema 4: Estudio económico-financiero**

<i>Competencia específica a desarrollar</i>	<i>Actividades de Aprendizaje</i>
<p>Determina los recursos</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar y analizar los costos de producción y los gastos de operación</li> </ul>

<p>económicos necesarios y evalúa la rentabilidad del plan de negocios para concluir acerca de la viabilidad económica del mismo.</p>	<p>por proyecto.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Calcular la inversión inicial del negocio (Activo fijo, activo diferido, capital de trabajo e inversión total, estructura de las inversiones).</li> <li>• Calcular las depreciaciones para activo fijo y amortizaciones para activo diferido.</li> <li>• Elaborar presupuestos de Ingresos, costos de producción, gastos de administración, gastos de venta, de gastos financieros.</li> <li>• Elaborar estados financieros (de resultados proforma, flujo de efectivo, balance general).</li> <li>• Calcular la rentabilidad financiera del plan de negocios a través de VPN.</li> <li>• Determinar el periodo de recuperación de la inversión.</li> <li>• Calcular la rentabilidad financiera del plan de negocios por medio de la TIR.</li> <li>• Desarrollar las razones financieras del plan de negocios.</li> <li>• Determinar la aceptación o rechazo del plan de negocios de forma justificada.</li> </ul>
---	--

## 10.- FUENTES DE INFORMACIÓN

1. Anzola, S.(2006). Administración de Pequeñas Empresas. México: Mc Graw Hill.
2. Baca, G.(2005). Evaluación de Proyectos. México: Mc Graw Hill.
3. Balanko, G. (2007). Cómo Preparar un Plan de Negocios Exitoso. México: Mc Graw-Hill Interamericana.
4. Banco Nacional de Comercio Exterior. (2003). Plan de Negocios para Proyectos de Exportación (Planex), Textos y Ejercicios. México: Banco Nacional de Comercio Exterior.
5. Block, S. □ Hirt, G. (2005). Administración Financiera. México: Mc Graw Hill.
6. Castañeda, L. (2001). Cómo destruir una Empresa en 12 meses... o antes, Errores y Omisiones de la Dirección. México: Panorama Editorial.
7. Cohen, D. □ Asín, E. (2005). Sistemas de Información Para los Negocios. México: Mc Graw Hill.
8. Del Rio, C. (2003). Costos Históricos. México: Thompson.
9. Durón, C. (2006). El Plan de Negocios para la Industria Restaurantera. México: Trillas.
10. Finch, B. (2002). Cómo Desarrollar un Plan de Negocios. España: GEDISA.
11. Franklin, E. (2002). Organización de Empresas México: Mc Graw Hill.
12. Fred, D. (2003). Conceptos de Administración Estratégica. México: Pearson Educación.
13. García, J. (2007). Contabilidad de Costos. México: Mc Graw Hill.
14. Hernández, A. (2005). Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión México: Thomson Corporation.
15. Hingston, P. (2002). Inicie su Negocio (Guías de Negocios). México: Prentice Hall.
16. Ibarra, D. (2008). Los Primeros Pasos al Mundo Empresarial, Una Guía para Emprendedores. México: Editorial Limusa.
17. Ibarra, D. (1997). ¿Cómo le Hago para Vender Más?, Mercadotecnia en 6 Pasos 1997. México: Limusa.
18. Ibarra, D. (2005). La Organización Emprendedora. México: Editorial Limusa.
19. Ibarra, D. (2005). El Buen Uso del Dinero. México: Editorial Limusa.
20. Klastorin, T. (2007). Administración de Proyectos. México: Alfaomega.
21. Lipschutz, S. □ Schiller, J. (2000). Introducción a la Probabilidad y Estadística. España: Mc Graw Hill.
22. Morales, C. (2007). Manual de Exportación, Elabore Usted Mismo su Plan de Negocios. México: Tax Editores.
23. Newbold, Paul. Estadística para la Administración y Economía 2008 (6ª Edición) Editorial: Prentice Hall. México.
24. Pedraza, O. (2002). Modelo de Plan de Negocios para la Micro y Pequeña Empresa. México: Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
25. Rodríguez, D. (2006). Formulación y Evaluación de Proyectos. México: Editorial Limusa.
26. Rodríguez, J. (2005). Cómo Aplicar La Planeación Estratégica a la Pequeña y Mediana Empresa. México: Editorial Thomson.

