

Proyecto de emprendimiento agencia de empleo  
“Agency of companie”

Gabriel Alfonso Acevedo  
Jeison Mauricio Chaves  
Pedro Fabián Martínez Huertas  
Yessica Paola Garnica  
Jehison Andrés Reyes Cubillos

Hasmill Teresa Jaime

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD  
Escuela de Ciencias Administrativas Contables y Económicas – ECACEN  
Villavicencio 2020  
Diciembre

Contenido

<i>Introducción:</i> .....	5
<i>Identificación del problema.</i> .....	6
<i>Justificación:</i> .....	8
<i>Metodología de la investigación</i> .....	9
<i>Objetivos:</i> .....	11
<i>Innovación social</i> .....	11
<i>Modelo de Design Thinking:</i> .....	14
<i>Plan de Mercadeo y publicidad</i> .....	23
<i>Plan operativo del proyecto</i> .....	40
<i>Plan financiero y de ventas</i> .....	49
<i>Plan de proyección de ventas para tres años</i> .....	54
<i>Conclusiones:</i> .....	60
<i>Bibliografía:</i> .....	61

## Resumen

La idea de este proyecto es que la agencia de empleo “Agency of companie” sea el puente entre la alcaldía del municipio de Madrid Cundinamarca y las diferentes empresas o industria o comercio en general a que monten o tengan sus sedes municipio de Madrid Cundinamarca y que se conviertan en generadores de empleo en el municipio , y que estén interesados en beneficiarse de los alivios tributarios que la alcaldía del municipio de Madrid Cundinamarca ofrece a todas las empresas, industria o comercio en general que contraten personal nativo o que residan en el municipio de Madrid.

Y fue con esta finalidad la alcaldía de Madrid Cundinamarca busco un aliado estratégico que se encargue de canalizar la contratación de este personal que su búsqueda se debe realizar usando los nuevos TIC de la comunicación (Pagina Web) con la finalidad de dar transparencia al proceso.

La agencia de empleo “Agency of companie” será la encargada de brindar transparencia al proceso de contratación de personal que las empresas, industria o comercio en general soliciten y será la encargada de proveer el personal necesario a estas empresas como repostar a la alcaldía del municipio de Madrid Cundinamarca el número de empleados contratados para ser acreedor de los beneficios fiscales ofrecidos por la alcaldía del municipio de Madrid Cundinamarca.

**Palabras claves:** Agencia, empleo, alivios tributarios, empresas, desempleo, beneficios

**Abstract:**

The idea of this project is that the employment agency “Agency of company” is the bridge between the mayor of the municipality of Madrid Cundinamarca and the different companies or industry or commerce in general that set up or have their headquarters in the municipality of Madrid Cundinamarca and that become generators of employment in the municipality, and who are interested in benefiting from the tax relief that the mayor of the municipality of Madrid Cundinamarca offers to all companies, industry or commerce in general that hire native-born personnel or that reside in the municipality of Madrid.

And it was with this purpose that the mayor of Madrid Cundinamarca looked for a strategic ally who is in charge of channeling the hiring of this staff that their search must be carried out using the new ICT of communication (Web page) in order to give transparency to the process.

The employment agency "Agency of company" will be in charge of providing transparency to the process of hiring personnel that companies, industry or commerce in general request and will be in charge of providing the necessary personnel to these companies such as refueling to the mayor of the municipality de Madrid Cundinamarca the number of employees hired to be a creditor of the tax benefits offered by the mayor of the municipality of Madrid Cundinamarca.

**Keywords:** Agency, employment, tax relief, business, unemployment, benefits.

## Introducción

Este proyecto está basado en un emprendimiento social donde el principal objetivo es mejorar el sector comercial del entorno elegido, en este caso Madrid - Cundinamarca donde observamos que es una zona rural que está creciendo con el impulso del traslado de las grandes industrias, pero este proceso tiene una consecuencia, su posicionamiento está afectando a las pymes de la región en relación a costos, capacidad laboral y en cuanto a infraestructura, por tal razón partimos de este punto para crear una empresa que pueda generar un puente entre las dos partes y poder permitir un desarrollo mutuo y progresivo, no solo beneficiando sus actividades económicas si no pensar en conjunto y prestar sus respectivos servicios haciendo alianzas, y sobre todo abriendo la posibilidad de mejorar los procesos productivos y administrativos de las Pymes, considerando que este proyecto a nivel sectorial beneficiara mucho a la población.

Participar en este proyecto es una manera dinámica de acceder a una página web y dar a conocer las diferentes actividades económicas de las organizaciones que hagan parte de esta comunidad, además no solo se podrán realizar negociaciones rápidas y seguras, si no también logramos ofrecer una alta gama de capacitaciones, donde no solo podremos instruir a las pymes a cómo mejorar sus aspectos operativos, comerciales, publicitarios y productivos sino también a cómo potencializar sus servicios o productos por medio de las diferentes redes sociales ya que hoy en día son una herramienta versátil que permite llegar a diferentes sectores y tipos de clientes.

Adicional a esto tenemos un plus que es mantener informados a nuestros clientes o a nuestra comunidad con todo lo relacionado con el tema tributario, esto con el fin de tener en cuenta todos los beneficios y oportunidades que ofrece en este caso la alcaldía y el gobierno, a las diferentes empresas ya sea con el tema de impuestos o créditos que permitan mejorar y crecer cada día. Para

esto contamos con un personal altamente capacitado y siempre con la garantía de manejar negociaciones verídicas y muy beneficiosas.

**Identificación del problema.**

*Planteamiento del problema:*

Vemos que el municipio de Madrid Cundinamarca es un municipio que actualmente está cambiando y tratando de urbanizar e industrializar grandes zonas pero no es ajena a una realidad nacional donde el desempleo presenta altas cifras dentro del municipio y donde la mano de obra nativa del municipio abunda, es decir que el traslado de las grandes industrias a la región está generando un impacto negativo.

Ante tal situación la alcaldía del municipio de Madrid Cundinamarca ha creado estrategias para incentivar a diferentes ramos de la industria y del comercio en general a que tengan sus sedes municipio de Madrid Cundinamarca y que se conviertan en generadores de empleo en el municipio, ofreciendo a cambio alivios tributarios a la empresas que contraten personal nativo del municipio del municipio y con esta finalidad la alcaldía de Madrid Cundinamarca busco un aliado estratégico que se encargue de canalizar la contratación de este personal que su búsqueda se debe realizar usando los nuevos TIC de la comunicación (Página Web) con la finalidad de dar transparencia al proceso.

*Formulación del problema:*

¿Cómo se usaría la agencia de empleo para relacionar las pymes y las grandes industrias con la población para generar empleo equitativo y beneficioso para todas partes?

- *Título del proyecto:*

Proyecto de emprendimiento agencia de empleo “Agency of companie”.

### **Justificación:**

El proyecto consiste en ofrecer los servicio de una agencia de empleo para pymes y grandes industrias donde se ofrecen una serie de beneficio tributarios para las empresas situadas en el municipio de Madrid Cundinamarca que creen nuevos empleos dentro del municipio.

Según lo estipulado en el Decreto Reglamentario No. 2112 de 2019, el cual creó el régimen especial de las Zonas Económicas Sociales Especiales (ZESE), que busca dinamizar el aparato productivo en territorios que presentan una situación crítica en materia de empleo, y generar oportunidades de inserción laboral (Procolombia, 2020)

Según la (Dian, 2020) el Régimen especial tributario ZESE tiene como finalidad atraer inversión nacional y extranjera, mejorar las condiciones de vida y generar empleo en aquellas ciudades que tienen altas tasas de desempleo.

Dentro de los beneficios que ofrece este régimen están:

- La tarifa del impuesto sobre la renta del cero por ciento (0%) durante los primeros cinco (5) años a partir del año gravable 2020
- Del cincuenta por ciento (50%) de la tarifa general para los siguientes cinco (5) años.
- Retención en la fuente y autor retención a título de impuesto sobre la renta.

