

Jóvenes en acción

Ivonn Astrid Figueroa Prada

Jorge Andrés Vanegas Pedraza

Carlos Gilberto Tumay Rivera

Docente: Luz Dary Camacho Rodríguez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela De Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN

Tecnología en Gestión Comercial y de Negocios

Dedicatoria

El presente trabajo, está dedicado a cada uno de los participantes de este proceso y que han hecho parte de la investigación, desarrollo y análisis del propósito de este diplomado a la institución educativa y a los profesores involucrados en este proceso; ya que nos han brindado todos sus conocimientos, apoyo y compromiso, para desarrollar un excelente trabajo, el cual esperamos pueda ser de gran utilidad para quienes deseen acceder al mismo y usarlo como guía de proyectos.

Resumen

El proyecto Jóvenes en Acción, tiene como fin, identificar principalmente algunas problemáticas sociales (Salud, educación, trabajo, entre otras) que se viven en la localidad de ciudad bolívar de la ciudad de Bogotá, luego de la identificación de la problemática, el proyecto espera poder realizar intervenciones a jóvenes entre 18 y 28 años de la localidad de extractos 1 y 2, los cuales no cuentan con los suficientes recursos económicos y de educación para poder proyectarse a una vida diferente a la que muchas veces quisieran cambiar pero no pueden.

Dentro del proyecto se espera realizar alianzas y convenios con entidades público-privadas y educativas, las cuales les permitan a los jóvenes involucrados con la fundación, capacitarse e iniciar una vida laboral y adquirir experiencias laborales, las cuales les permitirán tener una mayor autoconfianza y poder postularse y conseguir diferentes trabajos durante su vida.

Por último, se mostrará a los lectores como se distribuirá la fundación, como los jóvenes serán de gran utilidad para las compañías asociadas, los gastos que podemos representar por la capacitación y educación de estos, ventas, planes operativos, planes financieros y el capital de trabajo proyectado para el primer año de funcionamiento de la fundación, con el fin de tener claridad de que el proyecto sea viable para los involucrados y que a futuro sea muy representativo dentro de la localidad y sociedad.

Palabras claves: Problemática, proyecto, educación

Abstract

The Jovenes in Action project aims to identify mainly some social problems (health, education, work, among others) that are experienced in the town of Ciudad Bolívar in the city of Bogotá, after identifying the problem, the project He hopes to be able to carry out interventions for young people between the ages of 18 and 28 from the town of extracts 1 and 2, who do not have sufficient economic and educational resources to be able to project themselves into a different life than the one they often would like to change but cannot.

Within the project, it is expected to make alliances and agreements with public-private and educational entities, which will allow the young people involved with the foundation to train and start a working life and acquire work experiences, which will allow them to have greater self-confidence and power. Apply and get different jobs during your lifetime.

Finally, the readers will be shown how the foundation will be distributed, how the young people will be very useful to the associated companies, the expenses that we can represent for the training and education of these, sales, operating plans, financial plans and the capital of work projected for the first year of operation of the foundation, in order to be clear that the project is viable for those involved and that in the future it is very representative within the locality and society.

Keywords: Problems, project, education.

Tabla de Contenido

Introduccion	8
Objetivos	9
Objetivo General	9
Objetivos Específicos.....	9
Innovación Social (Modelo Negocio Desing Thinking).....	11
Modelo de Negocio (Modelo Canvas)	13
Propuesta de Valor	14
Estrategias de Mercadeo	16
Atributos y Beneficios del Producto	16
Atributos:	16
Beneficios:	16
Marca, Imagen y Slogan del Proyecto	17
Grupo Objetivo del Proyecto	18
Segmentación	19
Identificar la Competencia.	19
Estrategias de Mercadeo	21
Prototipos de los Contenidos a Manejar en las Redes Sociales	25
Proyección Operativa y Financiera.....	28
Descripción equipos de oficina.....	35
Procesos preoperativos.....	35
Localización	36
Precio de venta	38
Proyecciones ingresos por ventas	41
Inversiones	44
Conclusiones.....	46
Bibliografía	47

Tabla de figuras

Figura 1 Modelo de Negocio Desing Thinking	12
Figura 2. Modelo de Negocio Canvas	14
Figura 3. Marca Jóvenes en Acción.....	17
Figura 4. Competencia Teleperformance.....	19
Figura 5. Competencia Interactivo.....	20
Figura 6. Promoción Fundación Jóvenes en Acción.....	22
Figura 7. Convocatorias para Jóvenes en Acción	24
Figura 8. YouTube.....	25
Figura 9. Página de Facebook.....	26
Figura 10. WhatsApp.....	27

Listado de tablas

Tabla 1 <i>Capacidad instalada</i>	28
Tabla 2 <i>Insumos</i>	30
Tabla 3 <i>Ficha técnica</i>	31
Tabla 4 <i>Condiciones del Local</i>	32
Tabla 5 <i>Descripción equipos de oficina</i>	35
Tabla 6 <i>Cálculo de la demanda</i>	37
Tabla 7 <i>Proyecciones de ventas (unidades)</i>	37
Tabla 8 <i>Estadísticas</i>	39
Tabla 9 <i>Punto de equilibrio</i>	40
Tabla 10 <i>Proyecciones de ingresos por ventas (mensual)</i>	41
Tabla 11 <i>Proyecciones de ingresos por ventas</i>	41
Tabla 12 <i>Flujo de caja mensual</i>	42
Tabla 13 <i>Flujo de caja mensual primer año</i>	43
Tabla 14 <i>Inversión total</i>	44

Introduccion

Compartiremos a nivel colaborativo todos los conocimientos adquiridos en nuestro diplomado a lograr comprender y aplicar todos los procedimientos administrativos y financieros logrando vincularlos a nuestra propuesta social, garantizando que todas las partes y aliados estratégicos vinculados obtengan los más grandes beneficios y sobre todo que el proyecto que ideamos este alineado a lograr mejorar los problemas sociales de los jóvenes de esta localidad.

Adicionalmente, buscamos identificar la relación de gastos e ingresos, entregando datos idóneos para lograr alcanzar las metas del proyecto como también garantizar que nuestra propuesta logre que todas las partes que intervienen en el proyecto a nivel de publicidad y marketing logren impulsar sus marcas apoyando con responsabilidad social este tipo de proyectos.

