


Agenda del emprendedor juvenil 2023



Fundación Suiza para la Cooperación Técnica (Swisscontact)

 Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Agencia Suiza para el Desarrollo
y la Cooperación COSUDE


swisscontact

Nombre completo del emprendedor.

Nombre del emprendimiento.

Datos generales



Celular.

Fijo.

Dirección: barrio o colonia, sector, bloque y número de casa.

Departamento/ciudad.

Correo electrónico.

Orientaciones para el uso de la **agenda del emprendedor juvenil:**

- 1 Cada mes brinda conocimientos básicos o consejos relevantes para la administración y fortalecimiento del negocio, a manera de asesoría empresarial.
- 2 El registro de las operaciones y el manejo de controles administrativos contribuyen al éxito y a la sostenibilidad de los negocios. Para crear este hábito en el emprendedor, se incluyen formatos para el registro de las principales operaciones como compras, ventas, control de inventarios y muchos otros más.

Presentación

En Honduras, Swisscontact ejecuta con financiamiento de la Agencia Suiza para el Desarrollo y La Cooperación (COSUDE) el Programa ProJoven, con el objetivo de facilitar la inserción laboral, el autoempleo y la generación de ingresos para la población joven en riesgo de exclusión. Durante la fase II (2018-2021) en las estrategias de inserción laboral se motivó a la juventud a impulsar sus propias iniciativas de autoempleo por medio del emprendimiento, ya que la economía hondureña se ralentizó debido a los impactos de la pandemia del COVID-19 en cuanto a la generación de empleos formales.

El Programa ProJoven en respuesta a esta necesidad aumentó su contribución al fortalecimiento de habilidades y competencias emprendedoras, apoyando desde la concepción de la idea de negocios, la puesta en marcha de iniciativas empresariales presentadas a través de la elaboración de planes de negocios y el otorgamiento de kits de emprendimientos (herramientas y equipos básicos para echar a andar un emprendimiento). El Programa ProJoven vinculó a 2,211 jóvenes a través del emprendimiento como manera de autoempleo, lo cual lo califica como un referente en aspectos metodológicos.

Swisscontact es una organización de vanguardia en la implementación de proyectos de desarrollo internacional. Promueve el desarrollo inclusivo desde los ámbitos económico, social y medioambiental, con el propósito de hacer una contribución significativa a la prosperidad sostenible y generalizada de las economías emergentes y en desarrollo.

2,211

Jóvenes vinculados a través del autoempleo o emprendimiento.

93%

Se han mantenido por más de seis meses.

Según rubro de vinculación al mercado laboral.

64%

Servicios.

11%

Turismo.

5%

Construcción.

17%

Cadenas de valor y agroindustria.

3%

Tecnología.

689

Jóvenes formados en emprendimiento.

542

Jóvenes con iniciativa de emprendimiento a los que se les facilitó un kit de autoempleo o emprendimiento.

Actualizado a agosto de 2022.

A los jóvenes emprendedores

En el marco de la ejecución del Programa ProJoven se diseñó esta herramienta como una guía para orientar la administración de un negocio, y fortalecer las capacidades y competencias tanto personales como empresariales, el que será de mucha utilidad al emprendedor.

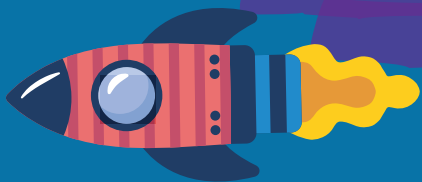
“

*Si tú no trabajas por tus sueños,
alguien te contratará para que
trabajes por los suyos.*

Steve Jobs.

”

Nueve hábitos de emprendedores exitosos



1

CALIDAD TOTAL

Es una estrategia de mejora continua que busca la mayor satisfacción del cliente, el producto o servicio debe mantener siempre sus buenos atributos.

2

ENFÓCATE EN LO IMPORTANTE

Saber diferenciar cuáles cosas son importantes ayuda a definir tareas de atención inmediata de las que pasan a un segundo plano.

3

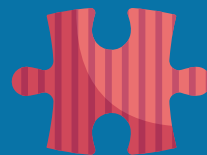
LLEVAR BIEN LAS CUENTAS

Hay que tener una contabilidad que permita proyectar las ganancias y descubrir fugas de dinero debido a mermas o robos.

4

AUSTERIDAD

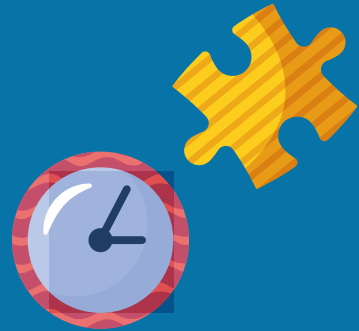
Es muy importante optimizar los recursos que ingresan y gastar solamente según lo planificado, buscando siempre la eficiencia.



5

MEDIR EL PROGRESO

Todo lo que se puede medir, se puede mejorar. Es necesario haber definido con anticipación los indicadores claves que muestran el avance o retroceso en ciertas áreas del negocio.



6

APRENDER CONTINUAMENTE

Aprovecha los recursos gratuitos disponibles en internet, redes sociales y grupos de expertos, que ayuden a innovar en procesos, administración y mercadeo.



7

APROVECHAR LA AYUDA DE UN MENTOR

Buscar personas con mucha experiencia en tu negocio para compartir tus planes, esto puede ahorrarte mucho dinero en pérdidas provocadas por una mala decisión.



8

PRACTICA LA PACIENCIA

Nadie se hace exitoso de la noche a la mañana ni mucho menos logra mantener una estabilidad por arte de magia. Todo lleva esfuerzo, tiempo y dedicación.

9

BUSCAR SOLUCIONES CREATIVAS

Es muy fácil ignorar un problema o buscar la solución más fácil, sin embargo, hay que desarrollar inteligencia para resolver problemas de manera diferente.

2023

CALENDARIO



Enero

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Febrero

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28					

Marzo

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
			1	2	3	4
5						
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Abril

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
						1
2						
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

Mayo

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

Junio

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

Julio

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Agosto

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
		1	2	3	4	5
6						
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

Septiembre

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
			1	2		3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

Octubre

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Noviembre

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Diciembre

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31



2023

Enero

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

La administración del negocio

El primer paso para administrar un negocio es una planeación de todo lo que hay detrás de la idea, desde los costos, el mercado meta, las habilidades de venta, los clientes, etc.

Aunque la lista parece un poco larga, los pasos claves que hay que considerar son cortos:

8 pasos claves para administrar un pequeño negocio:



1

Seleccionar una herramienta que facilite la administración.

2

Controlar inventarios.

3

Identificar los costos.

4

Llevar un registro diario de gastos y ventas.

5

Construir una base de datos de clientes.



6

Hacer seguimiento al personal.

7

Comparar resultados.

8

Separar los compromisos del negocio de las deudas personales.



Planificación mensual

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					
PEDIDOS PENDIENTES				PAGOS PENDIENTES		

“Tus sueños no tienen fecha de caducidad,
¡respira hondo y avanza!”