Cuando se efectúen pagos o abonos en cuenta a un beneficiario de la Zona Económica y Social Especial (ZESE), la tarifa de retención en la fuente se calculará en forma proporcional al porcentaje de la tarifa del impuesto sobre la renta y complementarios del beneficiario



### Metodología de la investigación

Para dar inicio a este proyecto se realizó una serie de pasos que permitieron una consolidación pensando en cada una de las áreas que se llegarían a utilizar ya que este consiste en no solo basarnos en un emprendimiento social sino también en poder crear una organización diferente que pueda beneficiar tanto a la misma empresa como a los clientes y el sector.

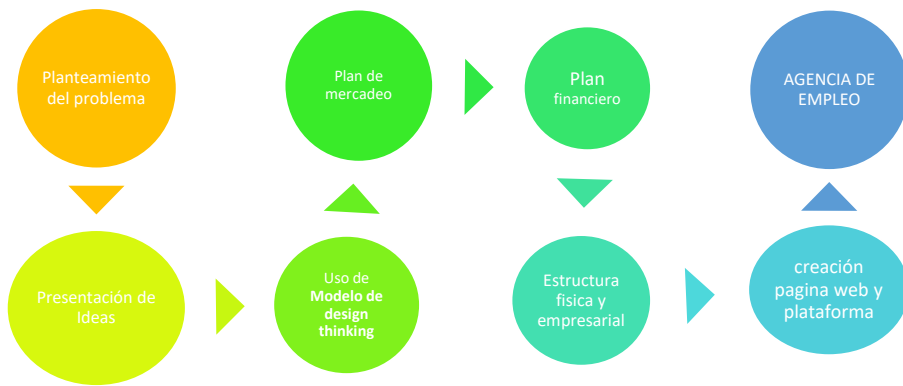


Figura 1. Esquema de proceso para la creación del proyecto. Elaboración propia.

*Planteamiento del problema:*

En este paso tuvimos en cuenta la problemática del sector, en este caso, analizar cuál era la afectación de la presencia de las grandes industrias para las pymes y para la sociedad.

- Presentación de Ideas

Analizando la problemática planteamos un proyecto que sirviera de puente para poder beneficiar todas las partes y también generar ingresos, a partir de esto, nace la agencia de empleos.

- Uso de Modelo de Design Thinking.

Este modelo permitió conocer y analizar el proyecto desde varios puntos de vista para poder formar el plan y el diseño adecuado en cuanto a mercadeo y publicidad; y como sería la percepción de los posibles clientes potenciales.

- Plan de mercadeo

En este paso pudimos establecer las estrategias de mercadeo y publicidad para poder dar a conocer el proyecto resaltando los beneficios tributarios como un plus.

- Plan financiero

Aquí pudimos establecer costos de inversión para poder operar y establecer los costos de venta y cómo podríamos tener un presupuesto más claro y a sí mismo un pronóstico que nos dará la factibilidad del proyecto en cuanto al entorno económico.

- Estructura física y empresarial

Basada en el presupuesto, se realiza un plano estructural de las oficinas físicas, los cargos y toda su respectiva estructura organizacional.

- Creación página web y plataforma.

En este paso se creó la plataforma digital en donde se podrá abrir el directorio empresarial y montar la plataforma de acceso a la diferente empresa e industria.

## **Objetivos**

### *Objetivo general:*

- Crear un puente de empleo para las Pymes y las grandes industrias, por medio de un emprendimiento social.

### *Objetivos específicos:*

- Generar una plataforma virtual para el desarrollo de la Agencia de EMPLEO.
- Crear estrategias novedosas por medio de visitas y publicidad para implementar un buen plan de mercadeo.
- Crear un plan financiero que permita conocer el valor de la inversión, costos de venta y un pronóstico para analizar la factibilidad del proyecto.
- Utilizar las diferentes herramientas del modelo de Design Thinking para poder analizar las variables del proyecto en cuanto a su entorno.

## **Innovación social**

Este proyecto se desarrollará por medio de una página web en donde se tendrá por sectores el link de las páginas y datos de contacto directo de las diferentes Pymes del sector, para así dar a conocer sus actividades económicas y generar puentes de empleo con un conjunto de estrategias de venta, mercadeo y gerencia para trabajar en conjunto a las grandes industrias

que han abordado el sector. Además de esto queremos brindar una estrategia principal que una a los dos extremos por medio de los beneficios tributarios y así lograr un beneficio potencial y justificable a nuestros posibles clientes el interés y la oportunidad de hacer parte de la agencia de empleos.

Este proyecto no solo es una ayuda para equilibrar las posiciones de la Pymes y las grandes industrias si no también es una manera de darle valor a la mano de obra de la región ya que allí según el DANE, el desempleo sigue afectando, en esta región las mujeres tienen una tasa de desempleo de 13.9%, mientras que la tasa de desempleo masculina es del 7%. Lo cual hace de este proyecto un acceso a mejorar la calidad de vida de la población.

#### *Localización del Proyecto:*

La localización de las oficinas de nuestra agencia de empleo “Agency of companie” está proyectada su ubicación en el centro del municipio de Madrid - Cundinamarca, cerca de las oficinas de la alcaldía Municipal de Madrid.

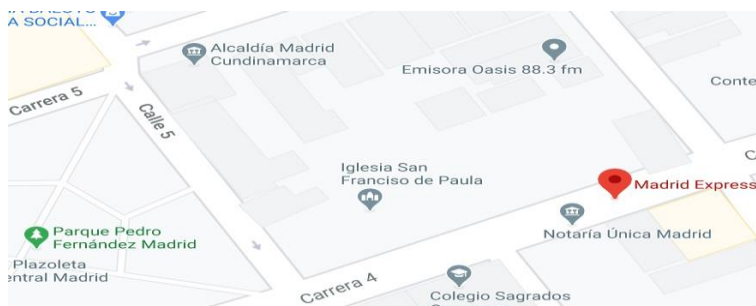


Figura 2. Imagen tomada en maps de El punto posible de ubicación

Según la (Dian, 2020) serán todas las sociedades comerciales constituidas en la ZESE dentro de los tres (3) años siguientes a la entrada en vigor de la ley, esto es 25 de mayo de 2019; o las sociedades comerciales existentes constituidas bajo cualquiera de las modalidades definidas en la legislación vigente que se encuentren ubicados en el territorio ZESE.

El beneficio tributario del régimen especial ZESE no aplica a las empresas dedicadas a la actividad portuaria o a las actividades de exploración y explotación de minerales e hidrocarburos, así como a las sociedades comerciales existentes que trasladen su domicilio fiscal a cualquiera de los municipios pertenecientes a los departamentos o ciudades del territorio ZESE.

*Segmentación:*

- La Zona Económica y Social Especial es un régimen especial en materia tributaria consagrado en el artículo 268 de la Ley 1955 de 2019 y reglamentado por el Decreto 2112 del 24 de noviembre de 2019. (Dian, 2020)
- Según (Zambrano, 2020) Se deben segmentar o clasificar sus clientes, dividiéndolos según sus características:

- Persona natural: Cliente que obra en calidad de persona natural y efectúa la operación de compra a través del RUT.
- Persona Jurídica: son Mi pyme, pequeñas y medianas empresas, inscritas y efectúa la operación de compra a través del RUT

### **Modelo de Design Thinking**

Por medio del modelo de Design Thinking se puede realizar un proceso novedoso en donde pudimos plantear posibles escenarios, positivos y negativos con relación a los clientes, la competencia, el sector, la población y entre otros aspectos que nos permitieron forjar de manera creativa estrategias y comportamientos de respuesta para la agencia.

Alcanzando nuestro objetivo, que es satisfacer a los clientes en este caso, teniendo en cuenta que el puente laboral sea tan beneficioso tanto para las pymes como para las industrias y pueda generar un impacto positivo a la población y al municipio.