Objetivos

Objetivo General

Mejorar la calidad de vida de los jóvenes de la localidad de ciudad bolívar creando por medio de nuestra fundación Jóvenes en Acción, oportunidades laborales que logren potencializar a nuestros a jóvenes a tener mejores opciones de vida y brindarles herramientas para que puedan acceder a ofertas laborales cerca de su hogar.

Objetivos Específicos

Implementar espacios de formación y gestión a nuestros jóvenes cerca a su lugar de residencia beneficiando costos de desplazamiento y mejorando la productividad a las compañías beneficiadas

Implementar modelos de aprendizaje óptimos para lograr contar con un personal capacitado ágil, que aporte en la entrega oportuna de los compromisos adquiridos con nuestros aliados; que apoyen nuestra fundación.

Lograr por medio de la fundación, la creación de alianzas estratégicas que apoyen a nuestros jóvenes y se brinde mes a mes oportunidades laborales, fomentando el crecimiento laboral de esta zona y beneficiando a muchas compañías que buscan de manera diaria el talento humano calificado.

Incentivar a nuestros jóvenes a vincularse a nuestra fundación por medio de estrategias de marketing dirigidas, logrando llegar a muchas familias, apalancando nuestro proyecto social.

Crear y auditar nuestros modelos de gestión, buscando que mes a mes se logren crear nuevas alternativas que aporten al crecimiento de nuestra fundación e impulsar las oportunidades laborales en las diferentes localidades con mayor impacto social en la ciudad de Bogotá inicialmente.

Innovación Social (Modelo Negocio Desing Thinking)

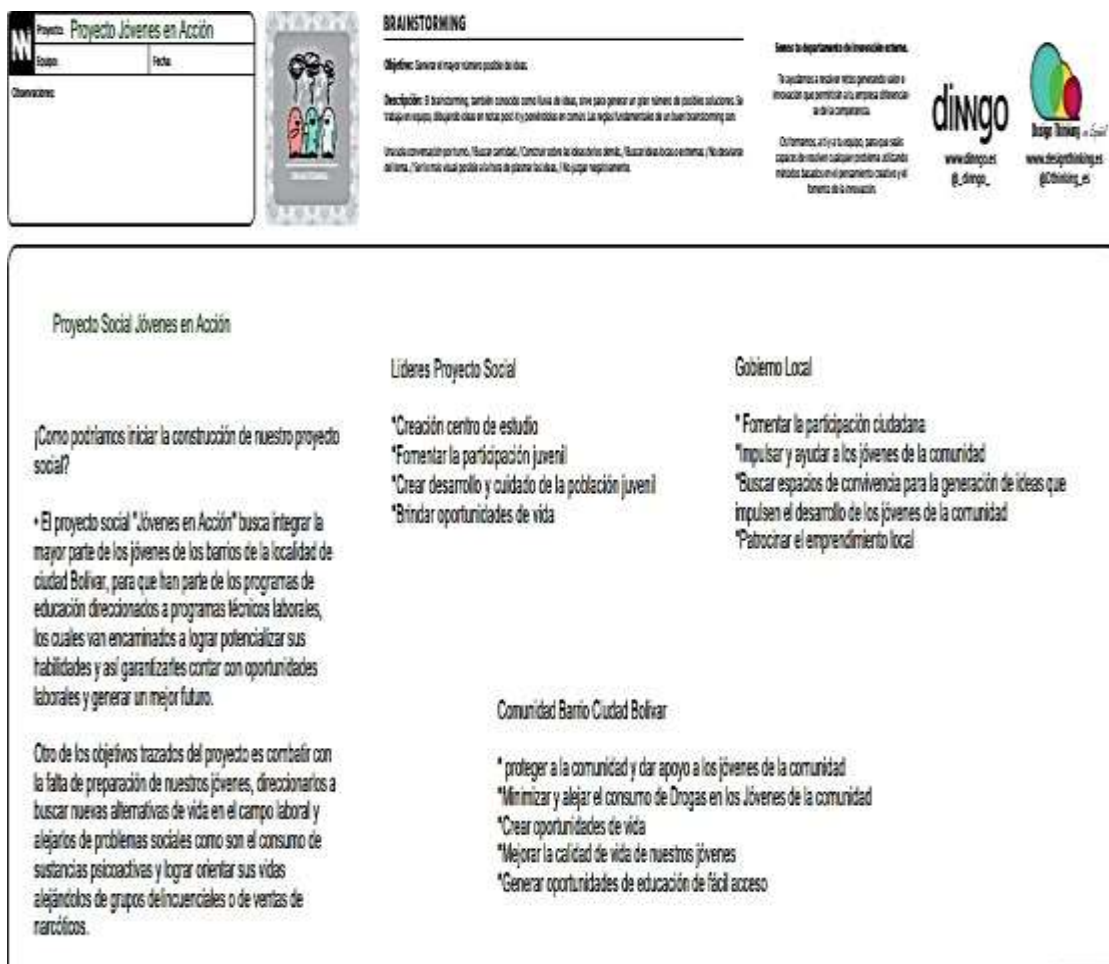
Una de las propuestas del proyecto social “jóvenes en acción” es lograr una alianza proyectada a 5 años con la compañía Emtelco, buscando la oportunidad que durante este tiempo logré contribuir a mejorar sus indicadores identificados al interior de la compañía. A su vez, se busca lograr sinergia con la alcaldía local de Ciudad Bolívar y el SENA, en donde se logrará dar a conocer la alianza que se tendrá con esta gran compañía, entregando bajo el sistema de una bolsa de empleo directa jóvenes capacitados en el proceso educación de técnicos laborales en servicio al cliente.

No obstante, cabe resaltar que el proceso innovador es lograr llevar el trabajo a las zonas donde se encuentran estos jóvenes, buscando a través de la alcaldía local espacio para la creación de puestos de trabajo en donde a través de la alianza con la compañía Emtelco se otorguen los equipos necesarios para ejecutaran la labor, garantizando que al tener el personal capacitado y que a su vez la gran mayoría de jóvenes estarán viviendo en la zona, ayudará a que logremos dar el cumplimiento y cobertura a los programas de servicio al cliente definidos en el sector logrando garantizar eficiencias y cumplimiento a los indicadores con problemas identificados en la compañía.