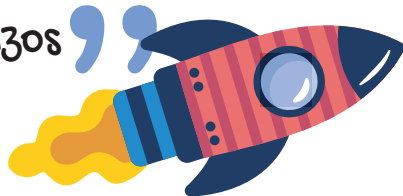
Libro de entradas y salidas

DÍA	CONCEPTO	ENTRADA	SALIDA	SALDO
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				

DÍA	CONCEPTO	ENTRADA	SALIDA	SALDO
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				

TOTAL DE ENTRADAS		RESUMEN
TOTAL DE SALIDAS		
TOTAL DE UTILIDAD		

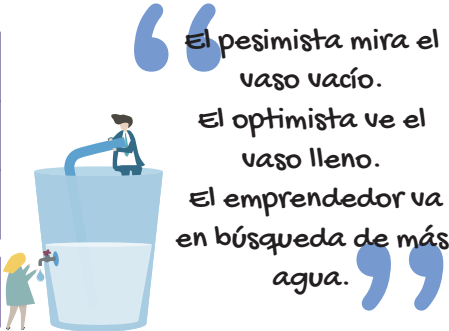
“ Las grandes ideas
 tienen pequeños comienzos ”



Libro mensual de compras

DÍA	NOMBRE DE PROVEEDOR	# DE FACTURA	VALOR EXENTO	VALOR NETO	IMPUESTO (L)	VALOR TOTAL (L)

IMPUESTO PAGADO	
COMPRAS	
TOTAL DE COMPRAS	
TOTAL	

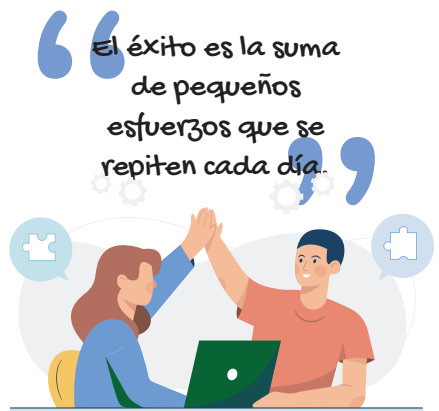


“ El pesimista mira el vaso vacío.
 El optimista ve el vaso lleno.
 El emprendedor va en búsqueda de más agua. ”

Libro mensual de ventas

DÍA	NOMBRE DE PROVEEDOR	# DE FACTURA		VALOR EXENTO	VALOR NETO	IMPUESTO (L)	VALOR TOTAL (L)
		DE	HASTA				

IMPUESTO PAGADO	
COMPRAS	
TOTAL DE COMPRAS	
TOTAL	



Inventario

		CANTIDAD				
PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	INVENTARIO INICIAL	UNIDADES COMPRADAS	UNIDADES VENDIDAS	INVENTARIO FINAL	CANTIDAD A COMPRAR
TOTALES						

2023

Febrero

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28					

Registros de gastos y ventas

Las ventas y compras forman parte del día a día de cualquier empresa, ya sea por la comercialización de bienes o por la prestación de servicios; por lo que es sumamente importante mantenerlas bajo supervisión continua a través de un registro adecuado. Por ese motivo, el correcto registro puede ser la diferencia entre un resultado positivo (ganancia) o uno negativo (pérdida).

Evita el margen de error de cálculo y acumulación de trabajo; la mejor política es "producto vendido, producto registrado, compras realizadas, compras registradas".

Registros de gastos y ventas



¿Lo aplicas en tu negocio?

CONCEPTO	FECHA	INGRESO	GASTO



Planificación mensual

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28					
PEDIDOS PENDIENTES				PAGOS PENDIENTES		

“Tus sueños no tienen fecha de caducidad,
¡respira hondo y avanza!”



Libro de entradas y salidas

DÍA	CONCEPTO	ENTRADA	SALIDA	SALDO
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				

DÍA	CONCEPTO	ENTRADA	SALIDA	SALDO
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				

TOTAL DE ENTRADAS		RESUMEN
TOTAL DE SALIDAS		
TOTAL DE UTILIDAD		

OBSERVACIONES


“ Las grandes ideas
 tienen pequeños comienzos ”



Libro mensual de compras

DÍA	NOMBRE DE PROVEEDOR	# DE FACTURA	VALOR EXENTO	VALOR NETO	IMPUESTO (L)	VALOR TOTAL (L)

IMPUESTO PAGADO	
COMPRAS	
TOTAL DE COMPRAS	
TOTAL	



“ El pesimista mira el vaso vacío.
El optimista ve el vaso lleno.
El emprendedor va en búsqueda de más agua. ”

Libro mensual de ventas

DÍA	NOMBRE DE PROVEEDOR	# DE FACTURA		VALOR EXENTO	VALOR NETO	IMPUESTO (L)	VALOR TOTAL (L)
		DE	HASTA				

IMPUESTO PAGADO	
COMPRAS	
TOTAL DE COMPRAS	
TOTAL	

“El éxito es la suma de pequeños esfuerzos que se repiten cada día.”

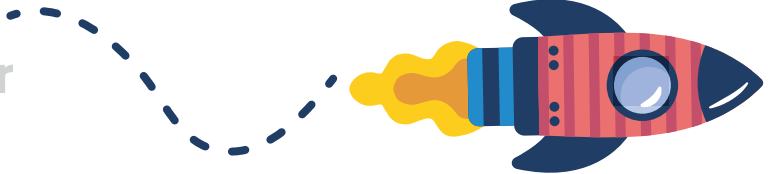


Inventario

PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD			INVENTARIO FINAL	CANTIDAD A COMPRAR
		INVENTARIO INICIAL	UNIDADES COMPRADAS	UNIDADES VENDIDAS		
TOTALES						

A series of 24 horizontal grey lines for writing, arranged in a regular grid pattern across the page.

Agenda del
emprendedor
juvenil



2023

Marzo

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

La importancia de los clientes

Los clientes son la clave para que cualquier negocio alcance el éxito. Conocer, clasificar e identificarse con ellos descubrirá sus necesidades. ¿Por qué es importante el cliente para el éxito de tu negocio?

1. Se debe poner al cliente en primer lugar.
2. Los clientes marcan la pauta, cubrir sus necesidades reales y deseos conduce al éxito.
3. Brindar experiencias positivas a los consumidores trae la lealtad del cliente.
4. Crear una conexión sólida con compradores demuestra que hay interés en ellos. La retroalimentación es clave para lograrlo.
5. El buen servicio y atención al cliente marca la diferencia con la competencia.
6. Crear un registro, para segmentar la clientela, saber si son recurrentes o esporádicos, conocer sus preferencias y estudiar sus tendencias.

Seis formas de hacer feliz a un cliente



1

Pon atención a sus recomendaciones y anticipa sus necesidades.

2

Toma en cuenta el día de entrega solicitado por el cliente.

3

Pregunta lo que le importa a tu cliente y a su jefe.

4

Hazte responsable de tus propios errores.