Con lo anterior, se desarrolló el análisis de las siguientes herramientas:

- *Empatiza:*

En cuanto al proceso de Design Thinking la etapa de la Empatía es una herramienta de innovación, está centrada en el usuario y se utiliza para ofrecer soluciones a deseos o necesidades

concretas de las personas. En este caso a la pyme y las grandes empresas del Municipio de Madrid, esto nos da a entender qué es verdaderamente relevante para ellos.

Cuánto más capaces seamos de ponernos en su lugar más facilidades tendremos para comprenderlos e identificar aquello que puede aportarles valor. Para lo cual utilizaremos la técnica del Mapa de actores el cual refleja de forma gráfica las conexiones entre los distintos usuarios que componen las pymes, las grandes empresas y los servicios prestados. Esto ayuda a tener una imagen clara sobre los usuarios que intervienen en el mismo, de cara a la identificación de las personas a investigar en la primera fase del proceso, o para estructurar la definición de las funcionalidades de la solución final.

Cuando innovamos y empatizamos lo hacemos de acuerdo a un marco que clientes o nosotros mismos hemos decidido ponernos, para encontrar la solución al problema. la creación de una Agencia de empleo y beneficios tributarios para la generación de valor social a las pymes; la necesidad de entrar a competir con un mercado tan saturado de empresas con trayectoria en el mercado e ideas estandarizadas y difíciles de cambiar de inmediato.

Para lo cual se debe investigar sobre el Mapa de actores que intervienen articuladamente y que son fundamentales para lograr empatizar con cada una de estas empresas logrando dar solución a la problemática social generada.

Identificación de los actores que, de acuerdo con su competencia, intervienen en la implementación agencia de empleo y beneficios tributarios para la generación de valor social a las pymes



Figura 3. Factores de Empatiza Modelo de Design Thinking. Elaboración propia.

- *Define:*

Durante la etapa de Definición, debemos cribar la información recopilada durante la fase de Empatía y quedarnos con lo que realmente aporta valor y nos lleva al alcance de nuevas perspectivas interesantes. Identificaremos problemas cuyas soluciones serán clave para la obtención de un resultado innovador.



Los insights son al fin y al cabo “revelaciones” encontradas a partir de la observación llevada a cabo en el Proceso de Empatía. Y como tales, nos permiten encontrar Focos de Acción a partir de los cuales empezar a generar soluciones.

**AGENCIA DE EMPLEO Y BENEFICIOS  
 TRIBUTARIOS PARA LA GENERACION DE  
 VALOR SOCIAL A LA PYMES**

**LAS “PYMES”**

Las pequeñas y medianas empresas del municipio de Madrid - Cundinamarca, incluyendo tiendas de barrio, necesitan ayuda y apoyo por parte de los entes gubernamentales para obtener grandiosas ventas, ya que están siendo afectadas por las grandes empresas y fábricas de diferentes marcas de productos de consumo humano ubicadas en ésta localidad.



**POBLACIÓN DE MADRID**



Los habitantes del municipio de Madrid son quienes deciden en qué sitio realizar sus compras, añadiendo que, algunos de ellos tienen sus pequeños negocios y son también emprendedores. Pero se debe tener en cuenta que, gran parte de la población prefiere adquirir sus productos al mayor por bajos precios; es decir realizar sus compras en las grandes empresas ubicadas allí.

**ACTORES INSTITUCIONALES**



Son de gran importancia y ayuda para determinar y planear estrategias factibles y efectivas para que tanto las micro como macro empresas se beneficien equitativamente, además de brindar la generación de valor social para las Pymes, creando oportunidad de crecimiento y evolución para todo tipo de empresario y su negocio.

**EMPRESAS INDUSTRIALES CON  
 TRAYECTORIA EN EL MERCADO**

Éstos tipos de empresas son importantes en el ámbito comercial de nuestro país, sin embargo debe haber campo también para las Pymes puesto que deben ser atendidas por el Estado, ya que necesitan protección e incentivos que les permitan competir con las grandes corporaciones. Pero más que competir, resultaría gratificante para ambas partes, llegar a un acuerdo donde se obtengan beneficios y ganancias mutuamente.



**POSIBLES SOLUCIONES**



Podemos fijar posibles soluciones, brindando satisfacción a la necesidad de los clientes y población del municipio de Madrid:

- Logrando un acuerdo por ambas partes, creando estrategias de producción, comercio y venta de los productos.
- Como ciudadanos apoyando a las Pymes por medio de la compra de los productos en tiendas de barrio y micro empresas.

**“APOYEMOS A LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, SEAMOS  
 PYMES AL MOMENTO DE ADQUIRIR NUESTROS PRODUCTOS Y  
 SERVICIOS”**

Figura 4. Imagen de la herramienta define del Modelo de Design Thinking. Elaboración propia.

- *Idea:*

La etapa de Ideación tiene como objetivo la generación de un sinfín de opciones. No debemos quedarnos con la primera idea que se nos ocurra. En esta fase, las actividades favorecen el pensamiento expansivo y debemos eliminar los juicios de valor. A veces, las ideas más estrambóticas son las que generan soluciones visionarias.



Figura 5. Imagen de la herramienta Idea del Modelo de Design Thinking. Elaboración propia.

Para el desarrollo del modelo Design Thinking y la etapa “Ideas” la técnica que se seleccionó fue el “mapa mental”, porque su aplicación en el proyecto “Agencia de empleo y beneficios tributarios para la generación de valor social a la pymes” esta técnica es un diagrama

que se utiliza para representar conceptos interrelacionados entre sí que se organizan de forma radial alrededor de una idea central. Para autores como (Buzan, 2012) los mapas mentales desarrollados, son un método efectivo para la generación de ideas por asociación, ésta juega un papel dominante en casi toda función mental. Toda simple palabra tiene numerosas conexiones o apuntadores a otras ideas o conceptos.

En este caso esta herramienta se utilizó para la generación, visualización, estructura, clasificación taxonómica de las ideas y como ayuda para el estudio, organización, solución de problemas y toma de decisiones.

En el Design Thinking es imprescindible la actitud, debemos adoptar la que se denomina "Actitud del Diseñador". Ser curiosos, y observadores, en cualquier detalle podemos encontrar información trascendente. Debemos ser empáticos, tanto con las personas como con sus circunstancias, ser capaces de ponernos en la piel del otro.

La etapa de Ideas tiene como objetivo la generación de un sinnúmero de opciones. No debemos quedarnos con la primera idea que se nos ocurra. En esta fase, las actividades favorecen el pensamiento expansivo y debemos eliminar los juicios de valor.

Los resultados de esta etapa de "Ideas" utilizando la herramienta mapa mental se basan en que la agencia de empleo, para que ofrezca servicios innovadores sin ningún costo adicional para las empresas, como:

- Brindar herramientas para que los trabajadores logren un óptimo desempeño
- Acompañamiento para contribuir al desarrollo de las personas y empresas.
- Orientación del personal y capacitación laboral.

Pero dejando claro que uno de los objetivos centrales es ayudar a buscar “beneficios tributarios” para las empresas que contraten personal por medio de nuestra agencia de empleo.

- *Prototipo:*

En la etapa de prototipo volvemos las ideas realidad. Construir prototipos hace las ideas palpables y nos ayuda a visualizar las posibles soluciones, poniendo de manifiesto elementos que debemos mejorar o refinar antes de llegar al resultado final.

En esta etapa, se selecciona el diagrama causa efecto como técnica el cual se conoce también como espina de pescado, donde se representan y analizan los elementos y las causas de un problema.

Para ello, identificaremos las variables que pueden ser causantes de un problema, e identificaremos qué debe suceder con esas variables para que el problema se genere. Se distribuirán en un gráfico con forma de espina de pez.

En este orden de ideas se exponen las causas, sub causas y el efecto final del problema que en este caso es el desplazamiento de las PYMES en el municipio de Madrid Cundinamarca por grandes plataformas comerciales, las cuales les está quitando posición en el mercado y a esto se unen otros factores relevantes que tienden a hacer desaparecer estas micro empresas.

