



Programa  
**PROEQUIDAD**

# MANUAL PLAN DE NEGOCIOS PARA JÓVENES

5 ELEMENTOS BÁSICOS EN UN PLAN DE NEGOCIOS





Manual

# “Plan de Negocios para Jóvenes”

5 ELEMENTOS BÁSICOS EN UN PLAN DE NEGOCIOS

Víctor Daniel García García

Armando Enrique Juárez Valencia

**“Este material se realizó con recursos de la Décimo Cuarta Emisión del Programa Proequidad del Instituto Nacional de las Mujeres, empero, este no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las(os) autores del presente trabajo”**

## **C R E D I T O S**

**Colectivo Juventud entre Tules A.C.**

**Instituto Nacional de las Mujeres**

Coordinadora de Proyecto:

**Sonia Salazar Pérez**  
**s.salazar@cojetac.org.mx**

Autores:

**Víctor Daniel García García**  
**v.garcia@cojetac.org.mx**

**Armando Enrique Juárez Valencia**  
**enrique0754@yahoo.com.mx**

Diseño Portada y Contraportada:  
**Eduardo León Correa**

**Derechos Reservados**

**© Colectivo Juventud entre Tules A.C.**

**Fuente de Sol no. 18-A. Frac. Fuentes del Valle,  
Tultitlán, Estado de México, 54910**

**www.cojetac.org.mx**

**www.aprendiendoyemprendiendo.com.mx**

**Primera edición 2015**

**“Aprendiendo y Emprendiendo: talleres para potenciar la agencia económica en mujeres jóvenes” es un proyecto del Colectivo Juventud entre Tules A.C. que se enmarca dentro de la Décimo Cuarta Edición del Programa ProEquidad del Instituto Nacional de las Mujeres. Este manual de trabajo y la información contenida puede compartirse con otros actores sociales, citando la fuente.**

Las imágenes que aparecen en este manual fueron tomadas de la web para fines didácticos.

# ÍNDICE

	<b>Página</b>
<b>Prefacio</b>	1
<b>Introducción</b>	3
<b>Presentación del manual</b>	5
<b>Simbología</b>	6
<b>1. Descripción de la Empresa</b>	
1.1 La idea del servicio y/o producto	7
1.2 Nombre y logotipo de la empresa	8
1.3 Misión y Visión de la empresa	9
1.4 Objetivos de la empresa	12
<b>2. Descripción del Servicio y/o Producto</b>	
2.1 Definiendo concretamente los servicios y/o productos de la empresa	14
2.2 Qué necesidad en el mercado satisface nuestro servicio y/o producto	16
2.3 Ventajas competitivas de nuestro producto	17
<b>3. Plan de Mercadeo</b>	
3.1 Conocer el mercado y la competencia	19
3.2 Elegir nuestro cliente objetivo	20
3.3 Estrategias de comunicación con nuestro cliente	21
<b>4. Organización Interna de la Empresa</b>	
4.1 Defina el organigrama de la empresa	23
4.2 Estableciendo funciones generales	25
4.3 Funciones específicas	27
<b>5. Estructura Financiera</b>	
5.1 Inversión inicial	29
5.2 Costos fijos y costos variables	30
5.3 Fijemos el precio de nuestro servicio y/o producto	32
<b>Resumen Ejecutivo</b>	34
<b>Bibliografía</b>	39
<b>Sobre los autores</b>	40

## PREFACIO

Con el propósito de conocer la opinión de gente joven y particularmente de mujeres ubicadas en el rango etario de entre los 17 a 24 años sobre el tema del emprendimiento empresarial y particularmente acerca de la herramienta Plan de Negocios, se realizaron sesiones de trabajo con un grupo de 60 jóvenes estudiantes de la carrera de Administración y Gestión de PyMEs que al momento de realizar el ejercicio se encontraban estudiando el 8vo. Cuatrimestre (julio 2015) en un plantel de educación superior ubicado en el Municipio de Tultitlán, Estado de México.

La razón fundamental de haber entrevistado a las y los jóvenes estudiantes antes mencionados fue que como parte del desarrollo de sus competencias académicas, a lo largo de su estancia en la Universidad, han tenido que desarrollar diversos proyectos de emprendimiento empresarial y como elemento vital de estos, sus respectivos planes de negocios.

La sensibilidad adquirida por las y los jóvenes estudiantes a través de su formación como administradoras(es), facilitó que las respuestas fueran más cercanas al pensar y actuar de las potenciales lectoras de este manual.

A partir de sistematizar las respuestas a las entrevistas realizadas se identificó la pertinencia de que el presente material contemple:

- Interacción práctica con la teoría del emprendimiento empresarial.
- Lenguaje claro del Plan de Negocio.
- Reconocimiento de posibles diferencias entre pensamiento de mujeres y hombres hacia el emprendimiento empresarial.
- Orientación a los negocios con equilibrio en el bienestar personal.
- Acceso a diversos medios de apoyo teórico – práctico.

Por tal motivo, en este manual se expondrá de forma sencilla, información que servirá para que mujeres y hombres jóvenes comiencen a familiarizarse y relacionarse con el emprendimiento empresarial, así como con los componentes esenciales que requiere un Plan de Negocios, entendiendo a este último como una herramienta organizativa fundamental para iniciar nuevas empresas.

En este orden de ideas, es necesario comentar que desde nuestro punto de vista, el emprendimiento empresarial debe de abordarse, atenderse y entenderse desde un enfoque interdisciplinar y multisectorial, en función de la complejidad del fenómeno y de las variables que inciden en su desarrollo. Con base en lo antes anotado, al pensar y elaborar un Plan de Negocios debemos tener presente que existen un conjunto de elementos a considerar, los cuales sólo pueden ser atendidos si superamos las visiones estrechas y cortas de miras, las cuales lo entienden a partir de un solo enfoque.

Dado lo anterior, es fundamental que al momento de que elaboremos una propuesta de negocios, tengamos presente la necesidad de recuperar propuestas que diversas disciplinas aportan, así como conocer las ofertas que desde organizaciones públicas y privadas existen para impulsar emprendimientos empresariales.



