

**Programas de Capacitación Empresarial para Trabajadores Informales Municipio
de Palmira**

Paula Andrea Vargas Idárraga

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas Contables Económicas y de Negocios

Diplomado Para Tecnologías En Gestión De Marketing Para El Emprendimiento Social

Palmira

2022

**Programas de Capacitación Empresarial para Trabajadores Informales Municipio
de Palmira**

Paula Andrea Vargas Idárraga

Trabajo para optar el título de Tecnóloga en gestión comercial y de negocios

Director:

Carlos Andrés Arias Pineda

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas Contables Económicas y de Negocios

Diplomado Para Tecnologías En Gestión De Marketing Para El Emprendimiento Social

Palmira

2022

Nota de aceptación

Carlos Andrés Arias Pineda

Director Trabajo de Grado

Jurado 1

Jurado 2

Palmira - 2022

Dedicatoria

Agradezco a mis padres, hermanos, porque a pesar de las dificultades que presenta la vida siempre han sabido enseñarme a salir adelante y a no rendirme. Sin su apoyo incondicional en todos los ámbitos no hubiera podido llegar a donde estoy.

Agradecimientos

A Dios y a mis abuelitos quienes me guían mi camino. A mis padres, pilares fundamentales en mi vida con su amor, paciencia y dedicación les dedico todo mi esfuerzo, en reconocimiento a todo el sacrificio puesto a que yo puedo estudiar, merecen esto y mucho más. A mis hermanos por ser mi apoyo incondicional.

A todos ustedes con amor

Resumen

En esta investigación se planteó la elaboración de un proyecto de emprendimiento social, que propone la elaboración de una propuesta que ofrezca herramientas para así poder determinar las alternativas de solución viables y factibles a la problemática planteada anteriormente que es tomar conciencia al tema de la informalidad desde las acciones concretas e incentivos que estimulen, favorecer y garanticen la formalización de los microempresarios informales.

El presente trabajo de grado estará acompañado de elementos de investigación, basados en las necesidades y expectativas ofrecidas de los clientes potenciales y personas encargadas del sistema único de empleo, que debe funcionar en una oficina centralizada en la cual se articule y unifique la información y se asesore, acompañe y capacite.

En este sentido, el tipo de investigación también contempla un componente exploratorio.

Palabras claves: Fuentes de información, sistema único de empleo, economía informal y trabajo decente.

Abstract

In this research was proposed the development of a social entrepreneurship project, which proposes the development of a proposal that offers tools to determine viable and feasible solution alternatives to the problem raised above that is to become aware of the issue of informality from concrete actions and incentives that stimulate, encourage, and ensure the formalization of informal microentrepreneurs.

The present degree work will be accompanied by research elements, based on the needs and expectations offered by potential clients and persons in charge of the unified employment system, which must operate in a centralized office in which information is articulated and unified, and advice, guidance and training are provided.

In this sense, the type of research also includes an exploratory component.

Keywords: information sources, single employment system, informal economy, and decent work.

Tabla de Contenido

Introducción.....	11
Problema.....	12
Descripción del problema.....	12
Planteamiento del problema	12
Sistematización del problema.....	13
Justificación.....	14
Objetivos	15
Objetivo General.....	15
Objetivos Específicos	15
Generalidades	16
Objetivos del desarrollo sostenible a tratar de alcanzar	16
Descripción.....	16
Mirada desde el objetivo sostenible	20
Innovación social.....	21
Innovación de la propuesta.....	22
Impacto social.....	22
Pertinencia	23
Mercado potencial	23
Design Thinking.....	24
Paso de Empatizar	24
Paso de Definir	27
Paso de Idear.....	29

Paso de Prototipar.....	31
Testear	33
Diseño de estrategia de marketing.....	35
Atributos y beneficios.....	36
Grupo objetivo.....	36
Segmentación	37
Identificación de competencia.....	39
Aliados claves.....	40
Estrategias de mercadeo	41
Proyección operativa y financiera	43
Instalaciones	43
Recursos humanos, materiales, financieros.....	45
Costos fijos	48
Costos Variables.....	49
Punto de equilibrio	50
Proyecciones por ventas a 3 años	51
Capital de trabajo.....	53
Inversión total.....	55
Conclusiones	57
Recomendaciones.....	58
Referencias Bibliográficas	59

Listas de tablas

Tabla 1 Criterios de segmentación	37
Tabla 2 Área de Instalaciones.....	42
Tabla 3 Recursos humanos.....	43
Tabla 4 Materiales	43
Tabla 5 Financieros	45
Tabla 6 Distribución de costos fijos	47
Tabla 7 Distribución de costos variables.....	48
Tabla 8 Punto de equilibrio	49
Tabla 9 Proyecciones de ingresos por ventas	50
Tabla 10 Ingresos	52
Tabla 11 Egresos	52
Tabla 12 Gastos de marketing	53
Tabla 13 Saldos acumulados	53
Tabla 14 Inversión total.....	55

Listas de imágenes

Imagen 1 Mapa urbano de Palmira.....	18
Imagen 2 Paso de empatizar	24
Imagen 3 Definir	27
Imagen 4 Paso de Idear	29
Imagen 5 Paso de prototipar	31
Imagen 6 Capacitación para trabajadores informales.....	32
Imagen 7 Paso de Testear	33
Imagen 8 Focus Group	33
Imagen 9 Vendedores ambulantes.....	35

Introducción

En este trabajo colaborativo de la fase 7 (sustentación proyecto de emprendimiento social), se mostrará un proyecto de emprendimiento social que facilite una problemática y que contenga soluciones innovadoras al problema. Esta propuesta contara con herramientas así poder determinar las alternativas de solución viables y factibles a la problemática planteada anteriormente que es tomar conciencia al tema de la informalidad desde las acciones concretas e incentivos que estimulen, favorecer y garanticen la formalización de los microempresarios informales del centro del municipio de Palmira.

El emprendimiento social pretende dar un cambio progresivo he impresionar socialmente, para prosperar las condiciones de todos los ciudadanos con la creación del valor social y estrategias innovadoras.

Problema

Lo anterior dado que la problemática tratada en las fases. Y por eso es lo que se consideró pertinente dar una justificación a los problemas más relevantes establecidos en el municipio de Palmira. El crecimiento económico no se traduce necesariamente en un mayor cantidad y mejor calidad de empleos, esencialmente para los sectores más pobres, vulnerables y aquellos en riesgo de quedar marginados. Se puede señalar que el crecimiento económico es un requisito previo para ampliar el empleo productivo, tal como el resultado combinado de ampliación en el empleo y ampliación de la productividad laboral.