Este proyecto, tendrá grandes beneficios para la comunidad y los residentes donde se logre contar con el espacio para el cubrimiento de las actividades y no solo la compañía se beneficiara, por el contrario, dará la oportunidad de no solo iniciar con el proceso de formación de jóvenes se espera lograr integrar a las madres cabezas de familia, pero como premisa lograr en

los talleres de formación, los cuales buscaran integrar el seguimiento de las alcaldías locales para la supervisión y brindar nuevas estrategias que promuevan y aporten en mejorar la calidad de vida de esta localidad foco de muchos problemas sociales.

Figura 1 Modelo de Negocio Desing Thinking



Fuente: Autores propios

Modelo de Negocio (Modelo Canvas)

El modelo de negocios Canvas es implementado en la gestión de la fundación como elemento importante para identificar La estructura de los procesos, operaciones y funcionamiento desde una perspectiva más completa y detallada, en el podemos observar cómo se va a crear este proyecto con los requisitos mínimos de fundación, clientes, capital, segmentación, socios, actividades entre otros.

La fundación Jóvenes en acción consigue incorporarse en el mundo de proyectos sociales por medios unos socios claves que les permite económicamente y publicitariamente tener esta oportunidad para entregar a muchos jóvenes de la comunidad, estos socios son Emtelco, Sena. Alcaldía de la localidad que permitirán la capacitación y la creación de programas de formación para personas que carecen de estabilidad laboral y oportunidades económicas, sociales, y profesionales. Se realizará un cronograma de visitas a clientes, a empresas, colegios, organizaciones con el fin de dar información y presentar este proyecto para un beneficio en común que es el proteger la estabilidad de estos jóvenes, que conozcan la problemática que viven cada día y puedan ser participantes de esta acción. Se creará canales de información, de entrega de datos donde todas las personas tengan acceso y este activamente involucrados con el tema.

Figura 2. Modelo de Negocio Canvas



Fuente: Autores propios

Propuesta de Valor

Para este proyecto de jóvenes en acción, se busca fortalecer y mejorar los índices bajos laborales de los jóvenes de ciudad bolívar en la ciudad de Bogotá, que en este momento cuentan con menos posibilidades y que desean mejorar su calidad de vida y una estabilidad económica para sus familias, realizando programas de educación laboral y capacitaciones para su formación

Entelco y las empresas que deseen participar pueden contar con jóvenes capacitados para desarrollarse en cualquier área de la organización, dispuestos al cumplimiento de cualquier labor, horarios y actividades que requieran, además de tener un excelente servicio al cliente, desarrollando habilidades digitales, de formación e innovación.

Con este proyecto se van a beneficiar no solamente las empresas, también los jóvenes de la comunidad de Ciudad Bolívar, que busquen nuevas oportunidades laborales, capacitación educativa y mejorar sus necesidades económicas, por consiguiente, se puede marcar la diferencia para una comunidad que presenta varios problemas sociales como son el uso de sustancias

psicoactivas, la delincuencia, la deserción escolar, de esta manera, se puede lograr una mayor participación activa de los jóvenes en los cambios y desarrollo de la comunidad.

No obstante, este proyecto cuenta con un proceso de innovación, el cual logra llevar no solamente oportunidades laborales a la localidad foco del proyecto social, si no que busca lograr mayores ingresos a estos jóvenes generando ahorros en movilidad, gastos personales diarios, garantizando una mejor calidad de vida para ellos contando con todos estos beneficios y generando puntos estratégicos para la compañía garantizando el cubrimiento de sus puestos de trabajo en la búsqueda de los objetivos organizacionales es un modelo de negocio gana-gana.

Estrategias de Mercadeo

Atributos y Beneficios del Producto

Atributos:

- Innovador: Ya que nuestro planteamiento es ofrecer soluciones socioeconómicas a los jóvenes más vulnerables de una región.
- Valor, teniendo en cuenta que se realizarán alianzas con empresas privadas o públicas, se espera tener una mayor demanda y crecimiento, por parte de los jóvenes al incorporarse a esta propuesta de negocio.
- Calidad, para los clientes de la empresa Emtelco, y sus socios, ya que se cumplirán los objetivos misionales, que son, la prestación de servicio al cliente, tanto físico, como virtual.

Beneficios:

Este proyecto social busca generar mayores oportunidades tanto educativas como laborales para muchos jóvenes de escasos recursos, de la zona de ciudad bolívar, donde se encuentran altos índices de delincuencia según estadísticas de la secretaria Distrital de Seguridad, convivencia y justicia debido a la falta de recursos económicos y oportunidades.

Los jóvenes se van a beneficiar con capacitación educativa por medio de convenios con el SENA, que desarrollara sus habilidades para ser más competitivos en el mercado laboral.

Las diferentes alianzas con empresas entre ellas Emtelco, proporciona la tranquilidad que una vez los jóvenes estén capacitados y preparados, podrán desarrollar y aplicar todos los conocimientos adquiridos porque van a ser seleccionados para trabajar en este tipo de empresas.

Las empresas recibirán beneficios monetarios por parte del gobierno por contratar a este tipo de población, además de innovación y nuevas ideas para la empresa.

Cambios positivos para la comunidad, ya que estos jóvenes, no buscaran otros medios para solventarse económicamente.

Mejoramiento de calidad de vida para las familias y los jóvenes que van a tener estas oportunidades, quienes contarán con un contrato laboral a término fijo, y serán evaluados después de 3 meses según su desempeño y empezando, contarán con el salario mínimo vigente.