Programa  
**PROEQUIDAD**

“Este material se realizó con recursos de la Décima Cuarta Emisión del Programa Proequidad del Instituto Nacional de las Mujeres, empero, este no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las(os) autores del presente trabajo.”

## INTRODUCCIÓN

### **Fomentar el emprendimiento en las y los jóvenes.**

Hoy en día la sociedad mexicana enfrenta un conjunto de retos de primera importancia, los cuales requieren ser atendidos con estrategias integrales e incluyentes que permitan construir contextos donde todas las personas tengan las mismas oportunidades de desarrollar a plenitud sus capacidades y habilidades.

Para el caso de las y los jóvenes en México, uno de los retos estructurales y permanentes, es sin duda la crisis de empleo decente<sup>1</sup>, la cual genera que se frustren tanto las trayectorias educación-empleo, como los proyectos de vida de miles de jóvenes, los cuales al estar excluidos del mercado laboral, encaminan sus acciones en contextos peligrosos. A modo de ejemplo, para el año 2015 el INEGI reporto que del total de la Población Económicamente Activa Juvenil, el 7.4% se encontraba desocupada, mientras que el 61.1% de la misma PEA Juvenil se ubicaban en la informalidad global.

Por lo antes anotado, en México una estrategia que se ha estado impulsando con mucha fuerza por diversas instituciones, tanto públicas como privadas, es la de encaminar a las y los jóvenes hacia procesos de emprendimiento empresarial, el cual se presenta como una opción atractiva y oportuna para tratar de enfrentar las altas tasas de desempleo e informalidad que actualmente se registran y que impacta en mayor medida sobre la población juvenil.

En este orden de ideas, por emprendimiento empresarial juvenil se puede entender “todos aquellos procesos formales, legales y socialmente responsables que se llevan a cabo por sujetos jóvenes de forma individual

---

<sup>1</sup> Por empleo decente entendemos aquel empleo que tiene una remuneración justa, seguridad social, perspectivas y oportunidades de desarrollo profesional independientemente de condiciones estructurales.

y/o colectiva, orientadas a satisfacer una necesidad específica en el mercado, permitiendo con esto impulsar un empoderamiento y agenciamiento del emprendedor joven, a partir de generar un reconocimiento social por parte de sus pares y demás agregados sociales, a pesar de todas las diferencias y tensiones sociales existentes a causa de su condición etaria” (García, 2015, p. 70-71).

Por lo mismo, autores como Jaramillo (2004), Rodríguez (2004) y García (2015) ha argumentado que la gente joven que inicia propuestas de emprendimiento empresarial coadyuvaría entre otras cosas a:

- La generación de empleos para jóvenes.
- La reducción de las cifras de desempleo e informalidad juvenil.
- El impulso a procesos exitosos de vinculación en las trayectorias educativo-laborales.

En consonancia con lo antes anotado, el COJETAC en el marco de la décimo cuarta edición del Programa Proequidad del INMUJERES diseño el *Proyecto Aprendiendo y Emprendiendo: talleres para potenciar la agencia económica en mujeres jóvenes.* El cual tiene por objetivo capacitar en artes gráficas a mujeres jóvenes para que estén en la posibilidad de generar emprendimientos propios o bien insertarse al mercado laboral.

Dentro de las actividades contempladas en el proyecto, se estableció la elaboración de un manual de “Plan de Negocios para Jóvenes”, el cual se presenta como un documento necesario al momento de iniciar un emprendimiento empresarial.

# PRESENTACIÓN DEL MANUAL

El contenido del manual se presenta como una guía que busca apoyarte para que identifiques cuales son los pasos básicos para elaborar un Plan de Negocios.

Está pensado bajo una lógica que te permita poner en práctica de forma inmediata lo que se va revisando.

Es importante indicar que el perfil al cual está dirigido este manual son mujeres y hombres jóvenes de entre 14 a 20 años prioritariamente, así como a quienes no han tenido una experiencia directa y/o amplia en aspectos de emprendimiento empresarial.

Cuenta con simbología que te apoyará para que puedas desarrollar tu idea de negocio.



## SIMBOLOGÍA



**Aplica lo aprendido en tu idea de negocio.**



**Ejercicios que te permitirán poner en práctica lo aprendido.**



**Preguntas reflexivas.**



**Datos relevantes.**

## 1. Descripción de la Empresa

### 1.1 La idea del servicio y/o producto.

Ahora que te has decidido a iniciar una empresa, es necesario que tengas presente cual será la idea de tu servicio y/o producto ya que a partir de esta premisa, se irá construyendo toda tu propuesta de negocios. Cuando pienses en la idea de tu servicio y/o producto, debes de estar pensando al mismo tiempo en estrategias de evaluación y adaptación de tu idea, por tal motivo, antes de presentarla en el mercado, preséntatela a ti, como un consumidor exigente.

Para hacer lo anterior, sigue estos pasos sencillos:

- 1) Piensa en una necesidad personal que creas que no está cubierta por algún producto y/o servicio que se oferta en el mercado, o si ya está en comercialización, piensa como puedes mejorarla. La innovación es un elemento esencial.
- 2) Lleva la idea a la acción. Recuerda el famoso dicho “la práctica hace al maestro”, por tal motivo, no dudes en comenzar a implementar tu idea de servicio y/o producto, has “prototipos”, los cuales te permitirán ir mejorando y adecuando tu propuesta.
- 3) Pon mucha atención a los cambios que día a día se presentan en el mundo, en tú país, en tú comunidad. Esto te permitirá ser capaz de modificar, adaptar y sacarle el mayor provecho a tu idea de negocio.



Manténte informada/o de los apoyos a emprendedoras/es en:  
[www.inadem.gob.mx](http://www.inadem.gob.mx)

## 1.2 Nombre y logotipo de la empresa.

Uno de los primeros pasos que tienes que hacer es pensar cual será el nombre de tu empresa, esto con la finalidad de que vayas visualizando tu emprendimiento. Es importante recordar que al momento de ponerle un nombre a tu empresa debes pensar en uno que sea corto, agradable, pegajoso y que este directamente vinculado a tu producto y/o servicio.