La problemática social de la cual se va a hablar será el trabajo informal en el municipio de Palmira, ya que se debe trabajar de la mano con el ministerio del trabajo agencias de empleo y alcaldía, conforme la decisoria y organizacional que el municipio requiere en la modernidad trabajarse con visión a largo, mediado y corto plazo, se debe comenzar por crear una verdadera entidad del altísimo nivel para que se encargue de los programas de capacitación para trabajadores informales en Palmira, dotada que puede tener una mejor planificación, ejecución, para que el municipio avance debe encontrar una solución a esta problemática social que nos afecta a los ciudadanos de este municipio. Puesto a que el municipio presenta ineficiencias en el desempleo y la informalidad no cumple a cabalidad en diferentes servicios.

Descripción del problema:

El desempleo, pobreza, nivel de educación, costos de la formalidad y edad en el municipio de Palmira.

Planteamiento del problema:

¿Qué razones llevan a los comerciantes informales de Palmira, para mantenerse en la informalidad?

Sistematización del problema:

Con el propósito de obtener la información acerca del municipio de palmira, es necesario obtener los datos de la oficina del DANE municipal de la última fecha de actualización.

De igual manera averiguar los 17 Objetivos del desarrollo sostenible que se pueda aplicar para disminuir problema de este proyecto.

Aplicar la importancia de los programas de capacitación empresarial que insiste la OIT para asegurar la economía a los trabajadores informales.

En los diferentes procesos a tratar se le dio forma al proyecto programas de capacitación empresarial para trabajadores informales por medio de la innovación social, Design Thinking, diseño de estrategias de mercadeo y se le realizo la proyección operativa y financiera que se aplicó en el proyecto.

Justificación

El presente proyecto surge de la necesidad de un sistema único de empleo para el municipio de Palmira, dado que la economía informal es una práctica que ha tomado mucho espacio, causando efectos negativos tanto para las empresas constituidas formalmente al igual que para la sociedad en general.

La demanda laboral, los requerimientos de las empresas para optar un empleo formal y del régimen para la formalización de una empresa u negocio dentro del ámbito legal que se está viviendo en el municipio de Palmira, forzando a los comerciantes a formar sus negocios dentro de la informalidad que le permitan subsistir y ser su fuente de ingresos.

Así pues, las empresas comerciales formales en el municipio de Palmira, es un sector competido por las empresas informales, debido a los bajos precios que estas pueden brindar a sus clientes.

Para llevar a cabo el proceso de Programas de capacitación empresarial a trabajadores informales es crear un sistema único de empleo, que debe funcionar en una oficina centralizada en la cual se articule y unifique la información y se asesore, acompañe y capacite a los trabajadores informales.

Objetivos

Objetivo General

Presentar un modelo de negocios que permita encontrar sistemáticamente elementos que generan valor en un proyecto de emprendimiento social, teniendo en cuenta los temas en el diplomado, innovación y valor social, modelo de negocio Design Thinking, estrategias de mercadeo y proyección operativa y financiera.

Objetivos Específicos

Impulsar la innovación y la creatividad a los procesos con el fin de identificar, analizar y diseñar diferentes soluciones en beneficio de la empresa descubriendo nuevas oportunidades de negocio.

Dar nuevas soluciones a la problemática social que vive en el municipio en cuestión de los trabajadores informales.

Crear una propuesta de emprendimiento social innovador que este afectando a la ciudadanía mediante la aplicación de metodologías para contribuir al cambio del servicio social.

Generar ideas innovadoras y soluciones aplicando las diferentes etapas y técnicas, con el fin de conseguir soluciones viables a la problemática social que actualmente afecta a la comunidad del municipio de Palmira la cual es “El Trabajo Informal”.

Crear estrategias digitales con el fin de dar a conocer y promocionar el proyecto de emprendimiento social.

Generalidades

Objetivos del Desarrollo Sostenible que tratar:

Objetivo 5. Igualdad de Género

Objetivo 8. Trabajo decente y crecimiento económico

Descripción

Palmira se encuentra localizada en la región sur del Departamento del Valle del Cauca. Su cabecera está situada a 3°31'48" de latitud norte y 76°81'13" de longitud al oeste de Greenwich.

Su temperatura media es de 23 grados centígrados y su altura sobre el nivel del mar es de 1.001 metros.

En Palmira se distinguen dos zonas localizadas hacia la media ladera en las cuales la precipitación media anual alcanza valores de 2.000 mm y 2.100 mm, convirtiéndose así en las áreas más húmedas del municipio. Dichas áreas son: Cuenca media del río Nima y parte alta de la cuenca del río Agua clara.

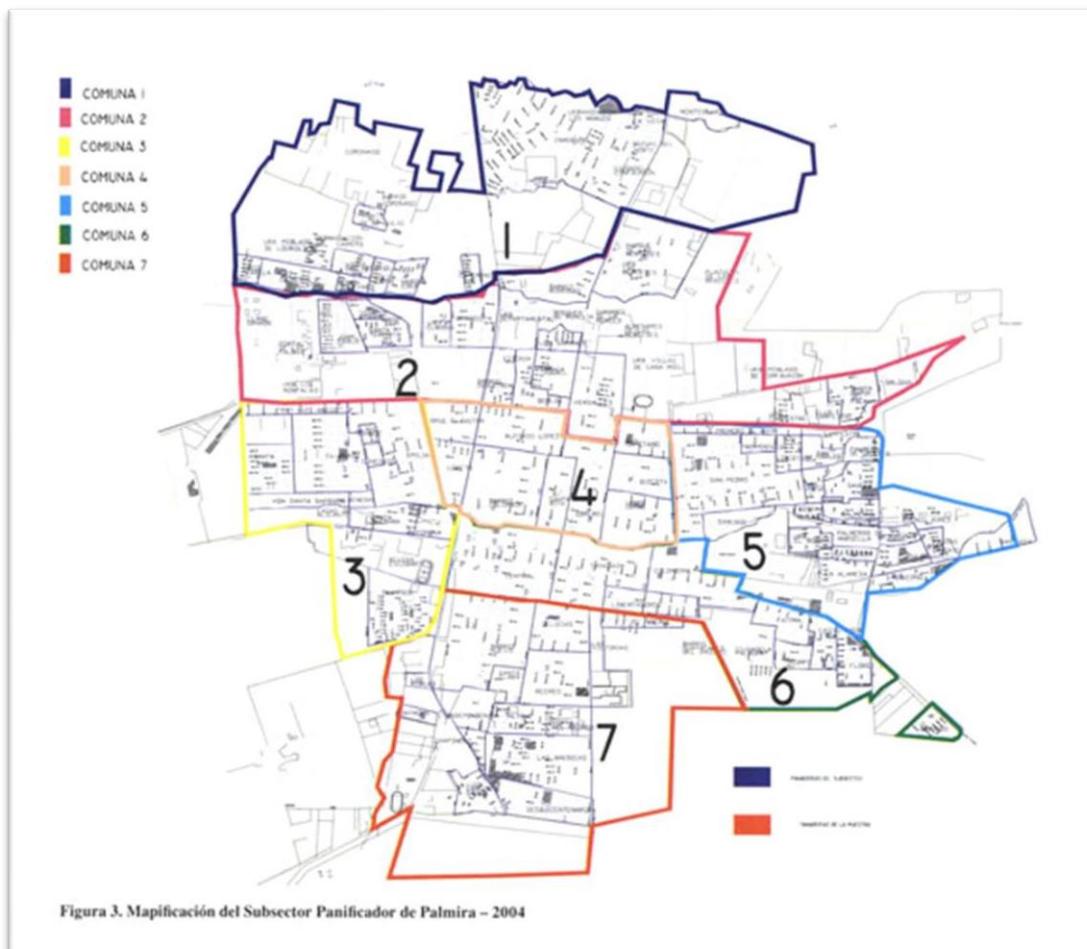
El Valle Geográfico es la zona occidental del municipio, que corresponde al Valle del Río Cauca, comprendida entre éste y la cota 1.200 m.s.n.m. aproximadamente. Es una porción de territorio que comprende cerca de 54.421,25 hectáreas de topografía plana. Se caracteriza por dos aspectos principalmente: ocupación masiva en el cultivo de caña de azúcar y el ahogamiento originado sobre los asentamiento de vivienda, carentes de los equipamientos colectivos y de áreas para su crecimiento y la cercanía a Cali y el proyecto de INVIAS de Desarrollo de la Malla Vial del Valle del Cauca y Cauca, convierte territorio de Palmira en epicentro que refuerza la tendencia a la aparición de nuevos usos de carácter metropolitano (Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca, 2002).