5

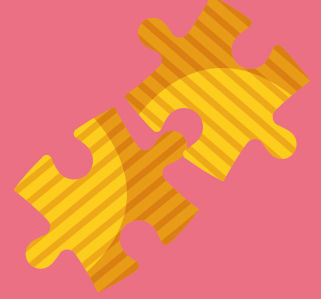
Avanza más allá y haz más de lo que te pidan.

6

Ten todo preparado antes de un posible caos.



10 tipos de clientes



1

AMABLE

Con buen humor, simpático, cortés, atento y que trata al personal con respeto.

2

SABELO TODO

Piensa tener la razón en todo y habla mucho, incluso puede ser arrogante.

3

PACIENTE

Persona comprensiva y muy tolerante.

4

FAMILIAR

Trae regalos a las personas con las que crea un vínculo afectivo.

5

AGRESIVO

Pide las cosas de una manera grosera o violenta, es maleducado.

6

IMPACIENTE

Se desespera fácilmente y quiere las cosas muy rápido.

7

INDECISO

No sabe qué elegir, el personal tiene que ayudarlo a tomar una decisión.

8

TACAÑO

No quiere pagar la cantidad de la cuenta, por lo cual regatea el precio.

9

GENEROSO

Deja propina y es bondadoso.

10

FIEL

Siempre regresa al establecimiento.



Planificación mensual

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

PEDIDOS PENDIENTES

PAGOS PENDIENTES

REUNIONES CON ASESOR

“ Tus sueños no tienen fecha de caducidad,
¡respira hondo y avanza! ”



Libro de entradas y salidas

DÍA	CONCEPTO	ENTRADA	SALIDA	SALDO
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				

DÍA	CONCEPTO	ENTRADA	SALIDA	SALDO
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				

TOTAL DE ENTRADAS		RESUMEN
TOTAL DE SALIDAS		
TOTAL DE UTILIDAD		



Libro mensual de compras

DÍA	NOMBRE DE PROVEEDOR	# DE FACTURA	VALOR EXENTO	VALOR NETO	IMPUESTO (L)	VALOR TOTAL (L)

IMPUESTO PAGADO	
COMPRAS	
TOTAL DE COMPRAS	
TOTAL	



“ El pesimista mira el vaso vacío.
El optimista ve el vaso lleno.
El emprendedor va en búsqueda de más agua. ”

Libro mensual de ventas

DÍA	NOMBRE DE PROVEEDOR	# DE FACTURA		VALOR EXENTO	VALOR NETO	IMPUESTO (L)	VALOR TOTAL (L)
		DE	HASTA				

IMPUESTO PAGADO	
COMPRAS	
TOTAL DE COMPRAS	
TOTAL	

“ El éxito es la suma
de pequeños
esfuerzos que se
repiten cada día. ”



Abril 2023

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

El cálculo de costos y precios de los productos o servicios

Los costos son importantes en un emprendimiento por dos motivos: primero, para saber con exactitud cuánto fue el costo y, en segundo lugar, para conocer qué cantidad de este producto o servicio debemos vender para tener una ganancia.

Hay que tener presente la siguiente fórmula para calcular los costos:
 $\text{costo de materiales} + \text{costo de mano de obra} + \text{gastos generales} = \text{costo total}.$

Ejemplo de **costo** de producción del pan.

Materiales directos

Comprende la materia prima necesaria para elaborar el pan, como por ejemplo la harina de trigo.

Mano de obra directa

Representa el salario de los colaboradores que transforman los materiales en un producto terminado. Ejemplo: el panadero.

Costos indirectos de fabricación

Son los desembolsos en los que se incurre para la producción del pan, pero que no se relacionan fácilmente con el producto final, tal es el caso de la factura de los servicios públicos.



Ejemplo de **costo** para un restaurante.

Materiales directos

Constituyen la materia prima necesaria para elaborar los platos del menú. Por ejemplo: la carne de res.

Mano de obra directa

Es la suma de los sueldos correspondiente a los colaboradores, que preparan el menú del restaurante. En este caso, el chef.

Costos indirectos de prestación de servicios

Engloba los demás costos que se generan en el proceso de prestación del servicio, diferentes a los materiales directos y a la mano de obra directa. Para el caso, la amortización de hornos.



Para determinar el costo se pueden usar los siguientes métodos de cálculo:

Métodos de fijación de costos

Método basado en el coste

Se fija el precio a partir del coste sumando un margen de beneficio.

Método basado en la demanda

Se analiza el consumidor y se fija un precio según el valor que éste le da al producto.

Método basado en la competencia

Se fija el precio a partir del precio de la competencia y la calidad del producto.

Debes utilizar la siguiente fórmula:

$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{Costo de ventas}}{(1 - \% \text{ de margen de ganancia})}$$

Panadería El Rey del Pan			
Costo de producción de pan francés-baguette			
Mes:			
Elementos del costo	Cantidad	Precio (€)	Costo mensual (€)
Materiales directos:			
Harina de trigo (kilogramos).	1,500	0.43	645.00
Mano de obra directa:			
Salario del panadero.	1	1,400	1,400.00
Costos indirectos de fabricación:			
Colaboradores de soporte (comprador de insumos y limpieza).	1	1,250	1,250.00
Sal (kilogramos).	8	0.25	2.00
Aceite de maíz (litros).	2	1.19	2.38
Huevos (unidades).	3,000	0.15	450.00
Levadura (kilogramos).	10	2.29	22.90
Energía eléctrica.	1	130.00	130.00
Servicio de agua potable.	1	90.00	90.00
Amortización de la maquinaria (horno eléctrico para pan costo: 3,689 euros, amortizado a 10 años).	1	1,250	1,250.00
Costo total mensual:			4,023.02 €
El Rey del Pan produce 6,000 unidades de pan baguette de 250 gramos al mes.			
Costo unitario para cada baguette:	€0.67	35% de rentabilidad sobre el costo.	
Precio de venta de una baguette:	€0.91		

Planificación mensual

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
PEDIDOS PENDIENTES				PAGOS PENDIENTES		
REUNIONES CON ASESOR						

“Tus sueños no tienen fecha de caducidad,
¡respira hondo y avanza!”