Como ejercicio constructivo, puedes comenzar a realizar una lista con nombres que se te ocurran, aún no decidas, comienza a realizar el resto de los pasos que se te presentan en este manual y al final, ya que hayas completado la totalidad de los pasos básicos de un plan de negocios regresa a tu lista y entonces sí, decide, selecciona el nombre de la empresa que mejor creas define tu idea.



Lista de posibles nombres de tú empresa

### 1.3 Misión y visión de la empresa.

La misión de la empresa expone la razón de ser de cualquier Organización, esta debe reflejar lo que buscamos, lo que hacemos y para quien lo hacemos, es una declaración de las actividades que hacemos en el presente pero que tienen una finalidad específica para la empresa en un futuro inmediato.

Algunas preguntas que podemos hacernos para construir nuestra misión son:

¿Quiénes somos?

¿Qué hacemos?

¿Para qué lo hacemos?

¿Para quién lo hacemos?

¿A través de que lo hacemos?



**Utilizando las preguntas enlistadas, construye la misión de una escuela en tres renglones**


La visión por su parte es una declaración aspiracional del futuro que busca la Empresa, por lo mismo, comúnmente se indica que es una declaración de la situación a la cual se quiere llegar. En la elaboración de la visión se debe de pensar de forma estratégica, ya que hay que tomar en cuenta los cambios que se presentaran en el contexto inmediato.

Para facilitar la elaboración de nuestra visión, algunas preguntas guías que podríamos contestar son:

¿Qué y cómo queremos ser?

¿Qué deseamos lograr?

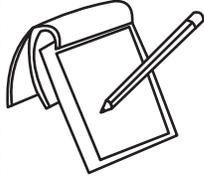
¿Cómo queremos que nos describan?

¿Qué valores queremos que nos distingan?

¿Cómo llegaremos a esto?



<b>Utilizando las preguntas enlistadas, construye la visión de una escuela en tres renglones</b>



**Aplica lo aprendido en tu idea de negocio.**

Elabora la Misión y Visión de tú empresa:

Misión (Máximo 5 renglones)

Visión (Máximo 5 renglones)



**¿Quieres saber si tú misión y visión están bien redactadas?**

Elabora el ejercicio práctico que viene al final del manual y envíalo a cualquiera de los correos que aparecen al inicio del documento para su revisión.

## 1.4 Objetivos de la empresa.

Para que nuestra empresa tenga una dirección a seguir, se requiere que elaboremos objetivos, los cuales serán lineamientos fundamentales para encaminar nuestras actividades. En este sentido, se recomienda que se elaboren objetivos a corto, mediano y largo plazo.

Los objetivos de una empresa son los resultados esperados o bien alguna situación que buscamos lograr o conseguir con las actividades que se llevan a cabo.

Por lo regular, los objetivos se construyen iniciando con un verbo en infinitivo, seguido del elemento a medir, finalizando con el enfoque o área de énfasis.

Reglas de sintaxis:

**Verbo en Infinitivo**



**Elemento a medir**



**Enfoque o áreas de énfasis**

Hay dos grandes tipos de objetivos:



### **Objetivos Generales**

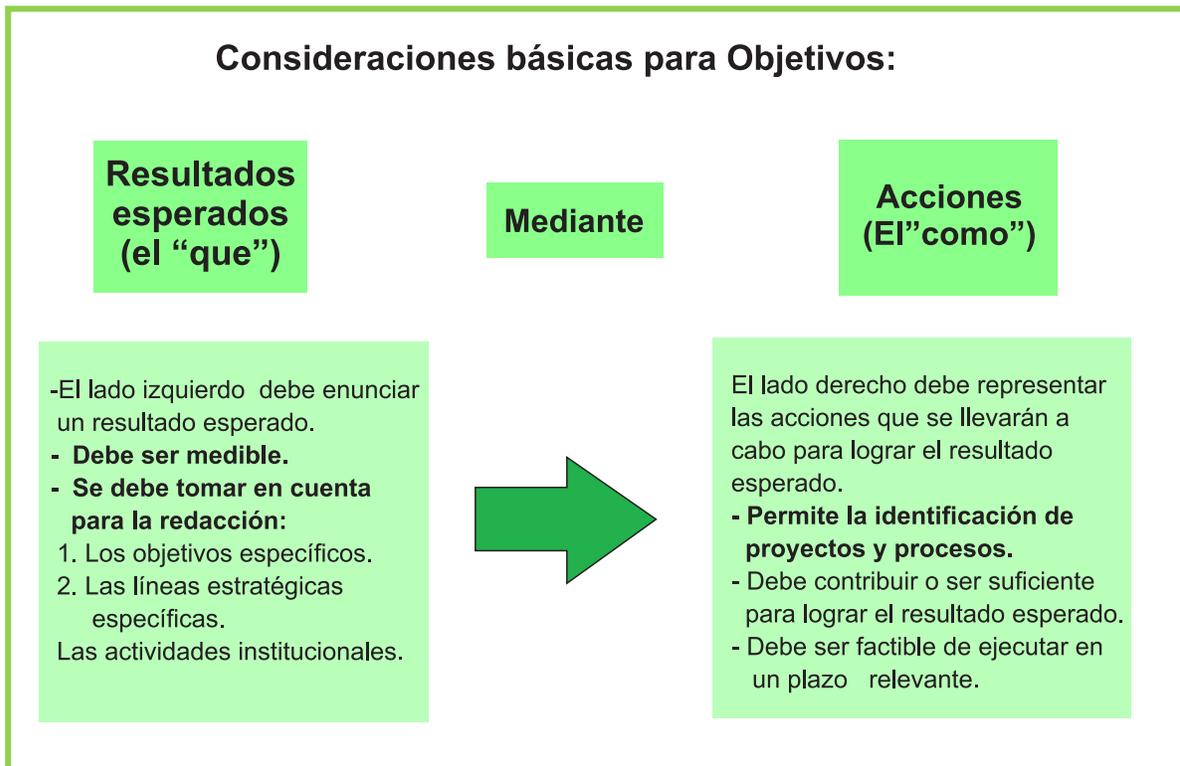
- Son expresiones generales que por lo regular engloban la aspiración general de la empresa.