A pesar de que el municipio de Palmira, especialmente en la zona urbana, tiene un alto déficit en áreas verdes, aún se encuentran relictos boscosos de importancia, los cuales albergan fauna silvestre. Entre estas áreas se destacan el Bosque Municipal, la Universidad Nacional y en pocos barrios se encuentran zonas con aceptable cobertura vegetal, en los cuales los urbanizadores han acatado las normas en lo que respecta a las zonas verdes que deben adecuarse y conservarse. Se encuentran especies vegetales como árboles, gramíneas y herbáceas, ubicadas en avenidas, en zonas verdes, parques, algunos antejardines y vías públicas.

El territorio de Palmira en su conjunto (zona plana y zona de ladera), corresponde a un sistema de asentamientos de distinto orden (de población, industriales, institucionales). División político – administrativa en comunas del municipio de Palmira está conformada por dos sistemas, uno urbano (barrios) y uno rural (corregimientos). El primero está estructurado por comunas, desde la No. 1 hasta la No. 7 y el segundo desde la No. 8 hasta la No. 16. (Modificado de: Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, 2004). (Anuario Estadístico , 2011)

Imagen 1

Mapa urbano de Palmira



Nota. Tomado de Google Academic OneFile

Mirada desde el objetivo sostenible

Para erradicar el trabajo informal desde la organización internacional de trabajo es un bien que busca el estado para asegurar la seguridad del empleo de todas las personas, desde una mirada accesible para el ambiente.

Los programas de capacitación es un emprendimiento social.

Los programas de capacitación a nivel legal que busca el impacto en una sociedad a nivel satisfactorio.

Las personas que van a llevar a cabo el proyecto van a hacer los mismos beneficiados, van a colaborar en su trabajo.

Se considera social porque es una iniciativa un grupo de personas que en un comienzo buscan el apoyo de ayudarse laboralmente, se busca las oportunidades para empezar en el campo laboral, ofreciéndoles capacitaciones para fortalecer las fortalezas, destrezas, habilidades y de que esta manera se convierta en trabajadores eficaces y eficientes para el beneficio del proceso productivo hacia sus propios negocios.

Innovación social

Innovación de la propuesta

La economía informal constituye el conjunto diversificado de actividades económicas, empresas y trabajadores no regulados o protegidos por el estado. Originalmente, el concepto se utilizaba para hacer referencia al empleo autónomo en pequeñas empresas no registradas. El concepto se ha ampliado para incluir también al empleo asalariado en trabajos no protegidos. (Weigo, 2022)

Los programas de capacitación empresarial es una forma de innovación social para generar cambios en cuanto a la economía, trabajo en equipo. Dentro de las comunidades este tipo de trabajo social, reforzando las fortalezas, destrezas, habilidades y de que esta manera se convierta en trabajadores eficaces y eficientes.

La innovación de la planificación consiste en que se aborda el tema de la informalidad desde las acciones concretas e incentivos que estimulen, favorecer y garanticen la formalización de los microempresarios informales del centro del municipio de Palmira y mejoren la capacidad competitiva y productiva, con el acompañamiento y ánimo, originando un modelo que debe ser replicado a los sectores del municipio o en general a los municipios del departamento. Por esta razón será una nueva forma de plantear a la problemática seleccionada, trascendiendo al estudio académico, partiendo de las sugerencias formuladas dentro de los múltiples análisis, estudios y diagnósticos observados. Planteando el tema a partir de la realidad y las necesidades de los microempresarios informales, reconociendo el pensamiento de la informalidad y los obstáculos darse cuenta a no legalizarse.

Factor innovador

La innovación de la planificación consiste en que se aborda el tema de la informalidad desde las acciones concretas e incentivos que estimulen, favorecer y garanticen la formalización de los microempresarios informales del centro del municipio de Palmira y mejoren la capacidad competitiva y productiva, con el acompañamiento y ánimo, originando un modelo que debe ser replicado a los sectores del municipio o en general a los municipios del departamento. Por esta razón será una nueva forma de plantear a la problemática seleccionada, trascendiendo al estudio académico, partiendo de las sugerencias formuladas dentro de los múltiples análisis, estudios y diagnósticos observados. Planteando el tema a partir de la realidad y las necesidades de los microempresarios informales, reconociendo el pensamiento de la informalidad y los obstáculos darse cuenta a no legalizarse.

Pertinencia

Considerando que el objetivo social de la formación del proyecto es ayudar a los trabajadores informales que buscan oportunidades de tener una mejor calidad de vida y que no cuentan con las remuneraciones y más aportes a la seguridad social. El objetivo es colaborar de manera positiva en la calidad de vida de los trabajadores informales que carecen de oportunidades para empezar en el campo laboral, ofreciéndoles capacitaciones para fortalecer las fortalezas, destrezas, habilidades y de que esta manera se convierta en trabajadores eficaces y eficientes para el beneficio del proceso productivo hacia sus propios negocios.