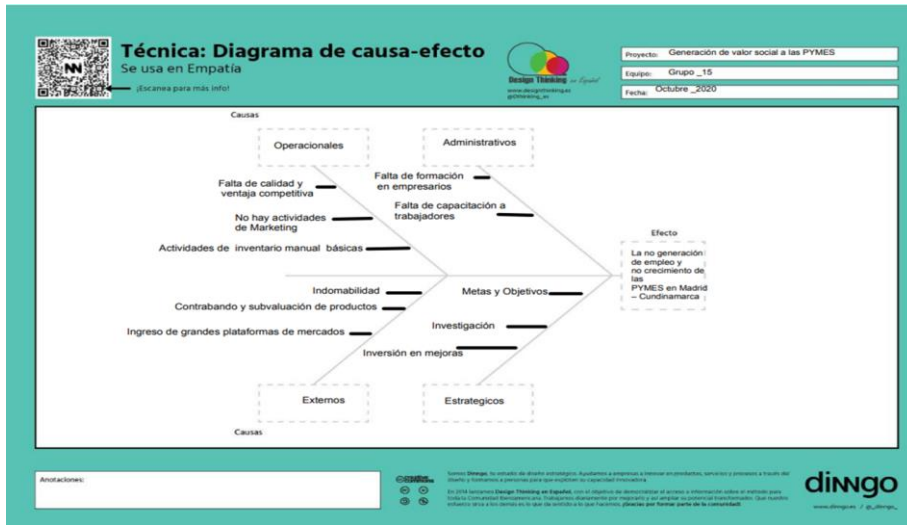


Figura 6. Imagen de la herramienta prototipo del Modelo de Design Thinking. Elaboración propia por aplicación Dinngo.

- **Testea:**

Durante la fase de Testeo, probaremos nuestros prototipos con los usuarios implicados en la solución que estemos desarrollando. Esta fase es crucial, y nos ayudará a identificar mejoras significativas, fallos a resolver, posibles carencias. Durante esta fase evolucionaremos nuestra idea hasta convertirla en la solución que estábamos buscando.

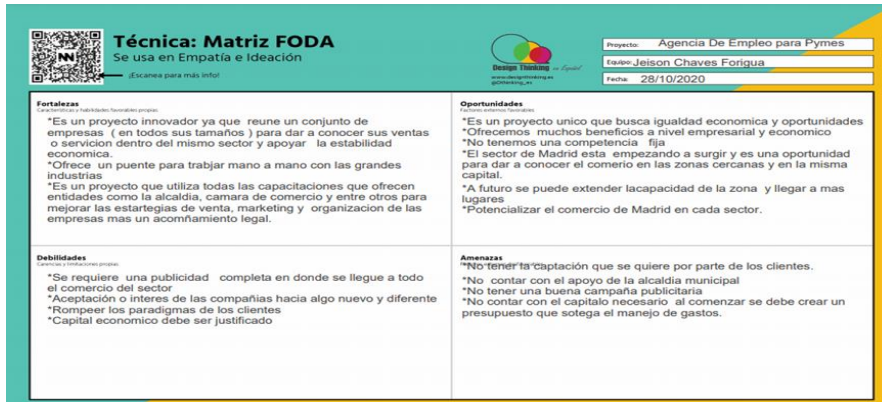


Figura 7. Imagen de la herramienta Testea del Modelo de Design Thinking propia por aplicación Dinngo.

En relación con la matriz DOFA tenemos un direccionamiento sobre las oportunidades de mejora que podemos aportarle al proyecto, es necesario conocer las debilidades, considero que la clave del éxito está en la publicidad y el mercadeo que se le dé a la empresa, ya que no es fácil romper los paradigmas que los clientes puedan llegar a tener y debemos trabajar fuerte en los beneficios o servicios que le podemos brindar a nuestros clientes.

### Plan de Mercadeo y publicidad

- *Definición de modelo de negocio, público objetivo y servicios.*

Como primer lugar es pertinente crear un nombre para la empresa en este caso será llamado “Agency of companie” que quiere decir en español agencia de compañías, para dar continuidad al nombre es importante aclarar que el tema del proyecto esta direccionado con elaborar una agencia de empleo para pymes y grandes industrias con beneficios tributarios en la comunidad de Madrid Cundinamarca, con el fin de ampliar las oportunidades de empleo y progreso en el sector.

- Identificar la competencia:

Como somos una empresa privada(operador privado) que según la Ley 142 de 1994, en la cual y de acuerdo a la participación económica se clasifican en oficial, mixta o privada; como sociedades por acciones o en su defecto como empresas industriales y comerciales del estado, de conformidad con el artículo 17 somos una empresa contratada(operador privado) para ejecutar el programa Régimen Especial en Materia Tributaria Zona Económica y Social Especial -ZESE- para el municipio de Madrid Cundinamarca.

Nuestra competencia directa seria las empresas privadas (operador privado) que ejecutan el programa Régimen Especial en Materia Tributaria Zona Económica y Social Especial -ZESE- en municipios como Armenia y Quibdó y los departamentos de la Guajira, Norte de Santander y Arauca.

En este punto no podemos determinar una competencia directa, pero si podemos considerar que los canales de proveedores que manejan las grandes industrias pueden ser un competidor, que puede ofrecer un servicio beneficioso para ellos.



Pero el plus que tiene nuestro proyecto es, que las grandes industrias por medio de nuestra plataforma encuentren el servicio que deseen de manera más rápida al presentar la solicitud, dando una respuesta inmediata con el contacto y en los casos que lo dispongan, una visita para la respectiva cotización.

Otro de los principales competidores sería la agencia de empleo o empresas que operan en el país, que se dedican a ofrecer los servicios a las personas para encontrar un trabajo mejor, a crecer profesionalmente y a las empresas a encontrar al profesional que mejor encaje con sus necesidades.

- *Aliados*
  - Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
  - Ministerio de Hacienda.
  - Ministerio del trabajo
  - SENA
  - DIAN
  - Alcaldía de Madrid Cundinamarca
  - Plan Nacional de Desarrollo,
  - Cámara de Comercio Colombo Americana (Amcham Colombia),
  - La CCB en Cundinamarca - Cámara de Comercio de Bogotá.
  - Instituto De Capacitación Técnica Incatec
  - Andap Madrid Cundinamarca.

- Politécnico Mayor Madrid – Cundinamarca

- *Objetivos que conseguir*

En primer lugar, es poder dar a conocer nuestro negocio y explicar al cliente el funcionamiento y los beneficios que puede adquirir. Para dar inicio a las estrategias destaco 5 aspectos importantes que van a ayudar a atraer los clientes potenciales.



Figura 8. Imagen aspectos importantes. Elaboración propia.

Los beneficios que destacamos son:

- Primera y única agencia de empleos del sector
- Capacitaciones sobre como potencializar el comercio y/o las actividades de las empresas.
- Alianza directa al cliente potencial con una de las grandes Industrias.
- Acceso al directorio desde la página web de la agencia de empleo que tiene contacto directo con el link y un correo de la organización según su sector económico.
- Asesoría tributaria con el fin de acceder a beneficios de impuestos o reformas que se hagan sobre estos.
- Oportunidad de empleo para toda la población.
- Mejora de oportunidades laborales a futuro.

- Asistencia de facilitadores para conseguir trabajo y orientación a empleadores.
  - Capacitación con especialistas.
  - Creación de perfiles laborales.
  - Formación complementaria que se brinda para mejorar sus habilidades.
  - Articula la oferta y demanda laboral.
  - El fortalecimiento y desarrollo de las competencias.
  - Mejoramiento de los ingresos al acceder a los descuentos tributarios.
- 
- *Alianzas estratégicas:*

SENA:

Esta iniciativa busca enriquecer la oferta de servicios virtuales del Agency of companie de acuerdo con las necesidades del sector productivo para promover la inserción laboral de los Habitantes de Madrid Cundinamarca.