Marca, Imagen y Slogan del Proyecto

Marca: Jóvenes en acción

Figura 3. Marca Jóvenes en Acción



Fuente: Autoría propia

Slogan:

El cambio está en tus manos

Grupo Objetivo del Proyecto

Para este caso nos enfocaremos en un grupo determinado con el que ya cuenta la compañía Emtelco, el cual es un grupo de personas naturales y jurídicas, los cuáles actualmente son los mayores beneficiarios de la compañía, ya que requieren mucho de los servicios que presta, tanto de servicio al cliente, como de BPO, dentro de este grupo encontramos a personas entre los 30 a 55 años, en su mayoría personas jurídicas, las cuales tienen compañías de educación, de salud, telecomunicaciones, gobierno y comercio, estos el grupo objetivo sobre el cual nos enfocaremos para poder implementar nuestro modelo de negocio.

El primer objetivo es la empresa Emtelco, puede ser una alianza muy importante para la fundación ya que su apoyo ayudaría a muchos jóvenes teniendo en cuenta que su servicio con el cliente es a través del Contac Center y sistema BPO.

Compensar requiere agentes del Call center para las diferentes campañas al igual que otras cajas de compensación, los Bancos contratan empresas de sistema BPO para cobranzas, facturación y cartera.

La cámara de comercio de Bogotá y la alcaldía.

Segmentación

Jóvenes de escasos recursos, entre los 18 y 28 años, que vivan en la localidad de Ciudad Bolívar, esta zona ubicada al sur occidente de Bogotá, de clase socioeconómica baja, el mayor porcentaje de los predios son de estrato 1 y en muy bajo porcentaje de estrato 3 (5.4%), una de las características de esta localidad es que se encuentra en una zona con una topografía con un 90 % de zona Montañosa y el 72% de la localidad es considerada zona rural.

Este proyecto, busca jóvenes, hombres y mujeres que hayan cursado 11 grado de bachillerato, en uno de los colegios del gobierno y que debido a sus condiciones económicas no hayan podido continuar con sus estudios, lo más importante es dar estas oportunidades tanto de capacitación como laborales.

Identificar la Competencia

Teleperformance: Actualmente en Bogotá cuenta con tres sedes importante en la ciudad de Bogotá y en otras zonas del país, genera oportunidades laborales directas a través de su página web, pero no cuenta con un proyecto social que aporte este diferencial con el cual nuestro proyecto desea realizar y que generará valor en el mercado.

Por otro lado, podemos identificar que la compañía Konecta, si cuenta con alianzas que impulsan el apoyo a la comunidad, por lo cual este competidor tendría competencia con nuestro proyecto, sin embargo, no está orientado a nuestra propuesta de promover puesto de trabajo en las zonas de impacto social aun así nuestro proyecto sigue tomando fuerza frente a la competencia

Figura 4. Competencia Teleperformance



Fuente: Autoría propia

Interactivo: El Contactcenter, no cuenta con un proceso de apoyo social o visualmente no está enmarcado en sus políticas de compañía, brinda oportunidades laborales en su página, lo que brinda que nuestra propuesta sea atractiva en el sector impulsando este emprendimiento social en las comunidades.

Figura 5. Competencia Interactivo



Fuente: Autoría propia

De igual manera algunas entidades sin ánimo de lucro algunas ONG que brindan capacitación a jóvenes y a su vez los ayudan a ubicarse laboralmente.

Empresas privadas que también están dando oportunidad de trabajo y capacitación a los jóvenes como NESTLE que tiene el programa de 'Iniciativa por los jóvenes' McDonald's y AVON, que buscan aumentar su productividad, aportar a la sociedad y apoyar a los diferentes programas de empleo y capacitación.

Aliados Claves

- Emtelco.
- Jóvenes en Acción
- Sena
- Alcaldía local
- Alcaldía de Bogotá
- Empresas público-privadas que deseen asociarse a nuestro proyecto.

Estas alianzas principalmente apoyaran a los jóvenes inscritos al programa para el mejoramiento de sus conocimientos y apoyar sus vinculaciones laborales en áreas de mayor interés realizando programas de educación (técnicos laborales), Capacitaciones y formación a los jóvenes.

Estrategias de Mercadeo

Estrategia de comunicación: Segmentación del público, La delimitación del público hará que la estrategia sea efectiva, determinar en el barrio ciudad bolívar familias y jóvenes de estrato 0-2 que hagan parte del proyecto.

Acción: jóvenes con impacto dará a conocer los servicios que ofrecen por medio de volantes en toda la zona, entregara información en la junta de acción comunal del barrio, realizara visitas a instituciones, empresas y organizaciones para entregar información pertinente del emprendimiento social.

Figura 6. Promoción Fundación Jóvenes en Acción



Fuente: Autoría propia

1. Inicialmente, acercamiento con los líderes comunitarios y sociales para que de cerca conozcan nuestra visión y objetivo de la fundación.

2. Generar publicidad por medios audiovisuales televisión, radio local y nacional
3. Solicitar espacios de integración con apoyo de la alcaldía local, dar a conocer las alianzas y la seriedad del proyecto.
4. Uso de medios impresos como folletos y carteles, para dar a conocer los beneficios y objetivos que busca jóvenes en acción.

Estrategia de posicionamiento: por medio de campañas publicitarias que resalten las bondades del proyecto, las empresas aliadas, el respaldo de la alcaldía local, sus objetivos y sobre todo resaltar los cambios para la comunidad y la oportunidad para los jóvenes y sus familias.

Establecer sitios donde dar charlas y conferencias, buscando la participación principalmente de los jóvenes y la comunidad en general.

Acción: jóvenes en acción lograra posicionarse mostrando procesos de fácil manejo para los jóvenes, orientación y acompañamiento por parte de los funcionarios, hasta que los jóvenes ingresan a las empresas, no solo se trabajara con ellos también con las familias y la comunidad porque va a ser un beneficio para todos, de igual manera se hará un seguimiento a las diferentes empresas que quieran unirse.

Se capacitará en diferentes áreas, con énfasis en servicio al cliente, para lograr que las empresas puedan escoger el personal más adecuado para las exigencias de su empresa, lo que traería beneficios para todos teniendo en cuenta que el servicio prestado seria siempre el esperado por el cliente y de igual manera los jóvenes estarán realizando un trabajo con mayor agrado.

Se ofertan para los jóvenes dentro de la fundación de la localidad de ciudad Bolívar, con el fin de que puedan iniciar su vida laboral.