Libro de entradas y salidas

DÍA	CONCEPTO	ENTRADA	SALIDA	SALDO
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				

DÍA	CONCEPTO	ENTRADA	SALIDA	SALDO
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				

TOTAL DE ENTRADAS		RESUMEN
TOTAL DE SALIDAS		
TOTAL DE UTILIDAD		

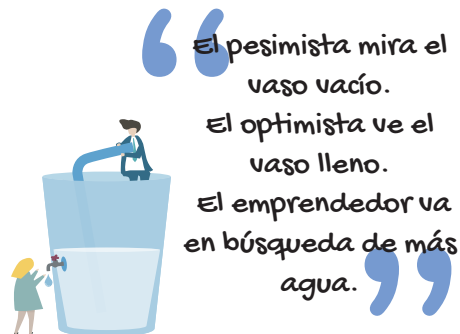
“ Las grandes ideas
 tienen pequeños comienzos ”



Libro mensual de compras

DÍA	NOMBRE DE PROVEEDOR	# DE FACTURA	VALOR EXENTO	VALOR NETO	IMPUESTO (L)	VALOR TOTAL (L)

IMPUESTO PAGADO	
COMPRAS	
TOTAL DE COMPRAS	
TOTAL	



Libro mensual de ventas

DÍA	NOMBRE DE PROVEEDOR	# DE FACTURA		VALOR EXENTO	VALOR NETO	IMPUESTO (L)	VALOR TOTAL (L)
		DE	HASTA				

IMPUESTO PAGADO	
COMPRAS	
TOTAL DE COMPRAS	
TOTAL	



Inventario

PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD				
		INVENTARIO INICIAL	UNIDADES COMPRADAS	UNIDADES VENDIDAS	INVENTARIO FINAL	CANTIDAD A COMPRAR
TOTALES						

2023

Mayo

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

Midiendo el inventario

Un error de muchos emprendedores es creer que, por tratarse de un negocio pequeño, se puede tener controlado, a simple vista, el inventario de materiales o de productos para la venta. Por ejemplo: suponiendo que se venden helados, tal vez se tenga la impresión de que, con solo mirarlo, se sabrá cuánta disponibilidad hay, lo cual es incorrecto, el conteo determina el inventario disponible. Pero si, por el contrario, se lleva un registro correcto:

1. Se conocerá con precisión cuántos helados hay de cada sabor, tamaño, fecha de elaboración, etc.
2. Se sabrá cuál producto tiene más venta.
3. Se tomarán previsiones para satisfacer la demanda, especialmente, los días con mayores ventas (días calurosos o de festividades en este caso).
4. Con los registros de inventarios también se calculan costos, márgenes de ganancias, retorno de la inversión y entradas y salidas de dinero.

Tipos de inventarios:

Inventario permanente.

- Inventario contable
Es el que se hace para llevar un control constante de las entradas y salidas de cada artículo (modelo, talla, color, etc.).



Inventario periódico.

- Inventario extra-contable
Consiste en hacer un recuento físico de las existencias, para conocer las cantidades de inventario al final de un período y valorar dichas existencias a precios de coste o de mercado.

- *Inventario final*
o *inventario rotatorio.*

Tipos de inventarios:

Materias primas.
Producción en proceso.
Productos terminados.



Planificación mensual

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				
PEDIDOS PENDIENTES				PAGOS PENDIENTES		
REUNIONES CON ASESOR						

“Tus sueños no tienen fecha de caducidad,
¡respira hondo y avanza!”



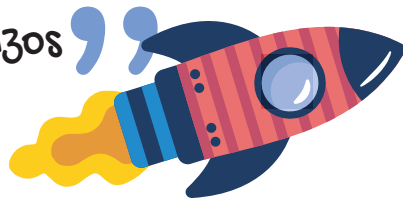
Libro de entradas y salidas

DÍA	CONCEPTO	ENTRADA	SALIDA	SALDO
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				

DÍA	CONCEPTO	ENTRADA	SALIDA	SALDO
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				

TOTAL DE ENTRADAS		RESUMEN
TOTAL DE SALIDAS		
TOTAL DE UTILIDAD		

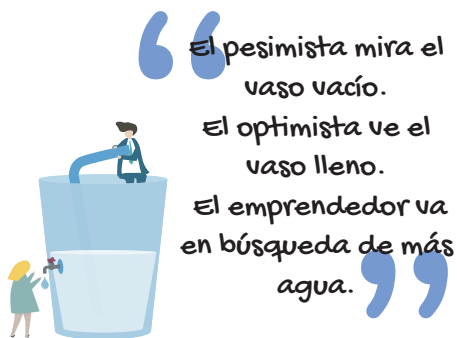
“ Las grandes ideas
 tienen pequeños comienzos ”



Libro mensual de compras

DÍA	NOMBRE DE PROVEEDOR	# DE FACTURA	VALOR EXENTO	VALOR NETO	IMPUESTO (L)	VALOR TOTAL (L)

IMPUESTO PAGADO	
COMPRAS	
TOTAL DE COMPRAS	
TOTAL	



“ El pesimista mira el vaso vacío.
El optimista ve el vaso lleno.
El emprendedor va en búsqueda de más agua. ”

Libro mensual de ventas

DÍA	NOMBRE DE PROVEEDOR	# DE FACTURA		VALOR EXENTO	VALOR NETO	IMPUESTO (L)	VALOR TOTAL (L)
		DE	HASTA				

IMPUESTO PAGADO	
COMPRAS	
TOTAL DE COMPRAS	
TOTAL	

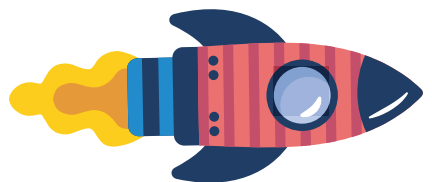
“El éxito es la suma de pequeños esfuerzos que se repiten cada día.”



Inventario

PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD			INVENTARIO FINAL	CANTIDAD A COMPRAR
		INVENTARIO INICIAL	UNIDADES COMPRADAS	UNIDADES VENDIDAS		
TOTALES						

Agenda del
emprendedor
juvenil



2023

Junio

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

La promoción del negocio y herramientas de mercadeo

La promoción es una herramienta de mercadeo que tiene como objetivos específicos el informar, persuadir y recordar al público los productos que maneja el emprendimiento, es uno de los recursos más importantes que se debe tener en cuenta para el buen funcionamiento del negocio.

Se podrán dar a conocer los productos, crear la necesidad de ellos en el mercado e incluso conseguir un buen posicionamiento de la marca. A continuación, algunos consejos:

- o Explotar al máximo los sitios gratuitos.
- o Incentivar a los usuarios a compartir en redes y grupos.
- o Aprovechar los contactos.
- o Promocionar y vender personalmente.

Consejos de mercadeo digital

Los mejores horarios para publicar en redes sociales:

FACEBOOK

Entre 2:00 p.m. y 4:00 p.m. y a partir de las 8:00 p.m.

Hay que aprovechar las horas de descanso y ocio donde la actividad es mayor en esta plataforma.

INSTAGRAM

Entre 7:00 p.m. y 11:00 p.m.

Esta red funciona muy bien todo el día, pero por la noche tiene mayor actividad.

Tres pasos que harán triunfar en Whatsapp

Crea grupos: diferencia los tipos de usuarios para enviar información segmentada.

Diferencia tu público: divide tus grupos en clientes, proveedores, alianzas, etc.

Multiplica tus posibilidades: WhatsApp te permite enviar fotos, ilustraciones, videos y enlaces.

Crea una página en Instagram

Coloca logo de tu marca en la foto de perfil.

Incorpora una descripción del contenido y por qué deben seguirte.

Elabora iconos de historias destacadas sobre todo tu contenido.

Palabras claves relacionadas a tu marca.

Diseño que capte la atención rápidamente.

Sigue un patrón de diseño gráfico.



Planificación mensual

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		
PEDIDOS PENDIENTES				PAGOS PENDIENTES		
REUNIONES CON ASESOR						

“Tus sueños no tienen fecha de caducidad,
¡respira hondo y avanza!”