### **Objetivos Específicos**

- Son declaraciones concretas en cuanto a cantidad y tiempo, los cuales buscan atender y responder a lo plasmado en el objetivo general.

Consideraciones básicas para la redacción de nuestros objetivos:



Ejemplo: **Capacitar a 10 mujeres jóvenes en el manejo de redes sociales a través de talleres de computación.**



<b>Redacta un objetivo general y dos objetivos específicos de una escuela</b>

## 2. Descripción del Servicio y/o Producto

### 2.1 Definiendo concretamente los servicios y/o productos de la empresa.

En este punto es necesario que identifiques tanto las características esenciales, como las innovaciones de tu producto y/o servicio. Es importante que te des tiempo para detallar cada una de las características e innovaciones de tu servicio y/o producto, ya que estás te permitan identificar en que giro comercial se encuentra tu idea, que magnitud tiene, así como para colocarte como un competidor importante en el mercado.

Para realizar lo anterior, te dejamos el siguiente cuadro que te servirá para definir tu producto y/ servicio.

Producto y/o Servicio



Características	Innovaciones



## **Aplica lo aprendido en tu idea de negocio.**

Ahora que tienes bien identificadas las características y las innovaciones de tu producto y/o servicio, defínelo:

**Define tu producto y/ servicio (Máximo 5 renglones)**

<b>Define tu producto y/ servicio (Máximo 5 renglones)</b>

## 2.2 Qué necesidad en el mercado satisface nuestro servicio y/o producto.

Cualquier producto y/o servicio que se encuentre en el mercado necesariamente tiene que satisfacer una necesidad, por tal motivo tienes que ser capaz de identificar si lo que vas a ofertar tendrá recepción en los clientes.

Por tal motivo, una estrategia que puedes aplicar es hacer un sondeo por la zona en donde se ubicará tu empresa para conocer cuáles son tus competidores, cuál es el precio de los servicios y/o productos similares al tuyo, así como la demanda que existe por parte de los clientes.



Aplica lo aprendido.

Realiza dos listas:

- La primera para conocer cinco competidores.
- La segunda para enlistar los productos y/o servicios similares a los tuyos y su precio de venta.

Competidores

Producto y/o servicio	Precio de venta
	\$
	\$
	\$
	\$
	\$
	\$

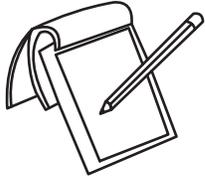
## 2.3 Ventajas competitivas de nuestro servicio y/o producto.

Las ventajas competitivas las podemos entender como el conjunto de características de valor superior con las cuales tu servicio y/o producto podrá sobresalir y distinguirse en el mercado.

Con estas ventajas competitivas tu producto y/o servicio marcará una diferencia con respecto a tus competidores. Es importante tener presente que pueden aparecer en diferentes aspectos de tu empresa. Como por ejemplo en la producción, en el servicio al cliente o bien en la venta por internet.

Pensemos en una escuela que va a abrir sus puertas el próximo mes, para lograr atraer clientes, las empresarias están impulsando una estrategia donde se dan a conocer las ventajas competitivas de este plantel educativo, así, en su volante publicitario aparece lo siguiente:





## Aplica lo aprendido en tu idea de negocio.

Ahora piensa en las ventajas competitivas de tu producto y/o servicio y anótalas.

Ventajas competitivas

### 3. Plan de Mercadeo

#### 3.1 Conocer el mercado y la competencia.

Un elemento fundamental que no podemos dejar sin estudiar, refiere al conocimiento del mercado y por supuesto de la competencia que existe.

En cuanto al mercado debemos saber si existe demanda para nuestro producto y/o servicio, así como conocer los proveedores, clientes potenciales, estrategias de ventas, así como el precio.

Como ejercicio práctico piensa que eres la Directora de un plantel educativo y quisieras introducir el servicio de transporte escolar. ¿Cuáles? Serían algunas preguntas que tendrías que hacerte para saber si tu servicio tendrá éxito...



Anota aquí tus preguntas ¿?

### 3.2 Elegir nuestro cliente objetivo.

Por cliente objetivo podemos entender al consumidor al que tu producto y/o servicio va dirigido, por ende es necesario conocer cuáles son las necesidades, expectativas y anhelos que debemos satisfacer.

Es importante tener claridad de que los gustos, intereses y necesidades de nuestros clientes cambian mucho dependiendo de condiciones como la edad, el sexo, el ingreso económico, o la condición geográfica, entre otras. Por tal motivo, la elección de nuestro cliente objetivo está directamente relacionada con las características que enlistamos líneas arriba de nuestro producto y/o servicio.

A modo de ejercicio, ayúdanos a identificar el cliente objetivo más idóneo para los siguientes productos:



Producto	Cliente Objetivo
Computadora portátil	
Corbata	
Zapatillas	

 Para una empresa el cliente lo es todo.  
Te recomendamos revisar la siguiente información.  
<http://www.soyentrepreneur.com/25550-mejora-tu-servicio-al-cliente.html>

### 3.3 Estrategias de comunicación con nuestro cliente.

Ahora que sabemos a quién está dirigido nuestro servicio y/o producto, necesitamos diseñar estrategias que nos permitan colocarnos como una opción real con nuestros clientes objetivos.

Las estrategias de comunicación con nuestros clientes deben de contar con cuando menos tres características fundamentales, las cuales permitirán que nuestros producto y/o servicio se coloque como una opción real en el mercado. Las características son: que sea práctica, la innovación, y la eficiencia.

Entendemos que una estrategia de comunicación es innovadora cuando logra captar la atención de los clientes potencial a partir de exponer las características de nuestro servicio y/o producto de manera diferente.