Figura 7. Convocatorias para Jóvenes en Acción

emtelco **CONVOCATORIA JÓVENES LOCALIDAD CIUDAD BOLÍVAR**

Cargo: Gestor de Atención al Cliente
Salario: \$1,322.899 + Variable \$145.000
Vacantes: 25

Contrato: indefinido
Ciudad: Bogotá
Cuenta: Canal Virtuales

FORMACIÓN ACADÉMICA
 Bachilleres- graduados – Técnicos en Call Center
 Estudiantes Fundación Jóvenes en Acción.

EXPERIENCIA
 Estudiantes atención al cliente Serva

Los interesados deben enviar sus hojas de vida actualizadas al correo: FundacionJovenesenAccion@Emtelco.com.co
 o en horario de oficina al número de atención al cliente: 011 233 8888. El tiempo máximo para las evaluaciones es de 15 días hábiles, a partir de la fecha de publicación de esta convocatoria.

Fuente: Autoría propia

Estrategia de diferenciación: Necesidades del consumidor, Estas serán las que guíen el día a día de la empresa. Además, se sabrá qué necesita el cliente y qué dice necesitar. Por tanto, es posible prestar el servicio que realmente quiere, y orientar la imagen hacia lo que dice querer, aprovechando esta distorsión.

Acción: Se realizarán encuestas puerta a puerta, que ayude a llegar a un gran número de personas, para establecer sus dificultades, que esperan de este tipo de proyectos, cuál es su nivel de confianza en las entidades que tienen proyectos similares al nuestro, como quieren generar mejores recursos económicos para ellos y su entorno familiar.

Servicio al cliente, el personal de jóvenes con impacto se diferenciará de la competencia con un excelente servicio de preventa, venta y post venta, además de realizar seguimientos acerca del servicio y los resultados obtenidos

Prototipos de los Contenidos a Manejar en las Redes Sociales

YouTube: dentro de esta aplicación esperamos realizar videos de nuestro proyecto innovador, en donde esperamos explicar de una manera breve y corta; ¿Cuál es el objetivo de nuestro proyecto?, ¿Qué buscamos con nuestro proyecto?, ¿Por qué decidimos escoger una localidad en específico, en la ciudad de Bogotá?, ¿Qué esperamos lograr con este proyecto?, ¿Objetivos y alcances que deseamos?, entre otros, a nuestros inversionistas o clientes, con el fin de que se sientan seguros con el proyecto y que lo que se busca es generar una mayor actividad económica para el país y localidad.

Figura 8. YouTube



Fuente: Autoría propia

Facebook: Facebook actualmente es una plataforma en la cual las personas pueden encontrar bastante información acerca de una empresa o persona, sus gustos, a que se dedican, en donde han estudiado, también es una plataforma en donde actualmente se venden y compran productos o servicios y las compañías o proyectos que están empezando, realizan publicaciones para incrementar el número de visitas de usuarios o clientes, es por eso que nuestro proyecto utilizará esta red social, para darse a conocer y poder ir posicionándose dentro de las compañías del mercado y como uno de los mejores proyectos innovadores en el país.

Jóvenes en Acción se podría utilizar como medio publicitario dando a conocer las ventajas del proyecto, sus objetivos, hacia quien va dirigido, cual es la misión, y en general toda la información necesaria para que los jóvenes vean y elijan esta fundación.

Figura 9. Página de Facebook



Fuente: Autoría propia

WhatsApp: Creación de plan de contenido variado, y eficaz, crear estrategias de mercadeo enfocada a los clientes existentes y futuros clientes con el objetivo de indicar la estructura del proyecto, en que está enfocado, como participar y apoyar a los jóvenes, dando información de interés, de capacitaciones, de accesos y de actividades vigentes o futuras. Es muy importante crear estas redes sociales para posicionar la marca, fidelizar los clientes, lanzar campañas y comunicación directa con los clientes.

Figura 10. WhatsApp



Fuente: Autoría propia

Página Web <https://jovenes-en-accion.odoo.com/@/>

Proyección Operativa y Financiera

Recursos operativos:

En este punto se presenta la siguiente información:

Tamaño del proyecto:

Jóvenes en acción es una fundación pequeña que busca intermediar entre empresas que buscan personal idónea para sus negocios y jóvenes que desean trabajar y capacitarse laboralmente, inicialmente se busca hacer 50 contrataciones mensuales para 5 empresas participantes, la idea es que estas cifras vayan creciendo mensualmente para su sostenibilidad, se contará con una oficina en arriendo en la parte central y comercial del barrio Ciudad Bolívar donde se manejará toda la documentación, que las personas inscritas que hagan parte del proyecto tengan acceso de información, se manejará un software de gestión para funcionalidad, esta oficina será de 30 metros cuadrados, que contará con espacio suficiente para un archivo, un escritorio y sala de espera y baño,

Tabla 1 Capacidad instalada

Conceptos	Unidad de medida
Área	30 m ²
% de espacio utilizado	%
# de Jóvenes capacitados por mes	50
# de Jóvenes máximo-capacitados al mes	80
# empresas inscritas al mes	5
# empresas máximas inscritas por mes	
10	

Nota.: Se muestra la capacidad que se instalará dentro de la fundación para su funcionamiento

Dentro del objetivo del convenio con nuestro aliado estratégico Emtelco cuenta con % de rotación del 10 al 11% en el personal en los programas en donde cuenta una población entre 500 y 600 creadores estas campañas por lo general genera requerimientos de personal de manera mensual cubriendo el personal de rotación y adicional de acuerdo a los tráficos de llamadas y proyecciones estadísticas pueden incrementar los requerimientos de personal para las gran mayoría de campañas empresas que posee actualmente prestado el servicio de outsourcing, es por esto que dentro de las estadísticas generadas podemos de manera mensual cubrir sus requerimientos de personal entre 45 a 60 jóvenes creadores de experiencia de manera mensual iniciando como parte del inicio de nuestra propuesta social y teniendo en cuenta que el impacto e positivo trataremos de cubrir mes a mes entre un 20 a 30 % los porcentajes de rotación que nos comparte la compañía aliada Emtelco

Disponibilidad insumos:

Este proyecto es de servicios, con el fin de ayudar a varios jóvenes de la comunidad, como intermediarios de capacitaciones y ofertas laborales entre las empresas más importantes del sector, entonces los insumos que se disponen para ofrecer este servicio será de una oficina que cuenta con dos computadores, estos computadores serán aportados inicialmente por los trabajadores, cuenta con 3 gabinetes de archivo, impresora 6 sillasse oficina, escritorio.