Factor Productivo

Sobre la base de los factores productivos son todos aquellos recursos que son esenciales para la producción de bienes y servicios que ofrece una organización con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes. Para realizar el proceso de Programas de capacitación a laboral a trabajadores informales es crear un sistema único de empleo, que debe funcionar en una oficina centralizada en la cual se articule y unifique la información y se asesore, acompañe y capacite a los trabajadores informales.

Población beneficiada (Mercado Potencial)

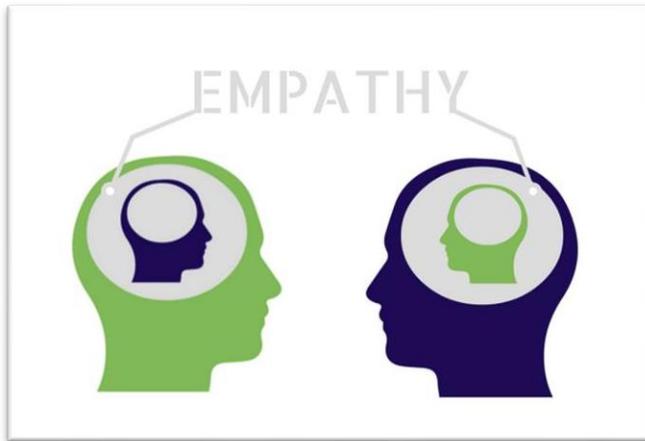
Los clientes que formarán parte de la problemática seleccionada serán en los trabajadores informales de estratos 1,2 y 3 personas que buscan oportunidades de tener una mejor calidad de vida y que no cuentan con las remuneraciones y más aportes a la seguridad social.

Design Thinking

Paso de Empatizar

Imagen 2

Paso de empatizar



Nota. Tomado de la página web de Pychalive

Para entender los problemas, necesidades y deseos de los usuarios implicados en la solución que estamos buscando, se ha utilizado las siguientes preguntas para lograr observar y analizar los comportamientos e intereses de nuestros posibles clientes potenciales.

¿Qué?

¿Qué piensa y siente los trabajadores informales?

Los trabajadores informales sienten preocupación principalmente por el entorno donde tienen que compartir en sociedad buscan que el ambiente se amigable para las personas y el medio ambiente; que la relación entre personas que conviven en la sociedad no presente problemas, inseguridad, incomodidad por tener que compartir espacios con los empleados de las diferentes negocios u empresas.

Aspiran siendo más consientes y perseverantes sobre los espacios públicos que puedan mejorar los aspectos de la incomodidad, inseguridad y respeto al mismo tiempo buscar el bienestar de los informales y formales que tienen a su alrededor.

¿Que ve?

Lo que ven en su entorno en relación con los formales y el mercado

De acuerdo a las vivencias vistas por sus amigos y personas que las rodean se pueden causar en el momento de tener un empleo estable, falta de educación, complementación de ingresos, salario mínimo, sexo, pobreza rural, edad, costos de la formalidad, desempleo en todo caso ha presentado inconvenientes por los cuales han tenido que renunciar a empresas para tener que emprender por ellos mismos.

En el mercado son la cantidad de desempleo y el trabajo informal para la reactivación de la economía en el cual se observa que hay empresas que han liquidado dejando a varias personas desempleadas. El objetivo es colaborar de manera positiva en la calidad de vida de los trabajadores informales que carecen de oportunidades para empezar en el campo laboral, ofreciéndoles capacitaciones para fortalecer las fortalezas, destrezas, habilidades y de que esta

manera se convierta en trabajadores eficaces y eficientes para el beneficio del proceso productivo hacia sus propios negocios.

¿Qué oye?

De las personas que comparte en comunidad

Lo que escucha es que siempre se debe tener en cuenta las exigencias en cuanto a la experiencia laboral, nivel de educación, aumento de salario mínimo, complementación de ingresos, costos de la formalidad, arriendos.

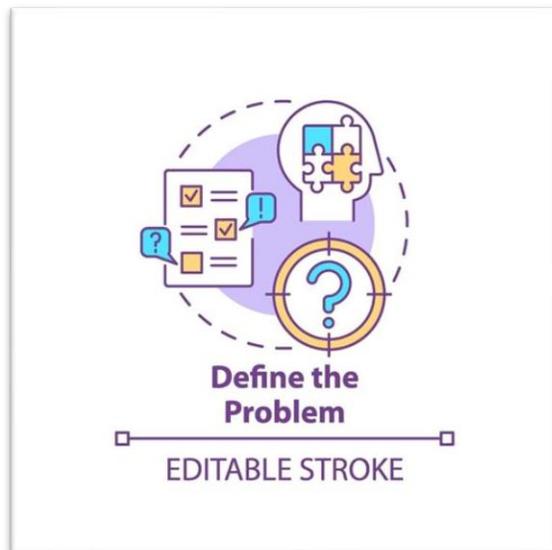
¿Qué dice y que hace?

Dice desear el bienestar de la comunidad defender los derechos de las demás personas para lograr un ambiente agradable pero muchas veces las acciones que realiza no son muy adecuadas por el tiempo o no cuenta con los recursos o productos para hacerlo.

Paso de Definir problema

Imagen 3

Paso de Definir



Nota. Tomado de la pagina web vecteezy

En la fase 1 en la que he abierto los ojos y los oídos para comprender a nuestro público objetivo, se hace preciso redefinir ese reto en definir como tal el problema específico para el que vamos a encontrar soluciones.

Para la realización del siguiente paso vamos a formular las siguientes preguntas

¿Que necesita el cliente?

Un lugar donde se articule y unifique la información y se asesore, acompañe y capacite que puedan aportar con soluciones integrales para el manejo de las tecnologías de la información y comunicación en los negocios donde se brinden las oportunidades para capacitar a las personas del manejo adecuado que se debe tener en cuenta compartir de manera armoniosa con la sociedad y a si generar bienestar y seguridad.

¿Por qué lo necesita?

El contar con un lugar donde oriente del manejo adecuado de las tecnologías de la información y comunicación en los negocios donde se brinden las oportunidades para capacitar a las personas y acceder a nueva información de programas de emprendimiento contando con personas que orienta y acompañan en el proceso de capacitación laboral y tener en cuenta la manera de toma de decisiones, liderazgo, responsabilidad, cooperación.

Paso de Idear

Imagen 4

Paso de Idear



Nota. Tomado de la página web Proempleoleon

En esta fase en empezaremos a crear soluciones para los problemas concretos encontrados. En las fases anterior tratando de comprender y concretar la información obtenida anteriormente. Ahora, se tratará de dar soluciones para esos aspectos elegidos donde se pudo determinar las necesidades y deseos para el usuario a través de lluvia de ideas con posibles soluciones.