Por su parte la práctica está enfocada en que la estrategia pueda ser ejecutada de manera correcta, y por lo mismo impacte de manera positiva en nuestros clientes.

Mientras que la eficiencia impacta directamente en el resultado que alcanzó nuestra estrategia de comunicación. En este punto hay que tomar en cuenta los recursos invertidos, esto es más gráfico a través de la siguiente ecuación:

**Pocos recursos y mucho impacto = Mayor eficacia**

**Muchos recursos y poco impacto = Menor eficacia**



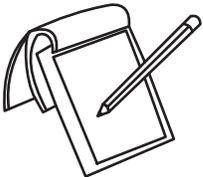
Para profundizar en el tema, te invitamos a que te preguntes:

**¿Cuál sería una correcta estrategia de comunicación con un cliente potencial?**

Apoyate buscando mas información en internet.

Recuperando el ejemplo de la escuela que hemos estado manejando, una estrategia de comunicación con nuestros clientes sería de la siguiente manera:

Estrategia	Innovación	Práctica	Eficiencia
Medios digitales	Utilización de las TIC's.	Puede ser implementada por cualquier persona con conocimiento de uso de las TIC's.	Se puede verificar que la campaña impacto a nuestros clientes.



**Aplica lo aprendido en tu idea de negocio.**

Ahora enlista algunas estrategias de comunicación que pudieras implementar con tus clientes para difundir tu producto y/o servicio.

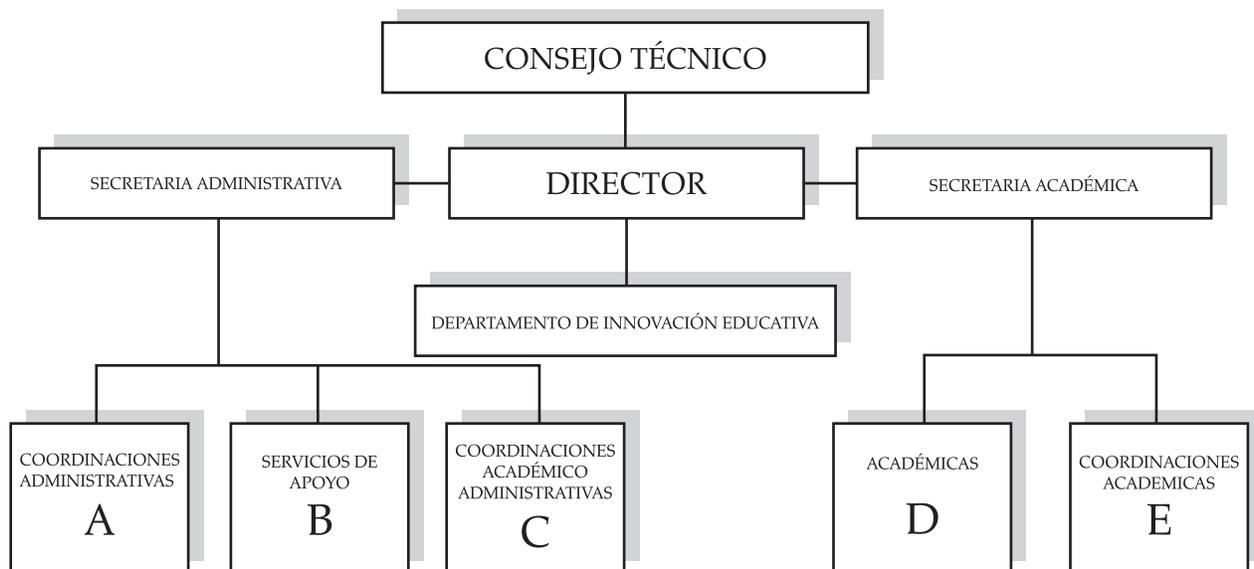
Estrategia	Innovación	Práctica	Eficiencia

## 4. Organización Interna de la Empresa

### 4.1 Defina el organigrama de la empresa.

Toca el turno de trabajar el punto del organigrama de la empresa, el cual nos permitirá identificar cada uno de los puestos necesarios, los cuales requieren ser definidos claramente para no causar confusiones laborales. Un organigrama puede ser entendido como una representación gráfica de la estructura interna de una organización, a través de la cual se identifican las jerarquías, líneas de autoridad y relaciones directas e inmediatas que existen entre sus diferentes partes. Para una empresa de reciente creación, es fundamental elaborar un organigrama, ya que este ayudará a delimitar funciones, establecerá responsabilidades y dará orden y cohesión interna a la empresa. A modo de recomendación, debes tener presente que en los puestos de toma de decisión debes contar con personas con conocimiento y experiencia, los cuales te ayudaran a conseguir los objetivos buscados.

Es importante tener presente que en todas las organizaciones existen los organigramas, basta pensar en un plantel educativo, ¿sabes cuál es su organigrama? Aquí te compartimos un ejemplo:





**Aplica lo aprendido en tu idea de negocio.**

Ahora toca el turno a que pienses en tu empresa y comiences a elaborar tu propio organigrama:

A large, empty rounded rectangle with a thin black border, intended for the student to draw their own organizational chart.

## 4.2 Estableciendo funciones generales.

Ahora que ya identificamos qué es un organigrama, toca el turno de establecer las funciones generales de la empresa, las cuales describen de forma general los procesos de mayor jerarquía que se llevan a cabo al interior de cualquier organización.

Regresemos al ejemplo del organigrama de un plantel educativo. Si tenemos que existe un Director, y dos subdirectores, las funciones generales podrían ser:

Cargo	Funciones Generales	
Directora	Representar al plantel educativo.	
Subdirectora Académico	Elaborar los horarios de clase de los docentes.	
Subdirectora Administrativo	Vigilar que en las inscripciones las alumnas no tengan problemas.	

Como te puedes dar cuenta, las funciones generales describen las actividades de los procesos con mayores responsabilidades al interior de una organización.

Ahora que tenemos presente lo anterior, recuperemos tu organigrama y definamos las funciones generales de tu empresa.



**Aplica lo aprendido en tu idea de negocio.**

Escribe las funciones generales de tu negocio.