Actualmente, la Agencia Pública de Empleo del SENA dispone de canales virtuales para la prestación del servicio de orientación ocupacional e intermediación laboral para buscadores de empleo, así como publicación y gestión de candidatos para empresas que requieren talento humano.

- *Marketing y ventas*

El Marketing es un conjunto de decisiones a tomar por parte de la agencia de empleo Agency of companie, en todo negocio que influirá en sus posibilidades de éxito comercial y que tienen

como objetivo final satisfacer a los clientes como vía para alcanzar la rentabilidad del negocio. ( Infoautónomos, 2014)

- *Atractivo:*

La Agencia de Empleo “Agency of companie” es una institución que representa a los trabajadores frente a los empleadores del área de recursos humanos.

La Agencia de Empleo “Agency of companie” le ayudará a sus representados a crear un currículum vitae perfecto y se los presentará a los empleadores, de forma que es una acción sumamente importante en la industria laboral en la que se encuentra determinada los intereses de su carrera profesional.

Una de las ventajas de utilizar la Agencia de Empleo “Agency of companie” es la canonización de recursos, es decir, no suelen cobrar este servicio a los trabajadores. No son una organización de caridad, sin embargo, les cobran a los empleadores; ubicándolo a manera de ejemplo, el mercado de trabajo es la materia prima y los empleadores los clientes.

Utilizar una agencia La agencia de empleo “Agency of companie” para la búsqueda de empleo es una buena opción en la mayoría de los casos, especialmente, en tiempos de recesión, ya que no existen muchas oportunidades disponibles y si hubiese las aplicaciones son tantas que los empleadores buscan a las agencias de empleo para la selección de personal.

- *Ocupación:*

Según el (Plan Local de Empleo del municipio de Madrid (Cundinamarca), 2019) “*el primer renglón en importancia en el PIB departamental (25%) lo ocupa la industria, pero en el municipio de Madrid pesa tanto como la agricultura*”. Entre ambos representan el 81% del producto local y cada uno aporta la mitad.

El crecimiento del corredor occidental y su relación con Bogotá ha derivado una conurbación industrial de los municipios de Funza, Madrid y Mosquera. Por lo tanto, importantes empresas industriales se han establecido en estos municipios, las cuales no solo surten a la subregión, sino que venden nacionalmente. Al interior de este sector se destaca la afluencia de empresas productoras de alimentos y de confección de ropa (la estructura es distinta cuando se mira según empleo). Después del municipio de Soacha (con el 26% del producto industrial), Madrid es el segundo nodo de producción industrial del departamento (7.1%), seguido de Mosquera (6.2%) (Plan Local de Empleo del municipio de Madrid (Cundinamarca), 2019).

Una de las preocupaciones del gobierno municipal frente al tema del empleo es la migración que se percibe; “el uso intensivo de mano de obra ha provocado que se registre un 68,45% de población proveniente de otros municipios y que tan solo 31,47% sea raizal”<sup>13</sup>. Además, debido a los bajos niveles de ingreso que se percibe en la floricultura, principal actividad del municipio, “los trabajadores han desarrollado aversión a este trabajo pues creen que es sinónimo de perpetuarse en la pobreza y se emplean en él por escasez de oportunidades”. Además, aparentemente hay una saturación de la capacidad para generar empleos en las empresas industriales localizadas en la municipalidad, por lo que en el Plan de Desarrollo se prevén acciones para la promoción y creación de Pymes, como alternativas a la empleabilidad actual (Plan Local de Empleo del municipio de Madrid (Cundinamarca), 2019).

- *Estimación:*

Según la alcaldía de Madrid Cundinamarca, en el municipio hay cerca de 18.900 personas desempleadas. La población en edad de trabajar (18 a 60 años) está constituida por 13.320 personas, de las cuales 9.700 son económicamente activas (73%) y 3.620 son inactivas (27%). De la población económicamente activa hay solo 5.850 ocupados, mientras que 3.850 están desocupados. Igualmente, de la población inactiva existen 1.010 que ya han trabajado. El reto propuesto por la agencia de empleo Agency of companie, es lograr articular a esta población en proyectos productivos (rurales y/o urbanos) con un enfoque claro en los sectores de mayor potencial. La intención es que se puedan acoplar al entramado industrial de la zona a través de la generación de “negocios inclusivos”.

- *Diseño de marca:*

Para la Agencia de Empleo Agency of companie, su marca es la carta de presentación de la agencia con los potenciales clientes. El diseño de marca es mucho más que el crear un logotipo – imago tipo para la agencia y los servicios que ofrece, además de definir la comunicación de los valores y ventajas.

Para autores como (CEF, 2019) la marca actualmente es una de las variables estratégicas más importantes de una empresa, ya que día a día adquiere un mayor protagonismo. No hay que olvidar que vivimos actualmente una etapa bajo el prisma del marketing de percepciones y por tanto resalta la marca frente al producto. Para estar bien posicionados en la mente del consumidor y en los líderes de opinión, la marca de nuestra compañía debe disfrutar del mayor y mejor reconocimiento y posicionamiento en su mercado y sector.

- *Acciones:*

El proyecto consiste en ofrecer los servicios de una agencia de empleo para pymes y grandes industrias, donde se ofrecen una serie de beneficios tributarios para las empresas situadas en el municipio de Madrid Cundinamarca, que creen nuevos empleos dentro del municipio.

- *Plan de acción:*

Según lo estipulado en el Decreto Reglamentario No. 2112 de 2019, el cual creó el régimen especial de las Zonas Económicas Sociales Especiales (ZESE), que busca dinamizar el aparato productivo en territorios que presentan una situación crítica en materia de empleo, y generar oportunidades de inserción laboral (Procolombia, 2020)

Según la (Dian, 2020) el Régimen especial tributario ZESE tiene como finalidad atraer inversión nacional y extranjera, mejorar las condiciones de vida y generar empleo en aquellas ciudades que tienen altas tasas de desempleo.

Dentro de los beneficios que ofrece este régimen están:

- La tarifa del impuesto sobre la renta del cero por ciento (0%) durante los primeros cinco (5) años a partir del año gravable 2020.
- Del cincuenta por ciento (50%) de la tarifa general para los siguientes cinco (5) años.
- Retención en la fuente y autorretención a título de impuesto sobre la renta.

Cuando se efectúen pagos o abonos en cuenta a un beneficiario de la Zona Económica y Social Especial (ZESE), la tarifa de retención en la fuente se calculará en forma proporcional al porcentaje de la tarifa del impuesto sobre la renta y complementarios del beneficiario

- *Evaluación:*

Dentro de los atributos del proyecto de Emprendimiento social que presentamos está relacionado con:

- Prestar un servicio a la comunidad de Madrid Cundinamarca, con el fin de ampliar las oportunidades de empleo y el acceso a beneficios tributarios a las empresas que generen nuevos empleos dentro del municipio de Madrid Cundinamarca.
- El proyecto se desarrollará por medio de una página web en donde se tendrá por sectores el link de las páginas y datos de contacto directo de las diferentes Pymes.

- *Estrategias de Mercadeo tanto tradicionales como digitales*

- *Estrategia de comunicación*

Para autores como (Irigaray, 2020) son un tipo de herramienta de negocio que ayuda a la organización a alinear sus objetivos generales con un plan de marketing, enfocado en la consecución de un conjunto de resultados.

La estrategia de comunicación en Agency of companie, es el plan para contar quién somos, qué ofrecemos y qué podemos hacer por el cliente de manera distinta, clara, simple y persuasiva. Identificar la audiencia meta, en este caso es llegar a las pequeñas, medianas y grande, empresas; dando a conocer el servicio y principalmente informando que es un proyecto de la alcaldía con el fin de dar seguridad a los clientes y dando a conocer todos los beneficios.

- Determinar los objetivos de la comunicación.