Libro de entradas y salidas

DÍA	CONCEPTO	ENTRADA	SALIDA	SALDO
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				

DÍA	CONCEPTO	ENTRADA	SALIDA	SALDO
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				

TOTAL DE ENTRADAS		RESUMEN
TOTAL DE SALIDAS		
TOTAL DE UTILIDAD		

OBSERVACIONES

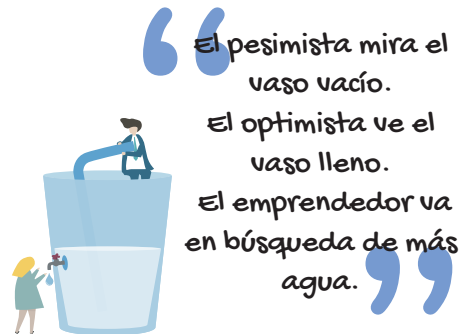
“ Las grandes ideas
 tienen pequeños comienzos ”



Libro mensual de compras

DÍA	NOMBRE DE PROVEEDOR	# DE FACTURA	VALOR EXENTO	VALOR NETO	IMPUESTO (L)	VALOR TOTAL (L)

IMPUESTO PAGADO	
COMPRAS	
TOTAL DE COMPRAS	
TOTAL	



Libro mensual de ventas

DÍA	NOMBRE DE PROVEEDOR	# DE FACTURA		VALOR EXENTO	VALOR NETO	IMPUESTO (L)	VALOR TOTAL (L)
		DE	HASTA				

IMPUESTO PAGADO	
COMPRAS	
TOTAL DE COMPRAS	
TOTAL	

“El éxito es la suma de pequeños esfuerzos que se repiten cada día.”



Julio 2023

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

El manejo de las finanzas del negocio

Sin importar el tipo de negocio si no se tienen las cuentas claras será muy difícil tener un control de ingresos y gastos. Si se quiere un emprendimiento exitoso, es fundamental tener claros algunos conceptos de finanzas, tales como:

a) Los activos: son todos los bienes que tiene un negocio. Se clasifican en:

- Activos circulantes: dinero disponible para gastar en cualquier momento.
- Activos no circulantes: inversiones a largo plazo de un negocio.

b) Los pasivos: deudas y obligaciones (préstamos, impuestos o pagos a proveedores), se clasifican en:

- Pasivo circulante: obligaciones por las que tiene que responder un negocio en menos de un año.
- Pasivo a largo plazo: deudas grandes que tiene un negocio por las que debe responder en un plazo superior a un año, por ejemplo, una hipoteca.

c) Capital: recursos financieros que se invierten en el negocio.

10 consejos para las finanzas de los emprendedores



1

Organiza tus finanzas, cuánto ganas y cuánto gastas.

2

Elimina tus gastos innecesarios.

3

Separa tus gastos personales y los de tu negocio.

4

Capacítate todo lo que puedas.

5

Divide las ganancias de tu negocio en diversas bolsas de ingresos.

6

Ahorra un porcentaje de tus ganancias.

7

Invierte cuidadosamente.

8

Usa tu teléfono como herramienta para manejar tus finanzas.

9

Cuidado con las tarjetas de crédito (trampas plásticas de altos intereses) y con los préstamos.

10

Desarrolla un plan de trabajo anual para tu proyecto.



Planificación mensual

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

PEDIDOS PENDIENTES	PAGOS PENDIENTES
--------------------	------------------

“Tus sueños no tienen fecha de caducidad,
¡respira hondo y avanza!”



Libro de entradas y salidas

DÍA	CONCEPTO	ENTRADA	SALIDA	SALDO
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				

DÍA	CONCEPTO	ENTRADA	SALIDA	SALDO
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				

TOTAL DE ENTRADAS		RESUMEN
TOTAL DE SALIDAS		
TOTAL DE UTILIDAD		

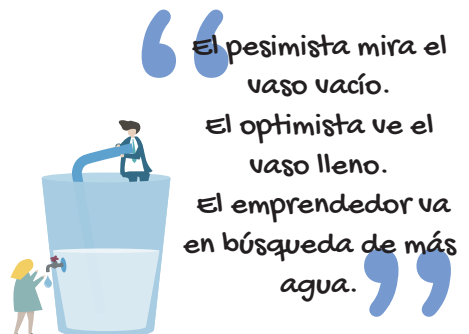
“ Las grandes ideas
 tienen pequeños comienzos ”



Libro mensual de compras

DÍA	NOMBRE DE PROVEEDOR	# DE FACTURA	VALOR EXENTO	VALOR NETO	IMPUESTO (L)	VALOR TOTAL (L)

IMPUESTO PAGADO	
COMPRAS	
TOTAL DE COMPRAS	
TOTAL	



Agosto 2023

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

Ventas efectivas

Las ventas son el pilar de la empresa, sin ingresos, la misma queda a las puertas del cierre. De ahí la importancia de establecer objetivos de ventas a corto y mediano plazo y establecer un plan de acción. Un emprendedor debe ser un buen vendedor: los excelentes vendedores se hacen, no nacen. Vender debe ser una cualidad en el currículum de cada emprendedor.

Las técnicas de ventas son las estrategias que se aplican para convencer al cliente potencial a realizar la compra, así como para fidelizar al cliente real y para impulsarlo a recomendar el producto o servicio.

A continuación, algunos consejos:

1

Los primeros cinco minutos son vitales al presentarse por primera vez delante de un cliente. Así que capte su atención con un gancho interesante sobre el producto o servicio que ofrece y que llegue directamente a su necesidad.

2

Aunque se sea un excelente vendedor, recuerde que obstáculos como los miedos, inseguridades, malas experiencias o desconfianza podrían truncar el éxito de las ventas. Por eso, es importante contrarrestarlos cuando se hacen presentes.

3

Ame las ventas, así como a su producto y servicio. Confíe en usted y en lo que ofrece, y véndalo con gusto. Si no ha logrado llegar a este punto, es hora de mejorar su confianza y hacer los ajustes necesarios en lo que se ofrece. Usted debe ser el primero en creer que lo que vende es bueno.

4

Conozca bien a sus clientes. Conocer a los clientes estrella ayuda a enfocarse en un nicho que realmente necesite el producto o servicio y que, por ende, está dispuesto a pagar por él.

5

Si no tiene conocimiento en ventas, aprenda sobre el tema. La formación es esencial. Recuerde que el ser un buen vendedor es una técnica que se desarrolla.

6

Hable con sus clientes. Esta es la mejor retroalimentación que usted tendrá. Ellos le darán las claves de lo que realmente están necesitando y qué mejoras podría requerir su producto o servicio.

El proceso de una venta 100% efectiva

1

TU PRIMERA IMPRESIÓN

Excelente presentación, saludo agradable, voz clara y ver al cliente a los ojos.

2

PRESENTACIÓN DE TU PRODUCTO

80% de información debe ser sobre los beneficios y 20% sobre las características. Sé honesto y evita ocultar detalles importantes.

3

ESCUCHA A TU CLIENTE

Descubre sus necesidades y lee entre líneas.