Tabla 2 Insumos

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Inscripción Empresa	1	0	0
Contrato Sena	1	0	0
Gabinetes	3	200.000	600.000
Impresora	1	345.000	345.000
Sillas	6	220.000	1.320.000
Escritorio	1	500.000	500.000
TOTAL	13		2.765.000

Nota: Se presentan los insumos a adquirir durante el primer mes de funcionamiento

Los insumos con respecto a las empresas inscritas y la empresa capacitadora, que en este será el SENA no arrojarían ningún valor ya que prestaría el servicio totalmente gratis, no tendría ningún costo para nosotros, las empresas harán parte de nuestros insumos, pero ellos pagarían un porcentaje según los cargos requeridos.

Ficha técnica del producto

(bien o servicio): Se realizará convenios entre empresas de diferentes actividades económicas que requieran personal capacitado para labores en diferentes áreas, estas empresas pagaran una cuota mensual para los intermediarios que buscaran al equiponecesario para su compañía una de ellas es Emtelco que sería la patrocinadora de este proyecto

que junto con el Sena capacitaran al personal y entregan un servicio especial e idóneo para las empresas del sector.

¡Error! No se encuentra el origen de la referencia. *Ficha técnica*



Versión 0

Código 00001

Página 1 de 1

FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO INTERMEDIACIÓN DE CONTRATACIÓN JÓVENES

NOMBRE DEL SERVICIO	Intermediación contratación jóvenes	
CLIENTES EXTERNOS	Para todas las empresas micro, medianas y grandes empresas de la ciudad de Bogotá	
CARGO DEL RESPONSABLE DEL SERVICIO	Gerente General	
DESCRIPCION DEL SERVICIO	Preparación de jóvenes para contratación laboral, se llenará unos formularos con información de perfiles de los postulados y entregar dicha información a las empresas inscritas e interesadas para utilizar el servicio	
DOCUMENTO ASOCIADO	Hoja de vida y contrato laboral	
REQUISITOS LEGALES	Decreto 3115 del 30 de diciembre de 1997 El Decreto 1666 del 30 de junio de 1966 Decretos 1421 de 1989	
REQUISITOS DE OPORTUNIDAD	De tiempo	De sitio de entrega
	Dentro de los primeros 5 días	Lugar de ubicación del cliente
REQUISITOS A FINES A MEDIO DE ENTREGA	Según lo acordado en el contrato	
CARGO DEL RESPONSABLE DE	Gerente General	
APROBACION DEL SERVICIO		

PUNTOS DE CONTROL

Contrato de servicio

VIGENCIA ESPERADA

Duración Contrato laboral

Nota: Donde se estipulan las características principales de nuestro producto o servicio

Condiciones del local:

Para poner en marcha este local se necesita con los servicios básicos de agua, luz e internet, con la estructura adecuada e iluminación pertinente

Tabla 3 *Condiciones del Local*

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Gas	1	150.000	150.000
Luz	1	150.000	150.000
Internet	1	150.000	150.000
TOTAL			450.000
			Valor Mensual

Nota: Se muestra brevemente los gastos de Gas, luz e internet en los que incurrirá nuestro proyecto por mes.

Realizar las proyecciones de distribución en planta:

Figura 11. Distribución de la parte administrativa



Fuente: Autoría propia

Esta oficina cuenta con entrada principal, sala de espera, baño, espacio para 3 archivadores donde se podrá guardar toda la documentación detallada tanto de los datos personales y hojas de vida de los jóvenes que participen, como copias contratos laborales, documentación legal y documentos empresas aliadas, Oficina general con escritorio y sillas para atender el personal.

Descripción de los cargos,

presentación del organigrama y las necesidades de personal con sus respectivas proyecciones de sueldos. Se debe relacionar los costos para fiscales.

Cargos:

Gerente General: Es el encargado de planificar, organizar y dirigir la compañía, tendrá a cargo toda la parte legal y la toma de decisiones importantes.

Administrador: Es la mano derecha del gerente, controlara la documentación necesaria para las contrataciones, hará contactos con las empresas, manejará el marketing digital, pagos de nómina y todo lo referente al personal.

Secretaria: Es la encargada de atender al público, contestara teléfonos, organizadora del archivo, entregara toda la información pertinente a los interesados.

Figura 12. Organigrama



Fuente: Autoría propia

Figura 13. Salarios

DEVENGADO		APROPIACIONES DE NOMINA	
CARGO: GERENTE(CONTADOR-ABOGADO)		SEGURIDAD SOCIAL	
SALARIO BASICO	\$ 1.800.000	SALUD 8.5%	\$ 153.000
AUXILIO DE TRANSPORTE	\$ 106.454	PENSION 12%	\$ 216.000
TOTAL DEVENGADO	\$ 1.906.454	ARL 0.522%	\$ 9.396
		TOTAL	\$ 378.396
DEDUCCIONES		APORTES PARA FISCALES	
APORTES DE SALUD 4%	\$ 72.000	SENA 2%	\$ 36.000
APORTESA PENSION 4%	\$ 72.000	CAJA DE COMPENSACION 4%	\$ 72.000
TOTAL DEDUCCIONES	\$ 144.000	ICBF 3%	\$ 54.000
		TOTAL	\$ 162.000
		TOTAL APROPIACIONES	\$ 540.396
DEVENGADO		APROPIACIONES DE NOMINA	
CARGO: ADMINISTRADOR		SEGURIDAD SOCIAL	
SALARIO BASICO	\$ 1.400.000	SALUD 8.5%	\$ 119.000
AUXILIO DE TRANSPORTE	\$ 106.454	PENSION 12%	\$ 168.000
TOTAL DEVENGADO	\$ 1.506.454	ARL 0.522%	\$ 7.308
		TOTAL	\$ 294.308
DEDUCCIONES		APORTES PARA FISCALES	
APORTES DE SALUD 4%	\$ 56.000	SENA 2%	\$ 28.000
APORTESA PENSION 4%	\$ 56.000	CAJA DE COMPENSACION 4%	\$ 56.000
TOTAL DEDUCCIONES	\$ 112.000	ICBF 3%	\$ 42.000
		TOTAL	\$ 126.000
		TOTAL APROPIACIONES	\$ 420.308
DEVENGADO		APROPIACIONES DE NOMINA	
CARGO: SECRETARIA		SEGURIDAD SOCIAL	
SALARIO BASICO	\$ 1.000.000	SALUD 8.5%	\$ 85.000
AUXILIO DE TRANSPORTE	\$ 106.454	PENSION 12%	\$ 120.000
TOTAL DEVENGADO	\$ 1.106.454	ARL 0.522%	\$ 5.220
		TOTAL	\$ 210.220
DEDUCCIONES		APORTES PARA FISCALES	
APORTES DE SALUD 4%	\$ 40.000	SENA 2%	\$ 20.000
APORTESA PENSION 4%	\$ 40.000	CAJA DE COMPENSACION 4%	\$ 40.000
TOTAL DEDUCCIONES	\$ 80.000	ICBF 3%	\$ 30.000
		TOTAL	\$ 90.000
		TOTAL APROPIACIONES	\$ 300.220