Crear blogs para tener una conexión de comunicación con los trabajadores informales para generar confianza, donde se hable de los diferentes aspectos sobre oportunidades de empleo, liderazgo, manejo de redes sociales.

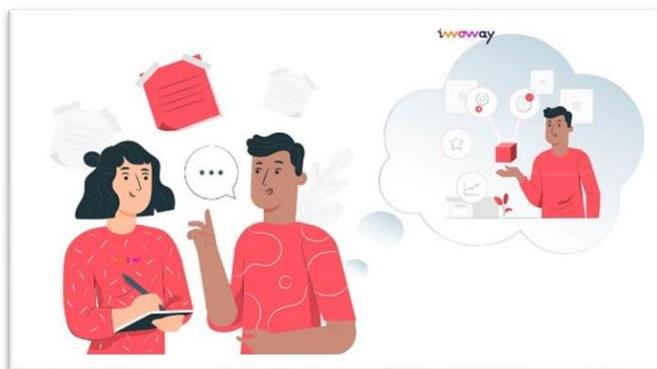
Plantear conversación de medios digitales sobre nuevas alternativas de ventas en su negocio o emprendimiento.

Diseñar un sistema único de empleo que debe funcionar en una oficina centralizada en la cual se articule y unifique la información y se asesore, acompañe y capacite a los trabajadores informales.

Paso de Prototipar

Imagen 5

Paso de prototipar



Nota. Tomado de la pagina web innoway

A través de la creación del prototipo trabajado identificamos los productos y alternativas de las posibles soluciones que se pueden generar a través del producto a ofrecer en este caso oficina que ofrece una solución de los problemas presentados por los clientes. El prototipado **nos ayudó a pensar como creadores y a comunicar con nuestros clientes.**

Prototipo

Imagen 6

Capacitación para trabajadores informales



Nota. Tomado de la página web futuro k-paz

Paso de Testear

Imagen 7

Paso de Testear



Nota. Tomado del blog dovisfederico

En esta fase se solicita las opiniones sobre la creación del prototipo para testear los productos y alternativas que pueden tener las posibles soluciones, ya que pueden dar a conocer el producto a la oficina ya calificado por el cliente y ofrecer una opinión entre nosotros mismos y los clientes.

Focus Group se trata de una herramienta que agrupa a varias personas del público objetivo y a un moderador para hablar sobre la idea. Puede haber otra persona tomando notas. Se trata de potenciar la discusión y las conversaciones entre el grupo para sacar conclusiones.

Imagen 8*Focus Group*

Nota. Tomado de la página marketing directo

Preguntas

¿Qué razones llevan a los comerciantes a mantenerse a la informalidad?

¿Cuáles son las características de los comerciantes que deciden optar por la informalidad?

¿Cuáles son las consecuencias de la informalidad en el desarrollo de los negocios?

¿Qué problemas genera la economía informal?

¿Cuáles son las principales causas de la economía informal?

Nota. Preguntas basadas en el Focus Group.

Diseño de Estrategias de Marketing

Dado lo anterior el proyecto de emprendimiento social seleccionado es planteado como Programas de capacitación empresarial para los trabajadores informales en el departamento Valle del Cauca- Colombia en el municipio de Palmira al cual corresponde a la actividad económica comercio, del sector terciario de la economía.

Imagen 9

Vendedores ambulantes



Nota. Tomado de la página web de noticias del país

“El precio del éxito es trabajar duro y la determinación de que, sin importar si perdiste o ganaste, diste lo mejor de ti mismo en el proyecto” - Vince Lombardi, entrenador de los Empacadores de Green Bay

Atributos

- Programa concreto y manejo efectivo del tiempo.
- Identificación de necesidades de los trabajadores informales
- Establecimiento de metas e instrumentos de medición
- Fomento de liderazgo y del trabajo en equipo
- Creatividad y dinamismo
- Refuerzo de lo aprendido y evaluación

Beneficios

- Eleva la moral de la fuerza de trabajo.
- Ayuda al personal a identificarse con los objetivos de la organización.
- Mejorar adaptación de los nuevos empleados.
- Mejora el desempeño laboral.
- Menores costos.
- Mayor adaptación y retención del talento.
- Mejor rendimiento.
- Participación del personal.

Grupo objetivo del proyecto

Para identificar el grupo objetivo del proyecto, partiendo de la finalidad de lanzar la problemática social planteada y aprovechando de la cercanía del municipio de Palmira al sitio llevar a cabo el proyecto social emprendedor, que son los Programas de capacitación empresarial para los trabajadores informales la estrategia de plaza debe ser de 350.000 habitantes del municipio de Palmira y sus alrededores, mujeres, jóvenes, hombres y adultos mayores.

Segmentación

Esta tabla nos muestra los criterios de segmentación

Tabla 1

Criterios de segmentación

Geográficas	Demográficas	Psicográficas	Conductual
Religión, ciudades, barrios	Edad	Estilo de vida	Frecuencia de uso
Tamaño de la población	Sexo	Personalidad	Ocasiones
Densidad poblacional	Religión, raza o etnia	Valores	Beneficios deseados
Clima	Profesión		Estatus de lealtad
Zona urbana o rural	Tamaño de la familia		Estatus de usuario
	Nivel de ingreso, educación		Actitud hacia el producto
	Ciclo de vida familiar		Etapa de preparación
	Nacionalidad		

Nota. Criterios de segmentación para los mercados de consumo

Este análisis se reconoce el perfil de segmentación y mercado al que se dirige la empresa para la siguiente creación de una postura de marketing de acuerdo a la selección de uno de los siguientes criterios básicos: criterios de segmentación para los mercados de consumo Geográficas, Demográficas, Psicográficas, Conductual.

El tipo de segmentación que se podría aplicar al proyecto de acuerdo a la actividad económica es la siguiente: Segmentación psicográfico

En esta segmentación el perfil del consiste en agrupar al público objetivo basándose en su comportamiento, en su estilo de vida, en sus actitudes e intereses. En esta segmentación es la más acertada ya que los miembros de un mismo grupo geográfico o demográfico pueden presentar perfiles psicográfico muy distintos permitiendo, por esta razón, distinguir los atributos relacionados con pensamientos, sentimientos y conductas de una persona.

La segmentación psicográfica puede ser de gran ayuda para identificar necesidades específicas del mercado, optimizar los recursos en las empresas y encontrar más oportunidades de negocio en el mercado en el que nos adentramos.

Los criterios de segmentación psicográfica principales son los siguientes:

Estilo de vida. El perfil psicográfico del consumidor tiene muy en cuenta las creencias, valores, aficiones e intereses de los individuos. Estos valores pueden ser conservadores, liberales, familiares, abiertos al cambio, etc.