Cargo	Funciones Generales



De acuerdo con datos del INEGI, en México existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 98% son PyMES que generan 52% del PIB y 72% del empleo en el país.  
(PROMEXICO, 2015)

### 4.3 Funciones específicas.

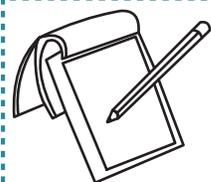
Por otra parte, las funciones específicas de una empresa describen las actividades que cada una de las personas llevan a cabo para la consecución de los objetivos que animan el quehacer de las organizaciones.

En el ejemplo del plantel educativo que hemos estado manejando, las funciones específicas serían las de enseñanza, las cuales están encomendadas al personal docente, o bien las de cuidado y buena imagen del plantel, las cuales están asignadas al personal de limpieza y mantenimiento.

A modo de ejercicio, ayúdanos a definir dos funciones específicas de las siguientes colaboradoras de un plantel educativo:



Cargo	Funciones Específicas
Secretaria de la Directora del plantel.	1. 2.
Encargada de la Biblioteca.	1. 2.
Vigilante del plantel educativo.	1. 2.
Encargada de laboratorios.	1. 2.



**Aplica lo aprendido en tu idea de negocio.**

Ahora que te has vuelto una experta en definir funciones específicas de un plantel educativo, toca el turno a que describas las funciones específicas de tu personal, no olvides recuperar la información que colocaste en tu organigrama:

Cargo	Funciones Específicas
	1. 2.



### **¿Qué es un CEO?**

Es la persona con mayor autoridad en la gestión y administración en una empresa.

## 5. Estructura Financiera

### 5.1 Inversión inicial.

La estructura financiera te ayudará a tener una idea de cuántos recursos económicos requieres para poner en marcha tú idea de negocio, es por lo tanto un elemento necesario en cualquier plan de negocios.

Como primer paso, pensemos en la inversión inicial, la cual hace referencia a los recursos que necesitas para que tu empresa pueda iniciar actividades, por lo mismo se recomienda que enlistes los rubros fundamentales.



Aplica lo aprendido.

**Calculó que para iniciar mi negocio necesitaré una inversión de:**

\$ \_\_\_\_\_

Infraestructura	\$
Equipos	\$
Capital de trabajo	\$
Otros (Especifica)	\$

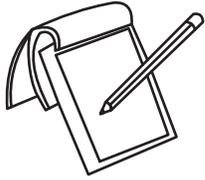
## 5.2 Costos fijos y costos variables.

Siguiendo con la descripción de nuestra estructura financiera, es turno de entender la diferencia entre costos fijos y costos variables, ya que esto nos permitirá identificar cuáles son los recursos que requerimos de manera permanente para las operaciones de nuestra empresa y aquellos que se requieren de manera esporádica.

<b>Costos Fijos</b>	<b>Ejemplos</b>
Son todos aquellos gastos que tenemos que hacer para mantener nuestra empresa, son costos permanentes que no podemos dejar de cubrir.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Pago de renta.</li><li>- Pago de gas.</li><li>- Pago de luz.</li><li>- Pago de maquinaria.</li><li>- Pago de agua.</li></ul>

<b>Costos Variables</b>	<b>Ejemplos</b>
Son gastos que están directamente relacionados con la elaboración, producción y venta del producto y/o servicio que se estarán presentando regularmente.	<ul style="list-style-type: none"><li>-Sueldos y Salarios.</li><li>-Transportes.</li><li>-Alimentos.</li><li>-Reuniones.</li><li>-Compra de materia prima.</li><li>-Pago de campaña publicitaria.</li></ul>

Entonces tenemos que el Costo Total de un producto y/o servicio será la suma de los costos fijos más los costos variables.



**Aplica lo aprendido en tu idea de negocio.**

Ahora enlista los costos fijos y los costos variables de tu empresa.

<b>Costos Fijos</b>	<b>Costos Variables</b>

### 5.3 Fijemos el precio de nuestro servicio y/o producto.

Fijar el precio de un producto y/o servicio es uno de los elementos y a la vez una de las decisiones de mayor relevancia para cualquier empresa.

Para que podamos establecer el precio de nuestro servicio y/o producto, es necesario tener presente cuanto nos cuesta fabricarlo, ya que dentro del precio se debe de considerar el retorno de los gastos de la producción y por supuesto la ganancia.

Vamos a seguir unos pasos sencillos:

**1-** Conozcamos el costo total.

Costo Total	=	Costo Fijo	+	Costo Variable
-------------	---	------------	---	----------------

**2-** Establezcamos nuestra producción estimada.

Esta la podemos establecer de dos formas: en función de la demanda que tengamos o bien de un estimado de venta.

**3-** Conozcamos el costo unitario.

Costo Unitario	=	Costo Total	/	Unidades Producidas
----------------	---	-------------	---	---------------------

**4-** Conozcamos el precio de venta de nuestra competencia.

Para realizar este paso, es suficiente con hacer un sondeo del precio del producto y/o servicio similar de nuestra competencia, a partir de lo anterior, obtendremos un precio promedio, con el cual podemos trabajar los siguientes pasos.

5- Establezcamos nuestro margen de ganancia en porcentaje.

Margen de ganancia en porcentaje	=	$\frac{\text{Precio de venta promedio} - \text{costo unitario}}{\text{Costo unitario}}$
----------------------------------	---	---

6- Establezcamos nuestro margen de ganancia en pesos.

Margen de ganancia en pesos	=	Margen de ganancia en porcentaje	X	Costo unitario
-----------------------------	---	----------------------------------	---	----------------

7- Establezcamos nuestro precio de venta.

Precio de venta	=	Costo Unitario	+	Margen de ganancia en pesos
-----------------	---	----------------	---	-----------------------------

## Resumen Ejecutivo

Ahora que hemos revisado los cinco elementos básicos que todo Plan de Negocios debe de integrar, te invitamos a que recuperes lo aprendido y realices el resumen ejecutivo de tu propuesta de negocios.