- Para la comunicación se deben promover capacitaciones en donde se dé a conocer el servicio, y realizar visitas a las diferentes industrias.
- Identificar la audiencia meta, en este caso es llegar a las pequeñas, medianas y grandes empresas, dando a conocer el servicio y principalmente informando que es un proyecto de la alcaldía; con el fin de dar seguridad a los clientes y dando a conocer todos los beneficios.
- Determinar los objetivos de la comunicación.
- Para la comunicación se deben promover capacitaciones en donde se dé a conocer el servicio, y realizar visitas a las diferentes industrias.
- Para autores como (Irigaray, 2020) son un tipo de herramienta de negocio que ayuda a la organización a alinear sus objetivos generales con un plan de marketing enfocado en la consecución de un conjunto de resultados.
- La estrategia de comunicación en Agency of companie, es el plan para contar quién somos, qué ofrecemos y qué podemos hacer por el cliente de manera distinta, clara, simple y persuasiva. Identificar la audiencia meta, en este caso es llegar a las pequeñas, medianas y grandes empresas, dando a conocer el servicio y principalmente informando que es un proyecto relacionado con la alcaldía con el fin de dar seguridad a los clientes y dando a conocer todos los beneficios.
- Determinar los objetivos de la comunicación.
- Para la comunicación se deben promover capacitaciones en donde se dé a conocer el servicio, y realizar visitas a las diferentes industrias.
- Diseño del mensaje
- Selección de la mezcla de comunicación.

- Capitalizar la comunicación oral.
- Establecer comunicación directa con las empresas y empleados.

<p><b>QUE</b> (¿Para qué sirve)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un plan de comunicación sirve para planificar los recursos de la agencia de empleo de manera ordenada y estratégica, optimizando tanto los recursos materiales como los humanos.</li> <li>• Además, te permite trazar una hoja de ruta con las acciones que tu empresa debe seguir para conseguir transmitir el mensaje adecuado a tu público objetivo. (SEO y Marketing, 2018)</li> </ul>
<p><b>COMO</b> (¿Cómo elaborar tu plan?)</p>	<p>La comunicación entre la agencia de empleo y sus clientes tiene como objetivo principal el informar sobre los productos o servicios que ésta oferta y las características y beneficios de los mismos. Para ello, deberás definir la línea de comunicación que va a seguir tu marca o empresa y comunicársela a todos los departamentos de ésta. (SEO y Marketing, 2018)</p>
<p><b>CUANDO</b></p>	<p>Cuando se van a poner en marcha estas acciones con el fin de alcanzar los objetivos fijados. Cuando hablamos de elaborar un plan de comunicación para la agencia de empleo no se trata de redactar un documento cerrado, sino que debemos entenderlo como una herramienta en continua revisión, flexible, que tendremos que poner en práctica. (García, 2019)</p>
<p><b>RESPONSABLE</b></p>	<p>El protocolo estará identificado según la tipología del problema: crisis con clientes, crisis de calidad del producto, crisis operacional. Y para cada uno de los tipos de problema, tendremos identificados el grupo responsable que formará parte del gabinete de crisis. (García, 2019)</p>

Figura 10. Imagen de cuadro 5 Preguntas. Elaboración propia.

*Estrategia de Posicionamiento:*

Autores como (Inbuze, 2017) exponen que consisten en un proceso cuyo objetivo es llevar nuestra marca, producto o servicio de la imagen actual a la imagen que deseamos.

Como es lógico, este posicionamiento se construye de forma individual a partir de la percepción que tiene el consumidor de nuestra marca Agency of companie. Por lo tanto, el posicionamiento de nuestra marca es crucial para el negocio, ya que de él dependerán, en gran medida, de las empresas que solicitarán nuestros servicios.

- Adaptar el paquete de servicios según la capacidad económica que la empresa tenga, es decir, sus ventas mensuales y sus empleados.
- Presentar el servicio en todas las empresas de los diferentes sectores que hay en la zona es decir cubrir cada negocio y brindar información de primera mano.
- Utilizar capacitaciones en donde se dé a conocer la marca el servicio que prestamos y los beneficios.
- Dar a conocer a los clientes potenciales que se les garantizara un puente directo a un negocio que tenga que ver con su actividad económica y que siempre contara con el apoyo y la asesoría.
- En comparación con la competencia brindar los beneficios y la garantía de un trabajo fijo.
- Es asegurar que los clientes reconozcan la agencia como la que tiene las cualidades requeridas para satisfacer necesidades importantes.

<p><b>QUE</b> (¿Para qué sirve)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es un proceso mediante el cual se desarrolla una estrategia que tiene como objetivo llevar nuestra marca, “Agency of</li> </ul>
---	--

	<p>companie” desde su imagen actual a la imagen que deseamos. (Carrillo, 2019)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Es decir, el lugar que ocupa nuestra marca en la mente de un consumidor, o lo que es lo mismo, la percepción que se tiene de una marca o producto al compararlo con los de la competencia (Neoattack, 2020)</li> </ul>
<b>COMO</b> (¿Cómo elaborar tu plan?)	Es un proceso mediante el cual se desarrolla una estrategia que tiene como objetivo llevar nuestra marca, empresa o producto desde su imagen actual a la imagen que deseamos. (Carrillo, 2019)
<b>CUANDO</b>	Cuando las actitudes y las percepciones de sus clientes cambien y cuando la tecnología sobrepase a la de los productos existentes, es hora de reposicionar. En este caso, cuando vaya a hacer reposicionamiento comience haciéndolo primero hacia el interior de su empresa. (Orihuela, 2014)
<b>RESPONSABLE</b>	La gerencia con el responsable del área del marketing de la agencia de empleo donde crear una buena estrategia de posicionamiento es cada vez más difícil.

Figura 11. Imagen de cuadro 5 Preguntas. Elaboración propia.

*i. Estrategia de Diferenciación:*

Para autores como (Puigdollers, 2019) Una estrategia de diferenciación consiste en el desarrollo de un plan de acción para lograr que un producto o servicio se posicione en el mercado y destaque sobre la competencia.

Con esto, esperamos que la marca Agency of companie logre captar la atención, el reconocimiento y, de ser posible, la fidelidad de sus clientes. Generando una ventaja competitiva

que lo distinga y lo respalde en el tiempo. Para lograr la diferenciación, una empresa debe tener en cuenta los siguientes criterios:

- ✓ Ofrecer un producto que aporte valor al cliente.
- ✓ Gestionar la imagen de marca.
- ✓ Ofrecer servicio de calidad:

Para autores como (Puigdollers, 2019) Una estrategia de diferenciación consiste en el desarrollo de un plan de acción para lograr que un producto o servicio se posicione en el mercado y destaque sobre la competencia.

Con esto, esperamos que la marca Agency of companie logre captar la atención, el reconocimiento y, de ser posible, la fidelidad de sus clientes. Generando una ventaja competitiva que lo distinga y lo respalde en el tiempo. Para lograr la diferenciación, una empresa debe tener en cuenta los siguientes criterios:

- ✓ Ofrecer un producto que aporte valor al cliente.
- ✓ Gestionar la imagen de marca.
- ✓ Ofrecer servicio de calidad.
- ✓ Imagen Corporativa.
- ✓ Implementación de un plan de acción para lograr que el servicio se posicione en el mercado y destaque sobre la competencia.
- ✓ La marca debe lograr captar la atención, el reconocimiento y fidelidad de los clientes.
- ✓ Desarrollo de una mentalidad creativa e innovadora para la utilización de las diferentes redes sociales existentes para dar a conocer la agencia.

- ✓ Esta estrategia está sujeta a abrir cuentas en cada red social que se pueda trabajar, con el fin de apoyar nuestra página web o plataforma con publicidad.