Rasgos de personalidad. Esta clasificación puede englobar a los sujetos en materialistas, idealistas, extrovertidos, introvertidos, impulsivos... rasgos que aportan también valiosa información para el proceso de compra.

Clase social. Aquí la población es dividida considerando su puesto de trabajo y estatus social. Las clasificaciones más comunes de este grupo dividen a los consumidores en altos

directivos, cargos intermedios, profesionales, administrativos, trabajadores manuales cualificados y no cualificados, desempleados, jubilados.

Competencia

El propósito del proyecto al ser un emprendimiento de carácter social en el cual se buscan alianzas de empresas con actividades económicas diferentes y que en hoy en día no tiene en el mercado una competencia directa, a pesar de las nuevas tendencias y exigencias normativas de la responsabilidad social tiene como ventaja competitiva la innovación e ingenio sin embargo muchos proyectos contra la informalidad apuntan a cubrir la misma necesidad y se hace necesario generar estrategias de oferta y negociación con los clientes innovadores con un plus de rentabilidad.

Programas de capacitación empresarial para los trabajadores informales al ser un emprendimiento social encontrado, está dejando graves falencias respecto a la disponibilidad de indicadores de mercado laboral. No existen datos actualizados respecto al desempeño del mercado laboral de la ciudad o de la dinámica económica, por lo que hasta el momento las únicas cifras disponibles son las nacionales, departamentales.

Por este motivo tiene competencia con gran conocimiento de desarrollo empresarial e innovación dentro de lo que se encontró lo siguiente:

Servicio público de empleo

Agencia de empleo Comfandi

SUMMAR Temporales S.A

Aliados clave del modelo de negocio

Los principales aliados en este proyecto serán entidades públicas de economía solidaria, como Ministerio del Trabajo, Agencia de empleo Comfenalco, Alcaldía, Gobernación, Plazas de Mercado como Cañaveral, Sembrador Plaza, Placita Campesina y las demás que se encuentran en el municipio de Palmira y sus alrededores fondos cooperativos, fundaciones tales como el Éxito, Fundación para la mujer a nivel nacional que enfoquen el beneficio social en el bienestar para así conseguir además el beneficio publicitario, reconocimiento y apoyo de donaciones de todos los implicados.

Por otra parte, es importante tener aliados claves en el proyecto, directamente en la zona como es con las agencias de empleo y fundaciones dentro del mismo municipio.

Para generar una mayor alianza se plantea acciones con las alianzas como:

Invertir en publicidad volantes, avisos, vallas, tarjetas etc. Así como la creación de una página web, redes sociales.

Llegar a mayor número de empresas aliadas por medio de las alianzas estratégicas y a mayor contribución social.

Sensibilización social de ventajas y beneficios de aliarse con el proyecto Asesorías especializadas en gestión del recurso humano Valor agregado de cada colaborador estrategia comercial incluida en el valor campaña Una vez al mes Antes y durante la ejecución del proyecto.

Conformación de una fuerza de venta especializada, ofreciendo al cliente asesoría sobre la adquisición del producto y el beneficio de este.

Ampliando el acceso a nuevos clientes y la posibilidad de difundir sus ofertas especiales a través de un nuevo canal. Por medio de la plataforma web será diseñada de forma intuitiva para que la mayoría de las personas la entiendan y saquen el mayor provecho de ella Indefinido mientras esté vigente la promoción Proyecto.

Estrategias de Mercadeo

Estrategia de comunicación

Conseguir por medio de la publicidad el posicionamiento y reconocimiento de la organización y su marca, asistir a eventos, ferias y exposiciones.

Invertir en publicidad volantes, avisos, vallas, tarjetas, etc. Así como la creación de una página web.

Estrategia de Posicionamiento

Sensibilización social de ventajas y beneficios de aliarse con el proyecto Asesorías especializadas en gestión del recurso humano Valor agregado de cada colaborador estrategia comercial incluida en el valor campaña Una vez al mes Antes y durante la ejecución del proyecto.

Estrategia de Diferenciación

Programas de capacitación a implementar el proyecto, que llevara consigo nuevas acciones para el mejoramiento en el sitio.

Desarrollo y ejecución de proyectos de los trabajadores informales.

Proyeccion operativa y financiera

Las proyecciones operativas y financieras se llevan a cabo con el fin de establecer las necesidades a exponer para el funcionamiento del emprendimiento social durante el periodo establecido, así como examinar los diferentes conceptos operativos y financieros y entender la viabilidad del proyecto.

Esta tabla nos muestra la capacidad instalada

Tabla 2

Área de Instalaciones

Conceptos	Unidad de medida
Área	70 m ²
% de espacio utilizado	El 90% distribuido de la siguiente manera: 30% área comercial 30% área administrativa y recursos humanos 30% marketing y publicidad

Nota. Capacidad instalada muestra la medida de cada area del proyecto.

Para el proyecto “Programas de capacitación para trabajadores informales” se hará uso comercial de Palmira y se estima que más los servicios (luz-agua-telefonía) \$500.000 el total sea \$1.700.000. Este espacio se distribuirá de la siguiente manera: área para oficina, donde se llevarán a cabo labores administrativas, área de marketing y publicidad se encarga de realizar el mercadeo de los productos y presentarlos al mercado mediante la publicidad, y un área comercial, donde se despliegan las estrategias de ventas, marketing, relaciones públicas y todos aquellos esfuerzos para alcanzar la mejor posición en el mercado, esto teniendo en cuenta las necesidades

de los trabajadores informales que buscan oportunidades de tener una mejor calidad de vida y que no cuentan con las remuneraciones y más aportes a la seguridad social.

Recursos Humanos, Materiales, Financieros

Esta tabla nos muestra los recursos humanos.

Tabla 3

Recursos humanos

Coordinador	1 persona
Capacitadores	5 personas
Auxiliares de capacitación	5 personas

Nota. Recursos humanos que se muestra el personal del proyecto

Esta tabla 4 nos muestra los materiales.

Tabla 4

Materiales

Cartelera	50 Unidades
Marcadores	12 Docenas
Computador	5 Unidades
Video Beam	3 Unidades
Telón de proyección	3 Unidades
Libretas	100 Unidades
Lapiceros	100 Unidades
Carpetas	50 Unidades
Resma de papel	10Unidades

Nota. Materiales para el emprendimiento.

Financieros

En la tabla 5, se puede evidenciar las acciones, actividad específica, unidad cantidad, valor unitario, valor total durante la implementación del proyecto.