Recuerda, el Plan de Negocios es un documento en continua elaboración, que te servirá como guía de trabajo para poder implementar de la mejor manera tu empresa.

Para hacer nuestro ejercicio práctico, vamos a utilizar el formato “Presentando Mi Plan de Negocios”, el cual nos permitirá concentrar la información que fuimos elaborando al ir revisando cada uno de los puntos en este manual.



**Mi idea de negocio:**

Anota brevemente la idea de negocios que tienes

**Tipo de negocio:**

Selecciona		Describe a grandes rasgos
	<b>Producción</b>	
	<b>Comercio Mayorista</b>	
	<b>Comercio Minorista</b>	
	<b>Servicios</b>	

**Nombre del Negocio:**

**Mis productos o servicios serán:**

- Producto o servicio 1
- Producto o servicio 2
- Producto o servicio 3

**Mi clientela será:**

- Quien o quienes serán tus clientes. A quien va dirigido tu producto y/o servicio

Las necesidades de mi clientela que serán satisfechas son:

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Necesidad 1</li> <li>- Necesidad 2</li> <li>- Necesidad 3</li> </ul>
---

Experiencia, habilidades y conocimientos que tengo sobre este tipo de negocios:

Experiencia:	Habilidades:	Conocimiento:

Calculó que para iniciar este negocio necesitaré una inversión de: \_\_\_\_\_

Infraestructura	\$
Equipos	\$
Capital de trabajo	\$
Otros (Menciona)	\$

Pienso que puedo conseguir este capital de:

	Si	No	
Préstamos familiares			\$
Ahorro personal			\$
Institución Financiera			\$
Otros			\$

**He seleccionado esta idea de negocio porque:**

**¿A qué precio venderé mi producto?**

**¿Dónde se ubicará mi negocio?**

**¿Quiénes son mis principales competidores?**

<b>Nombre</b>	<b>Producto y/o servicio</b>	<b>Debilidad</b>	<b>Fortaleza</b>

**¿Cómo promocionaré mis productos y/o servicios?**

Te recomendamos visitar:

**Instituto Nacional del Emprendedor**

[www.inadem.gob.mx](http://www.inadem.gob.mx)

**Programa Tu Primer Crédito**

[www.tuprimercredito.inadem.gob.mx](http://www.tuprimercredito.inadem.gob.mx)

**Respaldo a Mujeres Microempresarias (NAFINSA)**

[www.nafin.gob.mx/](http://www.nafin.gob.mx/)

**Emprendedoras y Empresarias (INMUJERES)**

[www.inmujeres.gob.mx/](http://www.inmujeres.gob.mx/)

**Programa Emprendedores Juveniles (IMJUVE)**

[www.imjuventud.gob.mx/](http://www.imjuventud.gob.mx/)

**Proyecto Aprendiendo y Emprendiendo (COJETAC)**

[www.aprendiendoyemprendiendo.com.mx](http://www.aprendiendoyemprendiendo.com.mx)

## Bibliografía

- Aguilar Morales, S., & Ocampo Carapia, L. A. (2014). *De emprendedor a empresario: haga que su negocio ¡sea negocio!* México: Grupo Editorial Patria.
- Crea Comunidades de Emprendedores Sociales A.C. (2014). *Manual del Emprendedor (tomo 1 al 7)*. México: Crea Comunidades de Emprendedores Sociales A.C.
- García, V. D. (2015). Emprendimiento empresarial juvenil: Una evaluación con jóvenes estudiantes de universidad. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, Vol. 13, núm. 2, pp. 1221-1236.
- García, V. D. (2015). *Emprendimiento Empresarial Juvenil como respuesta a la crisis de empleo*. México: Tesis de grado, Maestría en Administración, Universidad Politécnica del Valle de México.
- Heller, L. (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos*. Chile: CEPAL.
- Jaramillo, M. (2004). *Los emprendimiento juveniles en América Latina: ¿una respuesta ante las dificultades de empleo?* Buenos Aires: RedEtis (IPE-IDES).
- Mohr, A. (2009). *Crecimiento rentable de la Pymes. Haga crecer su empresa sin ponerla en riesgo*. México: Panorama Editorial.
- Rodríguez, E. (2004). Políticas y estrategias de inserción laboral y empresarial de jóvenes en América Latina: el desafío de la empleabilidad. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, Vol. 2, núm. 1, pp. 75-126.

## Sobre los autores

### **Armando Enrique Juárez Valencia**

**Doctorante en Educación** en el Instituto Universitario Internacional de Toluca. Actualmente estudiante de **Doctorado en Dirección de Organizaciones**, en la Universidad del Distrito Federal. **Maestro en Administración** por la Universidad del Valle de México. **Licenciado en Administración** por la FES-Cuautitlán, Universidad Nacional Autónoma de México.

**Diplomado en Recursos Humanos y en Desarrollo Organizacional**, ambos por el ITAM. **Diplomado en Clúster**, por el ITESM. Experiencia laboral de más de 25 años en diversas empresas del ramo automotriz, alimenticia, entre otras.

Facilitador de un gran número de cursos de capacitación en diferentes instituciones y Estados de la República Mexicana, en temas relacionados con la Calidad y Factor Humano. Director de la empresa consultora, **Desarrollo. Administración e Ingeniería de Recursos Humanos A.C.** e *Instructor Independiente para despachos de reconocido prestigio.*

Actualmente laborando como Académico de asignatura en la Maestría en Administración de Negocios (MBA) de la UVM y en la UPVM como Profesor de tiempo completo a nivel licenciatura y Maestría en Administración.

### **Víctor Daniel García García**

**Maestro en Administración y Especialista en Alta Dirección** por la Universidad Politécnica del Valle de México. **Licenciado en Sociología** por la Universidad Autónoma Metropolitana. **Egresado de la licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública** por la FES-Acatlán, Universidad Nacional Autónoma de México. **Diplomado Mundos Juveniles** impartido por el Seminario de Investigación en Juventud de la UNAM.