Fuente: Autoría propia

Descripción equipos de oficina

Tabla 4 Descripción equipos de oficina

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escritorio	1	500.000	500.000
Sillas	6	220.000	1.320.000
Impresora	1	345.000	345.000
Archivadores	3	200.000	600.000
TOTAL			2.765.000

Nota: Podemos observar los equipos a adquirir y sus costos.

Procesos preoperativos

Se inicia labores con el registro de la empresa llamada “jóvenes con impacto” se arrienda local inicialmente con fondos otorgados por Emtelco s.a. empresa aliada y patrocinadora; se estructura el organigrama con los cargos que se necesitan para este proyecto, se realiza la segmentación y búsqueda de los jóvenes que necesiten estar en el programa y que deseen crecer laboralmente y profesional dentro de la empresa, se programa visitas a las empresas que requieran el servicio, por medio de las redes sociales y páginas web se entrega información importante del proyecto para conocimiento de todas las personas interesadas , además se hace

contacto con la alcaldía local del barrio ciudad bolívar para obtener beneficios y donaciones para estos jóvenes sin empleo y patrocinios de marcas, empresas organizaciones o fundaciones.

Localización.

Se arrienda local para oficina en la parte central del barrio ciudad Bolívar, un primer piso sobre la carrera 22 con calle 62 sur, cerca a la alcaldía local del barrio con avenida principales de acceso, Transmilenio y SITP, en esta área se encuentra colegios distritales, privados y EPS con alto acceso de clientes, parques y locales comerciales que son importantes y con alto flujo de personal.

Este local tendrá una valla publicitaria a la entrada, con el nombre de la empresa e información importante teléfonos y la pequeña descripción del proyecto para fácil entendimiento a los clientes.

Proyecciones de Ventas.

Esta proyección de ventas está basada al número de empresas que hagan parte del proyecto, inscritas mensualmente y el numero prospecto de jóvenes que participen y se capaciten para su formación laboral, está basada a datos según la población del barrio escogido que es ciudad bolívar principalmente, pero a futuro se contempla que nuevos jóvenes de otras localidades hagan parte del proyecto y así lograr el objetivo final.

Tabla 5 *Cálculo de la demanda*

Población objetivo	1.000 jóvenes prom
Consumo promedio (mensual o anual)	80 jóvenes capacitados mensuales
Total, consumo	12.5%
Porcentaje de captura (% de mercado al que desean llegar)	100%
Total, demanda potencial	87.5%

Nota: Observamos la demanda que nos exigirán las empresas asociadas.

Tabla 6 *Proyecciones de ventas (unidades)*

	Año 1
TOTAL	55 empresas
Enero	2 empresas
Febrero	3 empresas
Marzo	5 empresas
Abril	5 empresas
Mayo	5 empresas
Junio	5 empresas
Julio	5 empresas
Agosto	5 empresas
Septiembre	5 empresas
Octubre	

Noviembre	5 empresas
Diciembre	5 empresas

Nota: Se identifican las empresas con las que vamos a trabajar a diciembre del primer año.

En este caso como es un servicio que se va a ofrecer tomaremos como ventas, el número de empresas que se inscriban mensualmente y hagan parte del proyecto, con este fin tendríamos una alta demanda para todos los jóvenes que se capacitaran para brindarles la mejor opción laboral.

Precio de venta

Es importante aclarar que dentro del convenio celebrado con la compañía Emtelco, tendremos la oportunidad de lograr iniciar con un contrato inicialmente por 5 años renovable, buscando a través de esta alianza estratégica proveer el recurso humano, igualmente de acuerdo a la necesidad de la compañía Emtelco su recurso humano se encuentra ubicado en la ciudad de Bogotá en un 80% de su recurso actual y segmentados entre los estratos 1 un 11,6% y un 54,7% en el estrato 2, esto hace que los barrios en donde más colaboradores se encuentren en localidades de Ciudad Bolívar, Kennedy y Suba.

Lo anterior hace que su porcentaje de ausentismo o de rotación de personal por renuncias voluntarias de estas zonas ha llegado a alcanzar un margen del 18% y una de las causales más importantes es la distancia para llegar a sus lugares de trabajo y nuestro objetivo social es lograr llegar a estas zonas garantizando el centro de operación en estas zonas disminuyendo la rotación

del personal y logrando generar un proyecto social que aporte a la comunidad, que sea de fácil acceso y que pueda lograr impactar la calidad de vida de nuestros jóvenes.

Tabla 7 Estadísticas



Fuente: Autoría propia

Nota: Se encuentra información más detallada, de los sectores de la ciudad con mayor presencia de creadores esto con el fin de detallar los % de participación de estrato y promedio de creadores actuales con las que cuenta la compañía Emtelco como foco de captación para nuestro proyecto.