27. Sainz de Vicuña, J. M. (2007). El Plan de Marketing en la Práctica. España: ESIC Editorial.
28. Sapag, N. (2007). Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación. México: Pearson Educación.
29. Schnarch, A. (2005). Desarrollo de Nuevos Productos, Cómo Crear y Lanzar con Éxito Nuevos Productos y Servicios al Mercado. México: Mc Graw Hill.
30. Stutely, R. (2000). Plan de Negocios, La Estrategia Inteligente. México: Pearson Educación.
31. Varela, R. (2000). Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresas. Colombia: Pearson Educación.

### **Marco Legal**

32. Ley de la Propiedad Industrial. México
33. Ley de Inversión Extranjera. México
34. Ley del Impuesto a los Depósitos en Efectivo. México
35. Ley del Impuesto al Valor Agregado. México
36. Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios. México
37. Ley del Impuesto Sobre la Renta. México
38. Ley del Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores. México
39. Ley del Seguro Social. México
40. Ley Federal de Protección del Consumidor. México
41. Ley Federal del Trabajo. México
42. Ley Federal para el Fomento de la Microindustria y la Actividad Artesanal. México
43. Ley General de Personas con Discapacidad. México
44. Ley General de Protección Civil. México
45. Ley General de Salud. México
46. Ley General de Sociedades Cooperativas. México
47. Ley General de Sociedades Mercantiles. México
48. Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito. México
49. Ley General del Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente. México
50. Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres. México
51. Ley General para la Prevención y Gestión Integral de los Residuos. México

### **Referencias Electrónicas**

52. Della Mea [Giselle](#) (2010, Abril), *Diseño de Modelo de Negocios*, [en línea]. Uruguay, Recuperado el 21 de Junio de 2011,

[http://businessmodelhub.com/profiles/blog/show?id=2478825%3ABlogPost%3A17106&commentId=2478825%3AComment%3A50598&xg\\_source=activity](http://businessmodelhub.com/profiles/blog/show?id=2478825%3ABlogPost%3A17106&commentId=2478825%3AComment%3A50598&xg_source=activity)

53. Crece Negocios (2011, mayo 17), *Estructura del Plan de Negocios*, [en línea]. <http://www.crecenegocios.com/estructura-del-plan-de-negocios/>
54. González Tapia, P. S., Sarabia Fornés, N. L. 2006. *Plan de Negocios para la empresa Nubia Blanco*. Tesis Licenciatura. Administración de Negocios Internacionales. Departamento de Negocios Internacionales, Escuela de Negocios y Economía, Universidad de las Américas Puebla, [en línea]. [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lni/gonzalez\\_t\\_ps/capitulo3.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/gonzalez_t_ps/capitulo3.pdf).
55. Guerrero Manuel (2002, Febrero), Elementos y Desarrollo de un Plan de Negocios, [en línea]. <http://www.gestiopolis.com/canales/emprendedora/articulos/28/eldepn.htm>
56. Borrego Daniel (2009, Abril), *Componentes básicos para la elaboración de un plan de negocios*, [en línea]. <http://www.herramientasparapymes.com/componentes-basicos-para-elaborar-un-plan-de-negocios>.

## 11.- PRÁCTICAS PROPUESTAS

- Elaborar documento que sustente la base estadística aplicada para la realización del estudio de mercado.
- Realizar el estudio de mercado para sustentar la viabilidad del proyecto.
- Llenar los formatos necesarios para registrar la organización ante las autoridades correspondientes.
- Desarrollar un documento que incluya el estudio técnico del plan de negocios.
- Conferencia magisterial por equipos del estudio organizacional de su plan de negocios.
- Construir estados financieros pro-forma y analizar su viabilidad, basándose en los flujos de caja estimados.
- Estructurar el instrumento legal de acuerdo al tipo de régimen al que pretende entrar la empresa.
- Elaborar un cuadro comparativo de las distintas fuentes de financiamiento del plan de negocios, con el fin de realizar una matriz de oportunidades.
- Conferencia magisterial por equipos en la que justifican financieramente la viabilidad económica del proyecto.
- Elaborar y presentar para su defensa, el resumen del proyecto empresarial.