4

HABLA MENOS

Calla, escucha sus inquietudes, objeciones y necesidades.

5

MUESTRA EL PRODUCTO

Deja que tu cliente pueda olfatear, sentir, ver, tocar e imaginar.

6

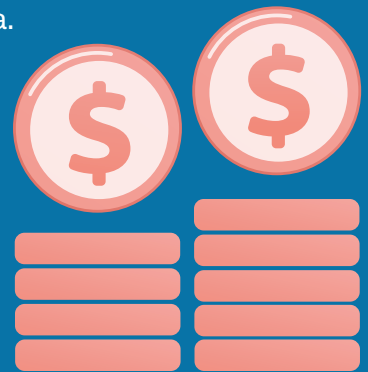
RESPONDE LAS OBJECIONES

Hazlo naturalmente, no te muestres amenazado y responde con beneficios.

7

CIERRA LA VENTA

Sé directo, toma acción para cerrar la venta.



¿cómo crear un plan de ventas útil y eficaz?

1. Define a tu persona compradora.
2. Establece objetivos y metas.
3. Diseña estrategias.
4. Establece un presupuesto.
5. Describe las ofertas y promociones.
6. Marca lapsos de tiempo.
7. Estructura tu equipo de trabajo.
8. Investiga el mercado actual.
9. Plan de ventas.



Planificación mensual

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
PEDIDOS PENDIENTES				PAGOS PENDIENTES		
REUNIONES CON ASESOR						

“Tus sueños no tienen fecha de caducidad,
¡respira hondo y avanza!”



Libro de entradas y salidas

DÍA	CONCEPTO	ENTRADA	SALIDA	SALDO
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				

DÍA	CONCEPTO	ENTRADA	SALIDA	SALDO
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				

TOTAL DE ENTRADAS		RESUMEN
TOTAL DE SALIDAS		
TOTAL DE UTILIDAD		

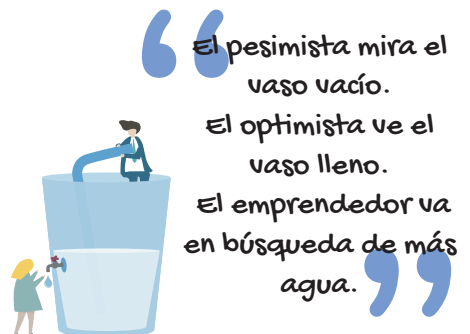
“ Las grandes ideas
 tienen pequeños comienzos ”



Libro mensual de compras

DÍA	NOMBRE DE PROVEEDOR	# DE FACTURA	VALOR EXENTO	VALOR NETO	IMPUESTO (L)	VALOR TOTAL (L)

IMPUESTO PAGADO	
COMPRAS	
TOTAL DE COMPRAS	
TOTAL	



2023

Septiembre

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

La relevancia del nombre del negocio

El nombre otorga identidad, representa las ideas de la empresa, sus objetivos, servicios y, lo más importante, es el primer contacto con los potenciales clientes, la tarjeta de presentación, ya que también contiene información sobre el giro del negocio. La elección del nombre es un proceso creativo cuya influencia a largo plazo es notable.

El nombre del negocio o marca es muy importante porque es la primera forma en que el mundo lo conocerá, básicamente es la primera impresión que causa a los clientes o usuarios.

Aunque parece una tarea sencilla, es muy fácil perderse al tomar una decisión, por lo cual, hay que seguir algunos consejos claves:



Claridad: el nombre que elijas debe transmitir claramente el giro del negocio.

Memorable: debe ser fácil de recordar.

Debe ser único: no solo por cuestiones legales, tener un nombre único también es una clave importante para tener un nombre que impresione y que marque la diferencia.

De fácil pronunciación: en la búsqueda por ser diferente evitar palabras o términos extravagantes que al final nadie entienda y no sepan pronunciar.

Atrayente: esta debe ser una característica que parece obvia, sin embargo, lograrla es más complicado de lo que parece. Un buen consejo es pensar en quién es el público meta, qué le gusta, su edad, sus ingresos y qué idioma hablan.

Un nombre que perdure: debe ser optimista y pensar que la marca será vigente durante muchos años.

Evitar nombres propios: seguramente se quiere que el negocio se desarrolle más allá de la persona, no hay que limitarlo.

Corto: que sea fácil de recordar.

Nombres compuestos: una buena idea es formar el nombre con dos o más palabras, dando más información sobre la marca y garantizando que será un nombre único.

Pasos para elegir un nombre de empresa

1. Define lo que quieres comunicar.
2. Visualiza los nombres de tus principales competidores.
3. Haz una lista de nombres con palabras y frases que llamen tu atención.
4. Descarta y encuentra el nombre apropiado.
5. Acompaña el nombre con una buena imagen.



¿Cómo elegir un nombre único para la marca?

- 1 Elige un nombre corto y fácil de recordar.
- 2 Piensa en tus clientes potenciales, ellos te tienen que identificar perfectamente.
- 3 Usa la creatividad: combina palabras, crea nuevas, piensa en nombres de constelaciones, en lenguajes indígenas, regiones geográficas, etc.
- 4 Haz una evaluación con un grupo de personas para verificar qué entienden ellos del nombre.
- 5 Una vez definida, promocionarla ampliamente para posicionar el producto o servicio.



Planificación mensual

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	
PEDIDOS PENDIENTES				PAGOS PENDIENTES		
REUNIONES CON ASESOR						

Tus sueños no tienen fecha de caducidad,
¡respira hondo y avanza!



Libro de entradas y salidas

DÍA	CONCEPTO	ENTRADA	SALIDA	SALDO
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				

DÍA	CONCEPTO	ENTRADA	SALIDA	SALDO
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				

TOTAL DE ENTRADAS		RESUMEN
TOTAL DE SALIDAS		
TOTAL DE UTILIDAD		

“ Las grandes ideas
 tienen pequeños comienzos ”



2023

Octubre

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Características de un emprendedor

Un emprendedor es una persona que tiene la capacidad de descubrir e identificar algún tipo de oportunidad de negocios, organiza una serie de recursos con el fin de iniciar un proyecto empresarial.

El emprendedor de éxito es:

- ✓ Apasionado.
- ✓ Competitivo.
- ✓ Confía en sí mismo.
- ✓ Creativo.
- ✓ Determinado.
- ✓ Disciplinado.
- ✓ Perseverante.
- ✓ Resiliente.
- ✓ Visionario.
- ✓ Sabe invertir el dinero.

Tomado de Emprender Fácil.



Planificación mensual

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
2	3	4	5	6	7	1/8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					
PEDIDOS PENDIENTES				PAGOS PENDIENTES		
REUNIONES CON ASESOR						

“Tus sueños no tienen fecha de caducidad,
¡respira hondo y avanza!”