<p style="text-align: center;"><b>QUE</b> (¿Para qué sirve)</p>	<p>Consiste en ofertar en el mercado un producto o servicio similar al de otra empresa pero que tiene ciertas características que hacen que el cliente lo perciba como único y, por ello, esté dispuesto a pagar un precio superior. (Dfo, 2014)</p> <p>Consiste en el desarrollo de un plan de acción para lograr que un producto o servicio se posicione en el mercado y destaque sobre la competencia. Con esto, la marca logra captar la atención, el reconocimiento y, de ser posible, la fidelidad de sus cliente</p>
<p style="text-align: center;"><b>COMO</b> (¿Cómo elaborar tu plan?)</p>	<p>Para autores como (MBA, 2019) Lo primero que debemos hacer a la hora de definir nuestra estrategia de diferenciación es responder a una serie de preguntas sobre nuestros servicios y/o productos, clientes y competidores:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué aporta mi servicio y/o producto que no tiene la competencia?</li> <li>• ¿Qué necesidades cubre?</li> <li>• ¿Qué problemas tienen mis clientes y cómo puedo solucionarlos?</li> <li>• ¿Qué productos y/o servicios ofrece mi competencia?</li> <li>• ¿En qué destacan los productos y/o servicios de mi competencia?</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>CUANDO</b></p>	<p>Cuando una organización implementa estrategias de diferenciación efectivas, proporciona un valor agregado que es percibido y valorado por sus clientes.</p>
<p style="text-align: center;"><b>RESPONSABLE</b></p>	<p>La gerencia con el responsable del área del marketing de la agencia de empleo</p>

Figura 12. Imagen de cuadro 5 Preguntas. Elaboración propia.

- *Social Media:*

Imagen de la marca y slogan seleccionado por el grupo

- *Slogan:*

“Entra a un nuevo directorio digital y potencializa tu empresa...”

- *Marca:*



Figura 13. Logo de la empresa. Elaboración propia.

- *Presentación página web del proyecto.*

<https://jevsky17.wixsite.com/misitio>

- *Mensaje de la agencia:*

¿Quieres mejorar la actividad económica de tu empresa y dar a conocer los bienes y servicios, además de contar con trabajo fijo de manera mensual y beneficios tributarios? ¿Pregúntanos cómo?

Para lograr competir en la actualidad se requiere de las redes sociales como herramienta necesaria para el crecimiento de cualquier organización para la agencia es necesario tener presencia en la red para lograr un posicionamiento en el mercado.

Es importante la utilización de *YouTube*, *LinkedIn*, *Facebook*, *Twitter* para la agencia, ya que son canales mediante los cuales los clientes nos pueden encontrar y podemos interactuar y contactar con ellos de manera rápida, efectiva y sencilla. Una de las cosas más importantes son las publicaciones que nos permiten dar a conocer los atributos, la marca y beneficios de la agencia, resolver dudas de clientes, hacer que los clientes atraigan a más clientes por medio de sus actualizaciones en las redes sociales y estos acaben en tu web mediante enlaces y muchas otras cosas que ofrece este contacto directo por medio de Internet.

Las redes sociales son un nuevo canal de negocios para las empresas, en el que captar a nuevos clientes, pero también nos permiten hacer muchas más cosas: seleccionar personal, comunicarse con empleados y otras personas, darse a conocer y crear marca, ganar una reputación, establecer redes profesionales.

### **Plan operativo del proyecto**

- *Recursos operativos:*



Las necesidades operativas para cumplir con los objetivos trasados por el proyecto de emprendimiento social “Agency of companie” incluye donde ubicar la empresa y como organizar las instalaciones, que maquinaria y equipos se requieren para el proceso y el personal necesario para operar la agencia y llevar a cabo el proyecto.

- *Tamaño del proyecto:*

El tamaño de la agencia de empleo “Agency of companie” está en relación directa con las condiciones de demanda de la comunidad de Madrid Cundinamarca y las grandes y pequeñas empresas que operan en el Municipio. Para lo cual se considera una microempresa, que para su funcionamiento se contara con 12 personas que harán parte del proyecto por medio de una página web.

Conceptos	Unidad de medida
Área	150 mts2
% de espacio utilizado	100%

Figura 14. Capacidad Instalada.

El objetivo del proyecto consiste en ofrecer los servicios de una agencia de empleo para pymes y grandes industrias donde se ofrecen una serie de beneficio tributarios para las empresas situadas en el municipio de Madrid Cundinamarca que creen nuevos empleos dentro del municipio, donde la principal fuente de insumos e inversiones para que empiece a funcionar el proyecto es el siguiente:

- El capital humano especializado para brindar la asesoría a las personas que solicitan el servicio.
- En cuanto insumos lo más necesario son utensilios de papelería y de folder donde demos una bienvenida y una tarjeta de membrecía a los clientes.
- Utensilios de aseo y de cafetería.
- Material publicitario.

- *Descripción técnica del servicio:*

Para la prestación del servicio en la agencia es necesario hacer una identificación de las especificaciones técnicas y características de la maquinaria y equipos, la tecnología utilizar.

EL proyecto se desarrollará por medio de una página web en donde se tendrá por sectores el link de las páginas y datos de contacto directo de las diferentes Pymes del sector, para así dar a conocer sus actividades económicas y generar puentes de empleo con un conjunto de estrategias de venta, mercadeo y gerencia para trabajar en conjunto a las grandes industrias que han abordado el sector. Además de esto queremos brindar una estrategia principal que una a los dos extremos por medio de los beneficios tributarios y así lograr un beneficio potencial y justificable a nuestros posibles clientes el interés y la oportunidad de hacer parte de la agencia de empleos. Por tal razón no se necesita ningún tipo de maquinaria solo equipos de cómputo y equipos de medios audiovisuales y todo lo relacionado con la red.

<b>Conceptos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Computadores	4	2.000.000	8.000.000
Escritorios	4	800.000.	3.200.000

Sillas ergonómicas	4	120.000	480.000
Sillas	15	50.000	750.000
teléfonos	2	400.000	800.000
internet	1	150.000	150.000
<b>TOTAL</b>			<b>13.380.000</b>

Figura 15. Descripción de maquinaria y elementos operativos.

“Agency of companie” se requiere una infraestructura física como la siguiente para realizar los procesos de una manera eficiente y con un adecuado ambiente laboral.

AREA		ESPACIO	CANTIDAD	CARACTERISTICAS
Administrativa		Oficina de Gerencia	1	Espacio necesario para la gestión gerencial
Administrativa		Oficina de secretaria	1	Adecuada para la actividad de recepción hojas de vida
Administrativa		Oficina asesorías y capacitaciones	1	Lugar amplio para el proceso de capacitación y asesoría con sus equipos respectivos

Figura 16. Descripción de concepto de oficinas.

Todas las actividades que se deben ejecutar, tanto en la etapa de ejecución como de operación, deben ser coordinadas y controladas por un ente u órgano administrativo que garantice la consecución de los objetivos planeados para lo cual se ha definido un organigrama alineado a la etapa de introducción del servicio de la agencia de empleo, el cual puede variar en la medida que la empresa evoluciones, adicional se tienen ocupaciones que pueden ser intermitentes o no de planta, para apoyo de la empresa.

La mano de obra requerida para el funcionamiento de la agencia se clasifica como mano de obra directa que corresponde a las personas que estarán involucradas desde el inicio de las actividades hasta el cumplimiento de los servicios al cliente.

- *Descripción de los cargos:*

*Gerente:*

Formular y establecer mecanismos de comunicación corporativa, manteniendo un adecuado clima y ambiente de trabajo, para que los equipos humanos se puedan desarrollar eficazmente.

- Organizar, planear, dirigir y controlar la gestión administrativa.
- Diseñar estrategias para el logro de los objetivos de la agencia de Empleo.
- Actuar como representante legal de la Agencia.
- Seleccionar el personal especializado para brindar las asesorías.
- Velar por la adecuada ejecución de los recursos.

*Secretaria:*

- Apoyar administrativamente al gerente.
- Cumplir con las normas y requerimientos internos.
- Atenderá de manera eficaz el contacto con los clientes y manejo de información que le estará transmitiendo a éstos.
- Recepción de hojas de vida.

- Participar en la gestión de la agenda de trabajo de la empresa y prepara las condiciones materiales necesarias para la celebración de reuniones, conferencias.