Igualmente, encontramos que el talento humano dentro de las estadísticas entregadas por nuestro proveedor Emtelco encontramos jóvenes entre los 18 a 25 años los cuales representan un 38.7% una buena cifra para entender que la propuesta es viable y dirigida a la propuesta social planteada.

Es aquí donde Emtelco como principal empresa patrocinadora y aliada con el mayor número de servicios adquiridos y del personal capacitado pagará mensualmente el 20% sobre el valor del salario mínimo legal vigente según el cargo a la postulación, es aquí donde la fundación, logrará obtener los recursos para financiar sus gastos administrativos y lograr cubrir los sueldos de cada colaborador de la fundación, la estrategia es viable y la propuesta está

sustentada ya que los beneficios obtenidos por la compañía es lograr controlar este % de rotación y le ayudara mitigar los costos por contratación con los diferentes proveedores que cuenta y sobre todo apoyando un emprendimiento novedoso y fácil de implementar ya que para el año 2023 la compañía busca lograra tener un 35 % de su personal en modalidad teletrabajo y el trabajo presencial será de un 65% pero con respecto a las estadísticas este 65% no cuenta con el acceso al servicio de internet y es aquí donde la fundación concentrara sus esfuerzos para lograr el objetivo y lograr esta implementación.

Tabla 8 *Punto de equilibrio*

	Año 1
Total, costos fijos	12.000.000 arriendo
Total, costos variables	5.400.000 servicios públicos
Número de unidades	0
Costo total promedio unitario	17.400.000
Costo promedio unitario	0
Costo variable unitario	0
Precio de venta sin IVA	0
Precio de venta con IVA	0
Margen de utilidad promedio	0
Punto de equilibrio en unidades	0

Nota: Se encuentra información más detallada, de los tipos de gastos que tendrá la fundación.

Proyecciones ingresos por ventas

Esto equivale al número de jóvenes contratados mensualmente en las diferentes empresas postuladas

Tabla 9 *Proyecciones de ingresos por ventas (mensual)*

Ventas esperadas miles												
	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
Total, ventas	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	105
Descuentos		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
por ventas												
Ventas netas												
% de ventas a	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%		
contado												
% de ventas a	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
crédito												

Nota: Descripción de las ventas a realizar por mes en el primer año.

Tabla 10 *Proyecciones de ingresos por ventas*

	Año 1
Total, ventas	139.500.000
Descuentos por ventas	0
Ventas netas	139.500.000
% de ventas a contado	100%
% de ventas a crédito	0

Gastos de administración	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos financieros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos de marketing	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Otros gastos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total egresos	7.310.286	7.310.286	7.310.286	7.310.286	7.310.286	7.310.286	7.310.286	7.310.286	7.310.286	7.310.286	7.310.286	7.310.286
Flujo mensual (diferencia entre los ingresos y los egresos)	189.714	939.714	1.689.714	2.439.714	3.189.714	3.939.714	4.689.714	5.439.714	6.189.714	6.949.714	7.689.714	8.439.714

Nota: Se presenta el flujo de caja mensual del comportamiento financiero de la fundación

El capital de trabajo se determinará elaborando el flujo de caja mensual para el primer año del negocio:

Tabla 12 *Flujo de caja mensual primer año*

	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
Flujo mensual	189.714	989.714	1.689.714	2.439.714	3.189.714	3.939.714	4.689.714	5.439.714	6.189.714	6.949.714	7.689.714	8.439.714
Flujo mensual acumulado	189.714	1.179.428	2.869.142	5.308.856	8.498.570	12.438.284	17.127.998	22.567.712	28.757.426	35.707.140	43.396.854	51.836.568

Nota: Se presenta el flujo que tendrá la fundación de capital cada mes, durante el primer año.

Inversiones

Tabla 13 *Inversión total*

1 mes de funcionamiento

Rubro	Concepto	Valor
Activos fijos	Maquinaria y equipo	2.765.000
	Equipo de oficina	2.165.000
	Terrenos	0
	Muebles y enseres	600.000
	Equipo de transporte	0
Instalaciones y puesta en marcha	Estudios de investigación	0
	Adecuación del local o espacio de producción	0
	Gastos legales de constitución	36.000
	Marketing	50.000
	Arriendo	1.000.000
	Sueldos	5.780.286
	Gerente	2.446.850
	Administrador	1.926.762
	Secretaria	1.406.674
	Capital de trabajo	189.714
TOTAL		9.821.000

Nota: Se presenta la inversión total que se debería hacer el primer mes, para el
buen funcionamiento de la fundación

b. Fuentes de capital de inversión: este capital de inversión inicial es donado por medio de Emtelco que es la empresa patrocinadora, fondos de actividades (bazares, venta de garaje, rifas) donación alcaldía local ciudad bolívar

Conclusiones

Durante la investigación realiza, se determinó que en la localidad de ciudad Bolívar, en la ciudad de Bogotá, los jóvenes entre los 18 y 28 no cuentan con el apoyo económico para enfocar su vida en otros horizontes, lo que los lleva a consumir sustancias psicoactivas y a delinquir, por falta de apoyo para salir adelante, por lo cual decidimos investigar y realizar un proyecto el cual los beneficiara a ellos.

Teniendo en cuenta que la fundación no cuenta con los recursos propios para dar inicio a la sus actividades y constitución, se acude a la alianza con la alcaldía de la localidad de ciudad Bolívar y la empresa Emtelco, para poder dar inicio de este proyecto, para lo cual ambas deciden acceder y apoyar económicamente esta nueva iniciativa, la cual no solo serpa beneficiosa para los jóvenes, sino también para su propia comunidad.

Con la investigación realizada durante ya bastantes meses, logramos crear un proyecto, el cual cuenta con los estudios, información legal, proyecciones financieras, publicidad, costos, imagen de la fundación, redes sociales y todos los aspectos legales de constitución y creación de una fundación sin ánimo de lucro.

Bibliografía

Boero, C. (2020). *Evaluación de proyectos*. Jorge Sarmiento Editor - Universitas. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/172500>

Cavazos Arroyo, J. (2019). *Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social (p.p. 135-158)*. Editorial Miguel Ángel Porrúa.
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/191619?page=136>

Quaranta, N. (2020). *Planes de negocio*. Editorial Universidad Adventista del Plata.
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/130238>