Libro de entradas y salidas

DÍA	CONCEPTO	ENTRADA	SALIDA	SALDO
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				

DÍA	CONCEPTO	ENTRADA	SALIDA	SALDO
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				

TOTAL DE ENTRADAS		RESUMEN
TOTAL DE SALIDAS		
TOTAL DE UTILIDAD		

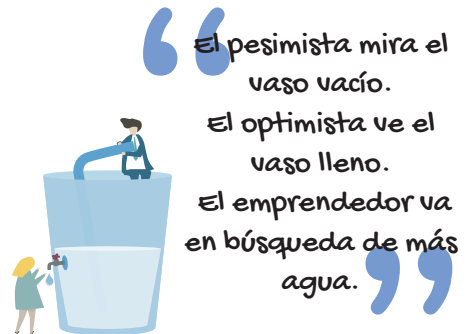
“ Las grandes ideas
 tienen pequeños comienzos ”



Libro mensual de compras

DÍA	NOMBRE DE PROVEEDOR	# DE FACTURA	VALOR EXENTO	VALOR NETO	IMPUESTO (L)	VALOR TOTAL (L)

IMPUESTO PAGADO	
COMPRAS	
TOTAL DE COMPRAS	
TOTAL	



Libro mensual de ventas

DÍA	NOMBRE DE PROVEEDOR	# DE FACTURA		VALOR EXENTO	VALOR NETO	IMPUESTO (L)	VALOR TOTAL (L)
		DE	HASTA				

IMPUESTO PAGADO	
COMPRAS	
TOTAL DE COMPRAS	
TOTAL	

“El éxito es la suma de pequeños esfuerzos que se repiten cada día.”



Noviembre 2023

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Tipos de emprendedores

Los emprendedores tienen la iniciativa de crear su propio negocio. Cada persona tiene su estilo, visión y manera de asumir sus retos; aunque todos los emprendedores son únicos, tienden a compartir ciertas características.

Todo tipo de emprendedor tiene una visión, a continuación, los siete tipos más comunes:

Visionario: se adelanta a las tendencias del momento y enfoca su negocio en productos o servicios que serán claves en el futuro, no se distrae en los negocios que son rentables hoy. Trabajan con proyectos a largo plazo y no le tienen miedo al riesgo.

Persuasivo: es quien inicia un proyecto, suele tener mayor peso su liderazgo que la ejecución como tal del proyecto.

Especialista: tiene un perfil más técnico. Puede llegar a desarrollar productos o servicios de alta rentabilidad.

Oportunista: se podría decir que es el emprendedor por excelencia, ya que anda en busca de oportunidades y las aprovecha, busca cubrir una necesidad y sacar beneficios de ella.

Inversionista: tiene un capital y decide crear una compañía, busca nuevas oportunidades de negocio en donde su dinero crezca aún más.

Social: su objetivo es dedicarse a desarrollar acciones diversas para aportar soluciones a problemáticas sociales, no tiene intereses económicos propios.

Por accidente: se hacen emprendedores por casualidad, dicen que la suerte los rodea todo el tiempo. Normalmente se asocian con familiares y amigos, que les proponen asociarse en algún proyecto.

Planificación mensual

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			
PEDIDOS PENDIENTES				PAGOS PENDIENTES		

“Tus sueños no tienen fecha de caducidad,
¡respira hondo y avanza!”



Libro de entradas y salidas

DÍA	CONCEPTO	ENTRADA	SALIDA	SALDO
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				

DÍA	CONCEPTO	ENTRADA	SALIDA	SALDO
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				

TOTAL DE ENTRADAS		RESUMEN
TOTAL DE SALIDAS		
TOTAL DE UTILIDAD		

“ Las grandes ideas
 tienen pequeños comienzos ”



Inventario

		CANTIDAD				
PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	INVENTARIO INICIAL	UNIDADES COMPRADAS	UNIDADES VENDIDAS	INVENTARIO FINAL	CANTIDAD A COMPRAR
TOTALES						

Diciembre 2023

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

El éxito del negocio

Para lograr el éxito de un emprendimiento, primero, hay que convencerse que el mismo va a funcionar. Para ello, se deben tener valores como la confianza en sí mismo y la autodeterminación. Conseguir el éxito no es un camino sencillo, requiere tiempo, dedicación y estudio. ¿Cuándo un emprendimiento tiene éxito? Esto ocurre cuando se materializan todas esas ideas; y más allá del lado económico que pueda generar, constan la reputación y reconocimiento conectados a ello.

Cuando se da inicio a un nuevo emprendimiento, lo más anhelado es alcanzar las metas. Por ello, es de suma importancia construir un plan de negocio, para conocer si la idea será exitosa.

¿Cuáles son los factores más importantes de éxito de un emprendimiento?

1. Tener claros los objetivos.
2. Olvidarse de la improvisación.
3. Conocer la actividad.
4. Constancia.
5. Flexibilidad.
6. Pasión.
7. Visión.
8. Análisis.
9. Rápido reconocimiento de las oportunidades.



Cinco pasos para crear una startup con éxito

Ricardo Ocleppo, CEO de Docsity, una social network para estudiantes de todo el mundo, recomienda estos cinco pasos:

1

NO TE RINDAS

Será un camino largo y se necesita fuerza y coraje, pero no te rindas.

2

TRABAJO DURO

Nadie va a hacer el trabajo por ti. No es un trabajo de "nueve a cinco" vas a trabajar más que los demás, sin embargo será más divertido.

3

SIEMPRE SE APRENDE

Es la cosa más importante, está conectado con tu crecimiento, con tus habilidades y tus límites. Pregúntate siempre si todavía estas aprendiendo.

4

ERRORES

Aprendemos mucho más de los errores que de los éxitos, necesitarás tu lucidez para entender por qué se han producido y cómo evitarlos.

5

PASIÓN

Piensa en un proyecto donde realmente puedas combinar talento y pasión. Es una tarea difícil, porque la mayoría de las veces se elige un camino tradicional.



Planificación mensual

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31
PEDIDOS PENDIENTES				PAGOS PENDIENTES		
REUNIONES CON ASESOR						

“Tus sueños no tienen fecha de caducidad,
¡respira hondo y avanza!”



Libro de entradas y salidas

DÍA	CONCEPTO	ENTRADA	SALIDA	SALDO
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				

DÍA	CONCEPTO	ENTRADA	SALIDA	SALDO
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				
TOTAL DE ENTRADAS			RESUMEN	
TOTAL DE SALIDAS				
TOTAL DE UTILIDAD				

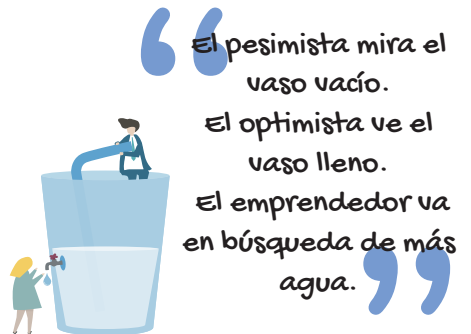
“ Las grandes ideas
 tienen pequeños comienzos ”



Libro mensual de compras

DÍA	NOMBRE DE PROVEEDOR	# DE FACTURA	VALOR EXENTO	VALOR NETO	IMPUESTO (L)	VALOR TOTAL (L)

IMPUESTO PAGADO	
COMPRAS	
TOTAL DE COMPRAS	
TOTAL	



Libro mensual de ventas

DÍA	NOMBRE DE PROVEEDOR	# DE FACTURA		VALOR EXENTO	VALOR NETO	IMPUESTO (L)	VALOR TOTAL (L)
		DE	HASTA				

IMPUESTO PAGADO	
COMPRAS	
TOTAL DE COMPRAS	
TOTAL	

“El éxito es la suma de pequeños esfuerzos que se repiten cada día.”