Tabla 5*Financieros*

Acción	Actividad Especifica	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Desarrollar actividades de formación de liderazgo y ventas	Realizar socializaciones de conocimientos y experiencias.	Mesas de trabajo	2	1.500.000	3.000.000
	Implementar la dinámica de fortalezas y debilidades.	Talleres	24	450.000	10.800.000
	Evaluar la estrategia de comunicación	Global	1	1.200.000	1.200.000
	Diseñar programas de capacitación	Mesas de trabajo	2	1.500.000	3.000.000
	Realizar capacitación para directivos	Talleres	24	830.000	19.920.000

Realizar jornadas de capacitación	Realizar capacitación para líderes de áreas.	Talleres	24	700.000	16.800.000
	Estructurar el conocimiento tácito de forma escrita en el blog institucional.	Talleres	24	750.000	18.000.000
	Ejecutar charlas donde se den a conocer el plan de mejoramiento	Talleres	6	500.000	3.000.000
	Total				75.720.000

Nota. Financieros se evidencia las acciones, actividad específica, unidad cantidad, valor unitario, valor total durante la implementación del proyecto.

Distribución de Costos fijos

En la tabla 6 nos muestra la distribución de costos fijos.

Tabla 6

Distribución de costos fijos

Costos fijos	Mensual	Anual
Coordinador y capacitadores	\$ 1.900.000	\$ 22.800.00
Asesor comercial	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000
Auxiliares de capacitación	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
Servicios	\$ 500.000	\$ 6.000.000
Arriendo	\$ 800.000	\$ 9.600.000
Materiales	\$150.000	\$ 1.800.000
Inversión de marketing	\$ 400.000	\$ 4.800.000
Gasto financiero	\$ 869.000	\$ 10.435.000
Total	\$ 7.119.000	\$ 62.635.000,00

Nota. Distribución de los costos fijos se evidencia los costos fijos mensual y anual.

Distribución de Costos Variables

Esta tabla nos muestra la distribución de los costos variables.

Tabla 7

Distribución de costos variables

Costos variables	Mensual	Anual
Equipos de oficina	\$ 5.600.000	\$ 5.600.000
Herrajería	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Costo materia prima (cartelera, libretas, carpetas, Resma de papel) x 300 unidades	\$ 5.100.000	\$ 61.200.000
Mano de obra x 300 unidades de publicidad	1.500.000	\$ 18.000.000
Costo materia prima (lapiceros, marcadores) x 120 unidades	\$ 6.600.000	\$ 79.200.000
Gasto de constitución	\$ 69.000	\$ 69.000
Cámara de comercio	\$ 86.500	\$ 86.500
Adecuaciones del local	\$200.000	\$200.000
Total	\$ 20.355.500	\$ 165.555.500

Nota. Distribución de los costos variables se evidencia los costos variables mensual y anual.

Punto de equilibrio

En la tabla nos muestra el punto de equilibrio del año 1

Tabla 8

Punto de equilibrio

	Mensual	Año 1
Total, costos fijos	\$ 7.119.000	\$ 62.635.000
	\$	\$
Total, costos variables	\$ 20.355.500	\$ 165.555.500
Número de unidades	600	7200
Costo total promedio unitario	\$ 50.000	\$ 39.230
Costo promedio unitario	\$ 22.167	\$ 22.167
Costo variable unitario	\$ 36.426	\$ 25.633

	Mensual	Año 1
Precio de venta sin IVA	\$ 49.259	\$ 49.259
Precio de venta con IVA	\$ 58.619	\$ 49.259
Margen de utilidad promedio	55%	55%
Punto de equilibrio en unidades	301	3614

Nota. Punto de equilibrio en unidades para el emprendimiento

El punto de equilibrio para el emprendimiento " Programas de capacitación para trabajadores informales " es de 301 unidades mensuales y 3614 anuales, entre los materiales este es el número de unidades que el emprendimiento necesita vender para que el beneficio sea cero, en ese momento no obtendrán ganancias, pero tampoco perdidas. Esto quiere decir que es lo mínimo que deben alcanzar para sobrevivir en el mercado.

Proyecciones de ingresos por ventas

En esta tabla, se puede evidenciar el cálculo de proyección de ingresos por ventas a 3 años.

Tabla 9

Proyecciones de ingresos por ventas

	Año 1	Año 2	Año 3
Total, ventas	\$ 200.589.800	\$ 241.041.800	\$ 301.472.626
Descuentos por ventas	\$ 2.306.860	\$ 2.691.230	\$ 3.267.930
Ventas netas	\$ 202.895.660	\$ 243.733.030	\$ 304.740.537
% Ventas de contado	\$ 202.895.660	243.733.030	\$ 304.740.537
% Ventas crédito	N/A	N/A	N/A

Nota. La proyección de ingresos se realiza con base a la estimación de población de demanda potencial.

La proyección de ingresos se realizó con base a la estimación de población de demanda potencial, para el año 1 se esperan resultados en facturación y recaudo por valor de \$ 202.895.660, teniendo en cuenta que para los meses de enero, julio y octubre se van a tener descuentos estimados en un 5% aplicado a todos los productos, para el segundo año se espera un crecimiento en ventas del 10% y un porcentaje de descuentos similar al aplicado en el año uno, para el tercer año se estima un crecimiento del 15% y un porcentaje de descuentos del 5% en los mismos meses de los años un y dos.

Capital de trabajo

En la tabla 10, se puede evidenciar los ingresos por meses.

Tabla 10

Ingresos

	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
Ingresos												
Ventas	\$	12.036.2	12.036.2	16.050.0	18.056.9	18.056.9	18.056.9	18.056.9	20.0.60.7	20.0.60.7	20.0.60.7	20.0.60.7
	8.023.512	68	68	24	2	2	2	2	80	82	80	80
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Total, de Ingresos	\$	12.036.2	12.036.2	16.050.0	18.056.9	18.056.9	18.056.9	18.056.9	20.0.60.7	20.0.60.7	20.0.60.7	20.0.60.7
	8.023.512	68	68	24	2	2	2	2	80	82	80	80

Nota. Analisis de Ingresos por meses destinados en el proyecto.

Análisis de egresos

En la tabla 11, se puede evidenciar los egresos por meses.

Tabla 11

Egresos

Egresos												
Compra y material prima e insumos	\$	2.88.700	2.88.700	3.708.00	4.099.00	4.099.00	4.099.00	4.099.00	4.349.00	4.349.00	4.349.00	4.349.00
	2.070.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Remuneración personal operativo	\$	3.409.55	3.409.55	3.409.55	3.409.55	3.409.55	3.409.55	3.409.55	3.409.55	3.409.55	3.409.55	3.409.55
	3.409.529	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Gastos generales de operación	\$	1.160.00	1.140.00	1.370.00	1.470.00	1.470.00	1.470.00	1.470.00	1.580.00	1.580.00	1.580.00	1.580.00
	950.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Remuneración administrativos	\$	2.900.00	2.900.00	2.900.00	2.900.00	2.900.00	2.900.00	2.900.00	2.900.00	2.900.00	2.900.00	2.900.00
	2.900.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Gastos de administración	\$	1.460.00	1.460.00	1.460.00	1.460.00	1.460.00	1.460.00	1.460.00	1.460.00	1.460.00	1.460.00	1.460.00
	1.460.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Gastos financieros	\$	883.108	880.370	876.625	873.869	871.109	868.335	865.550	862.760	859.959	857.149	854.329
	885.835											

Nota. Analisis de Egresos por meses destinados en el proyecto

Gastos de marketing

En la tabla 12, se puede evidenciar los gastos de marketing.