Siete años de experiencia en organizaciones civiles. Desde el año 2013 es integrante del Padrón Nacional de Jóvenes que Investigan Jóvenes del Seminario de Investigación en Juventud de la UNAM. Coautor del libro *“Exclusión Juvenil y de Género. Expresiones de una violencia velada”* (COJETAC-INDESOL, 2012), articulista en varias revistas especializadas en temas juveniles.

Ayudante de investigación: - Departamento de Desarrollo en Investigación en Comunicación y Estudios Culturales, Unidad de Investigación Multidisciplinaria II, FES Acatlán (2008-2009); - Grupo de Investigación “Sociología de la Políticas y Políticas Públicas”, Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco (2005).

## **Colectivo Juventud entre Tules A.C.**

### **Consejo Directivo**

**Sonia Salazar Pérez  
Directora**

**Jessica Martín San Juan  
Secretaria General**

**Eduardo León Correa  
Tesorero**

### **Consejo Operativo**

**María del Rocio García García**

**Iván Arturo Hermosillo Figueroa**

**Ricardo López Cruz**

**Humberto Ángel Olaya Contreras**

**Roberto Romero Landeros**

**Rubén Alejandro Rosas Longoría**

**Víctor Daniel García García**

### **Participantes en el Proyecto**

**Margarita Anabel Torres Arellano**

**Reyna Soto Gutiérrez**

**David Sánchez Ávila**

Manual “Plan de Negocios para Jóvenes”

Se terminó de imprimir en Impresora Gráfica del Centro, S.A. de C.V.

Allende 33, col. Centro. C.P. 06010

México, D.F. en septiembre 2015

El tiraje consta de 500 ejemplares

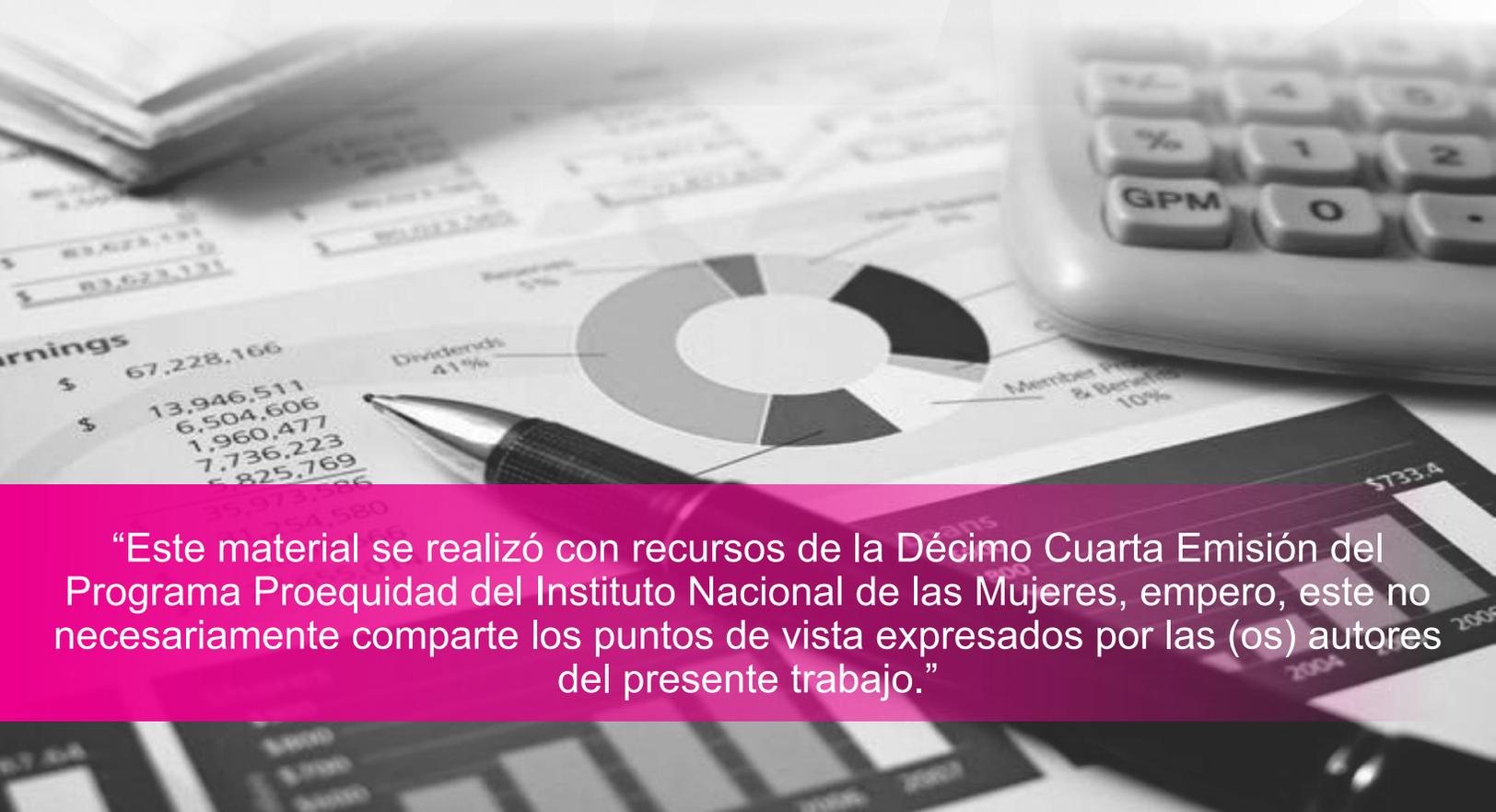


Programa  
**PROEQUIDAD**

**Colectivo Juventud Entre Tules A.C.  
Instituto Nacional de las Mujeres.**

**[www.cojetac.org.mx](http://www.cojetac.org.mx)**

**[www.aprendiendoyemprendiendo.com.mx](http://www.aprendiendoyemprendiendo.com.mx)**



“Este material se realizó con recursos de la Décimo Cuarta Emisión del Programa Proequidad del Instituto Nacional de las Mujeres, empero, este no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (os) autores del presente trabajo.”