Inventario

PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD				CANTIDAD A COMPRAR
		INVENTARIO INICIAL	UNIDADES COMPRADAS	UNIDADES VENDIDAS	INVENTARIO FINAL	
TOTALES						

Formato para el registro de clientes

Es importante indicar que el objetivo de incluir estos apartados es el de orientar al emprendedor a que mantenga registros de sus principales clientes, de esta manera le ayudará a mejorar su mercadeo.




Se utilizará el siguiente formato:

Cliente: _____

Nombre: _____

Teléfono: _____

Dirección de entrega: _____

Medio de compra:   

Cliente: _____

Nombre: _____

Teléfono: _____

Dirección de entrega: _____



Medio de compra:   

Cliente: _____

Nombre: _____

Teléfono: _____

Dirección de entrega: _____

Medio de compra:   

Cliente: _____

Nombre: _____

Teléfono: _____

Dirección de entrega: _____



Medio de compra:   

Cliente: _____

Nombre: _____

Teléfono: _____

Dirección de entrega: _____

Medio de compra:   

Cliente: _____

Nombre: _____

Teléfono: _____

Dirección de entrega: _____

Medio de compra:   

Cliente: _____

Nombre: _____

Teléfono: _____

Dirección de entrega: _____

Medio de compra:   

Cliente: _____

Nombre: _____

Teléfono: _____

Dirección de entrega: _____

Medio de compra:   

Cliente: _____

Nombre: _____

Teléfono: _____

Dirección de entrega: _____

Medio de compra:   

Cliente: _____

Nombre: _____

Teléfono: _____

Dirección de entrega: _____

Medio de compra:   

Cliente: _____

Nombre: _____

Teléfono: _____

Dirección de entrega: _____

Medio de compra:   

Cliente: _____

Nombre: _____

Teléfono: _____

Dirección de entrega: _____

Medio de compra:   

Cliente: _____

Nombre: _____

Teléfono: _____

Dirección de entrega: _____

Medio de compra:   

Cliente: _____

Nombre: _____

Teléfono: _____

Dirección de entrega: _____

Medio de compra:   

Formato para el registro de proveedores

El objetivo de este apartado es que el emprendedor identifique sus socios claves, que tenga más opciones de venta de sus productos o compra de insumos claves.

Se utilizará el siguiente formato:

Nombre: _____

Teléfono: _____

Dirección : _____

Correo electrónico: _____

Productos que vende: _____

Nombre: _____

Teléfono: _____

Dirección : _____

Correo electrónico: _____

Productos que vende: _____

Nombre: _____

Teléfono: _____

Dirección : _____

Correo electrónico: _____

Productos que vende: _____

Nombre: _____

Teléfono: _____

Dirección : _____

Correo electrónico: _____

Productos que vende: _____

Nombre: _____

Teléfono: _____

Dirección : _____

Correo electrónico: _____

Productos que vende: _____

Nombre: _____

Teléfono: _____

Dirección : _____

Correo electrónico: _____

Productos que vende: _____

Nombre: _____

Teléfono: _____

Dirección : _____

Correo electrónico: _____

Productos que vende: _____

Nombre: _____

Teléfono: _____

Dirección : _____

Correo electrónico: _____

Productos que vende: _____

Nombre: _____

Teléfono: _____

Dirección : _____

Correo electrónico: _____

Productos que vende: _____

Nombre: _____

Teléfono: _____

Dirección : _____

Correo electrónico: _____

Productos que vende: _____

Nombre: _____

Teléfono: _____

Dirección : _____

Correo electrónico: _____

Productos que vende: _____

Nombre: _____

Teléfono: _____

Dirección : _____

Correo electrónico: _____

Productos que vende: _____

Nombre: _____

Teléfono: _____

Dirección : _____

Correo electrónico: _____

Productos que vende: _____

Nombre: _____

Teléfono: _____

Dirección : _____

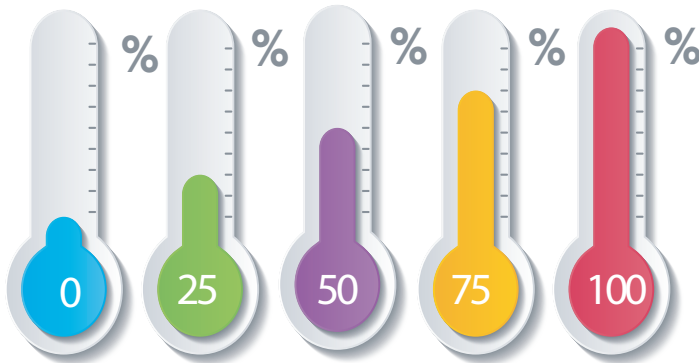
Correo electrónico: _____

Productos que vende: _____

Formato para el seguimiento y monitoreo del negocio

El objetivo de este apartado es:

- Visualizar los resultados del proceso de seguimiento.
- Factor motivante para el emprendedor ya que se calificará de forma dinámica el avance de su gestión como empresario.



© Swisscontact, 2022.

Swisscontact. Agenda del emprendedor juvenil 2023, Honduras, septiembre de 2022.

La presente publicación ha sido elaborada por Swisscontact a través del Programa ProJoven, el cual es financiado por la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación COSUDE.

Autora:

Waldina Castro.

Personas colaboradoras:

Marco Vásquez, Manuel Antonio Martínez y Nelson García (Swisscontact).

Este manual es posible gracias al apoyo del Programa ProJoven. Las opiniones de la autora expresadas en esta publicación no reflejan necesariamente las opiniones de la COSUDE ni Swisscontact.

Aclaración

El uso de lenguaje que no discrimine ni marque diferencias entre hombres y mujeres es vital para COSUDE y Swisscontact. Sin embargo, dado que su uso en español presenta soluciones muy variadas sobre las cuales los lingüistas aún no se han puesto de acuerdo y con el fin de evitar la sobrecarga gráfica del uso de “o/a” para representar la existencia de ambos sexos, en el presente documento se ha optado por utilizar el genérico masculino bajo el entendido de que todas las menciones en dicho género incorporan a hombres y mujeres.

Para más información dirigirse a:

Swisscontact. Lomas del Guijarro, calzada Llama del Bosque, #602 | Tegucigalpa, Honduras. Tel. +504 2232-5855. Correo electrónico: info.honduras@swisscontact.org.



Descargue
la versión digital
de esta agenda
escaneando
este código.

“

«No se trata solo de tener una
buena idea de negocio.
Se trata de hacer que las ideas
se conviertan en realidad».
Scott Belsky, cofundador de Behance.

”