Tabla 12

Gastos de marketing

	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
Gastos de marketing	\$ 500.000	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
otros gastos		500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Total, egresos	12.040.398	13.067.631	13.065.894	14.092.149	14.579.394	14.575.631	14.573.858	14.570.075	14.927.284	14.924.483	14.919.673	14.918.853
Flujo mensual (diferencia entre ingresos y egresos)	-\$ 4.016.848	1.031.373	1.028.636	1.956.895	3.475.558	3.478.291	3.481.064	3.483.847	5.133.506	5.136.307	5.139.127	5.141.947

Nota. Gastos de marketing destinados a el proyecto.

Saldos acumulados

En la tabla 13, se puede evidenciar los saldos acumulados.

Tabla 13

Saldos acumulados

	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
Flujo mensual		-\$	-\$	-\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	\$ 4.016.848	1.031.373	1.028.636	1.956.895	3.475.558	3.478.291	3.481.064	3.483.847	5.133.506	5.136.307	5.139.127	5.141.947
Flujo mensual acumulado	-\$ 4.016.848	1.031.373	1.028.636									

Nota. Saldos acumulados que muestran el flujo mensual y el flujo mensual acumulado.

Los recursos que necesita el emprendimiento durante los tres primeros meses son de \$ 6'076.837 para poder realizar las operaciones, ya que en estos meses no se realiza las ventas esperadas para poder cubrir los costos de ejecución, por lo cual se debe requerir a un capital de trabajo.

Inversión Total

En la tabla 14 nos muestra la inversión total.

Tabla 14

Inversión total

Rubro	Concepto	Valor
Activos Fijos	Maquinaria y equipo	N/A
	Equipos de oficina	\$ 5.600.000
	Herrajería	\$ 1.200.000
Instalaciones y puesta en marcha	Estudios de investigación	N/A
	Adecuación del local	\$ 200.000
	Gastos legales de constitución	\$ 156.600
	Marketing	\$ 4.800.000
	Arriendo	\$ 14.400.000
	Sueldos	\$ 75.702.312
	Materiales	\$ 1.800.000
Capital de trabajo		\$ 6.076.837
Total		\$ 109.935.749

Nota. La inversión total se tiene en cuenta todos los gastos y costos proyectados análisis de ventas permite ver una proyección positiva a partir del cuarto mes, la capacidad operativa puede ser cubierta con la facturación de ventas proyectada.

La inversión que se proyecta para el primer año es de \$109.935.749, para poner en funcionamiento el emprendimiento Programas de capacitación empresarial para los trabajadores informales, aquí se tiene en cuenta todos los gastos y costos proyectados, donde el análisis de ventas permite ver una proyección positiva a partir del cuarto mes, la capacidad operativa puede ser cubierta con la facturación de ventas proyectada.

Para el proyecto Programas de capacitación para trabajadores informales se cuenta con una fuente de capital propio por una suma de \$100.000.000, este monto se obtiene por medio de aporte por partes iguales de los socios y \$10.000.000 que corresponden a un crédito otorgado con un interés del 4% anual.

Conclusiones

Con la finalidad se aplicó lo aprendido en el transcurso del diplomado (emprendimiento social, innovación social, modelo de negocios Design Thinking, diseño de estrategias de marketing y proyección operativa y financiera). Para poder alcanzar una propuesta de proyecto y consolidar la mejor alternativa que fue los programas de capacitación para los trabajadores informales en el municipio. Es fundamental tener en cuenta que el emprendimiento social aporta muchísimo a la comunidad palmirana, y que va conjunto de grandes líderes que no solo piensan en hacer capital, sino que lo buscan es poder ayudar a los que realmente necesitan y brindan sin ánimo de lucro proyectos que ayudan o disminuyen una problemática.

La informalidad surge como alternativa de subsistencia ante el desempleo generado, la exclusión social derivada a los problemas de violencia y marginalidad (falta de ingresos, educación, capacitación) en donde el modelo económico adoptado y sus políticas afectan a las economías locales en contexto que presenta dificultades para estructurarse, generando crisis que derivan en problema de mercado laboral.

Recomendaciones

Es conveniente que se realicen las investigaciones sobre los programas de capacitación empresarial para trabajadores informales a nivel nacional y de esta manera fortalecer estas, favoreciendo la calidad de los trabajadores informales y que el propósito de cada capacitación brinde experiencias, oportunidades para incrementar los aspectos de expansión de los negocios, productividad, optimización de empleos.

Por otra parte, se recomienda continuar y profundizar este proyecto a nivel profesional para explorar nuevas oportunidades en los programas de capacitación y profundizar los conocimientos como: alianzas estratégicas, propuestas del marketing, incorporación tecnológica. Así mismo socializar este emprendimiento social a otras comunidades del departamento del valle del cauca para fomentar y encaminar el talento de los trabajadores informales en cuanto a economía laboral.

Referencias Bibliográficas

- Dinngo Innovación empresarial con Design Thinking (2021) *Design Thinking Español*
<https://www.designthinking.es/inicio/index.php>
- Domanski, D. (Ed.), Monge, N. (Ed.) y Quitiaquez, G. (Ed.). (2016). *Innovación social en Latinoamérica* (capítulo 1 y 5). Corporación Universitaria Minuto de Dios. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/126053>
- Merino de Diego. *El emprendimiento social: un territorio de aprendizaje para la superación de un modelo en crisis*. Revista ICADE. N° 91, págs. 173-199, Enero -abril de 2014. ISSN: 1889-7045. Repositorio de <http://hdl.handle.net/11531/20217>
- Pablo, J. D., & Uribe, J. (2017). *Experiencias de emprendimiento social en Iberoamérica*. Recuperado de <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/44577>
- Pérez, S. G. (2016). *Diseño de proyectos sociales: Aplicaciones prácticas para su planificación, gestión y evaluación* (pp.31-100). Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edselb&AN=edselb.5102422&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Schnarch, A., & Schnarch, D. S. (2010). *Marketing para emprendedores*. Bogotá DC, Colombia: Ecoe Ediciones. Recuperado de <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/69144>