*Profesionales especializados*

- Brindar la asesoría o capacitación.
- Toma de datos de las diferentes empresas y aplicación de la herramienta de análisis estratégico para direccionar el personal o vacante adecuada.
- Manejo de página web de la agencia- ingreso de hojas de vida.
- Elaboración de los programas de asistencia para el personal que busca el empleo.
- Análisis del personal requerido por las empresas.

Para continuar con la estructura organizacional se ha creado e siguiente organigrama esto con el fin de crear un conducto regular. |

**Comentado [U1]:** Mejorar el organigrama de forma unificar el tipo de letra y escritura, especificar la especialización de los profesionales, personal de aseo y cafetería modificarlo por servicios generales

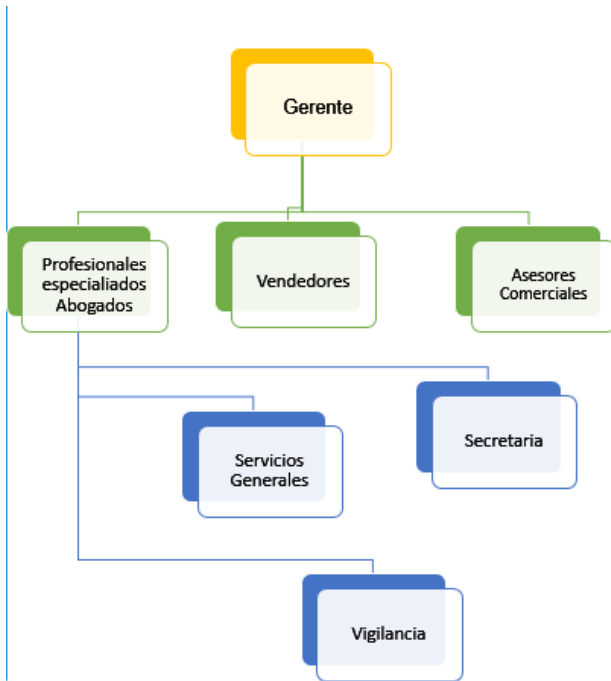


Figura 17. Estructura Orgánica “Agency of companie”

- *Asesoría comercial:*

En esta proceso pre operativo se busca es vender el servicio a las empresas del sector y dar las respectivas capacitaciones, el personal encargado de estas labores puede trabajar desde la oficina o directamente donde el cliente.

- *Profesionales especializados Abogados:*

En este proceso una vez el cliente haga parte de la agencia de empleos tendrá acceso a toda la información legal que necesite y se hará seguimiento de manera mensual.

- *Recepción y caja:*

La persona encargada de este proceso debe anunciar al cliente con el asesor y hará recepción de facturas y pagos.

- *Vigilancia:*

Empresa encargada del control de seguridad de la oficina.

- *Servicios generales:*

Limpieza general de la oficina y atención de cafetería.

*Distribución de planta:*



Figura 18. Distribución de planta

- *Salón de capacitaciones:*

Este salón cuenta con un equipo audiovisual de sonido con escritorios individuales para poder realizar capacitaciones. En cuanto a equipos tecnológicos cuenta con un computador portátil, pantalla de televisor y sus respectivos cables. El salón es en vidrio su iluminación debe ser buena y debe tener vidrio con filtro y película para no afectar la luz del auditorio y ahorrar el uso de cortinas.

- *Oficinas 1, 2,3, 4,5:*

Estas oficinas son cubículos y cuentan con un computador de mesa completamente equipado escritorio y tres sillas dos para clientes y uno para el asesor.

- *Baño:*

Baño general cuenta con su sanitario, lavamanos, estante para guardar lo respectivo del aseo y un secador de manos y depósito de papel.

- *Cafetería:*

Cocina general con dispensador de agua y sus respectivos utensilios.

- *Caja y recepción:*

Esta es un cuarto cerrado con vidrio de seguridad y cuenta con una caja registradora y una ventana con micrófono para poder atender a los clientes. Aquí ellos harán el pago de sus matrículas y recibirán la atención que requieren.

- *Sala común o sala de espera:*

Aquí se encuentra una sala una mesa de centro y se prestara servicio de cafetería a los clientes mientras su espera.

La disposición de la empresa es una oficina grande de un solo nivel con la distribución expuesta anteriormente, se debe tener en cuenta que la oficina hace parte de un conjunto y la recepción tendrá contacto con la principal.



### **Plan financiero y de ventas**

En cuanto a la parte financiera, se hicieron una serie de análisis que nos permitieron deliberar un capital para cada uno de los costos y gastos que pudiera generar la apertura del proyecto, entre este plan no solo pudimos realizar un flujo de caja, sino también expresamos los precios de venta y una proyección presupuestal para conocer la factibilidad del proyecto.

Para dar inicio con el proyecto Agencia de Empleo “Agency of companie”, es necesario evaluar los recursos operativos que van a ser requeridos, para que la agencia de empleo pueda funcionar legalmente, debe darse en un espacio abierto al público (ya sea un local comercial o casa ubicada en un lugar estratégico), donde se pueda llevarse a cabo cualquier proceso de selección.

En cuanto a equipos se debe tener en cuenta dos aspectos:

#### *Los intangibles:*

Como los son:

- Los softwares de los equipos de computación.
- Los equipos interconectados en red.
- Una licencia de manejo, diseño.
- Soluciones técnicas tanto de página web como del área contable y bases de datos.

#### *El tangible:*

- 5 equipos de computación de última tecnología.
- 5 teléfonos fijos.
- 1 impresora láser.
- 1 mobiliario para cuatro oficinas y una recepción.

- 1 mobiliario para una sala de espera.
- 1 mobiliario para una sala de estudio y juntas.
- Personal

CARGO	SALARIO	Prestaciones de Ley	TOTAL, SALARIO MES	COSTO ANUAL SALARIO
<b>GERENTE</b>	1.600.000	848.000	2.448.000	29.376.000
<b>SECRETARIA</b>	900.000	477.000	1.377.000	11.277.000
<b>PROFESIONAL ESPECIALIADO</b>	1.200.000	636.000	1.836.000	22.032.000
<b>PROFESIONAL ESPECIALIADO</b>	1.200.000	636.000	1.836.000	22.032.000
<b>PROFESIONAL ESPECIALIADO</b>	1.200.000	636.000	1.836.000	22.032.000
<b>TOTAL</b>	<b>6.100.000</b>	<b>3.233.000</b>	<b>9.333.000</b>	<b>106.749.000</b>

Figura 20. Cuadro Nomina. Elaboración propia.

En cuanto a los costos y los gastos, se resumen a:

- Consumo en papelería.
- Insumos de tinta y litografía.
- Mensajería.
- Publicidad.
- Cafetería.

- Otros costos y gastos menores.

*Inversiones*

PRESUPUESTO PROYECTO AGENCY COMPANIE			
Costos directos		70%	
Costos indirectos		30%	
Presupuesto		\$ 50.000.000,00	
Costos Fijos			
PERSONAL	CANTIDAD	VALOR SUELDO MAS PRESTACIONES	TOTAL
Informador	5	\$ 2.500.000,00	\$ 12.500.000,00
Abogados	5	\$ 3.500.000,00	\$ 17.500.000,00
Arriendo	1	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00
Servicios	1	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 7.500.000,00</b>	<b>\$ 31.500.000,00</b>
Costos Variables			
PERSONAL	CANTIDAD	VALOR SUELDO MAS PRESTACIONES	TOTAL
Publicidad	N/A	\$ 5.000.000,00	\$ 5.000.000,00
Logistica capacitaciones	N/A	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00
Alquiler medios tecnologicos	N/A	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00
Compra de software	N/A	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 9.000.000,00</b>	<b>\$ 9.000.000,00</b>
Coincide con el presupuesto dispuesto, este presupuesto inicial esta aportado por los socios del proyecto.			
<b>TOTAL DE APERTURA</b>		<b>(COSTOS FIJOS + COSTOS VARIABLES)</b>	<b>\$ 40.500.000,00</b>

Figura 21. Presupuesto de Inversión. Elaboración propia.

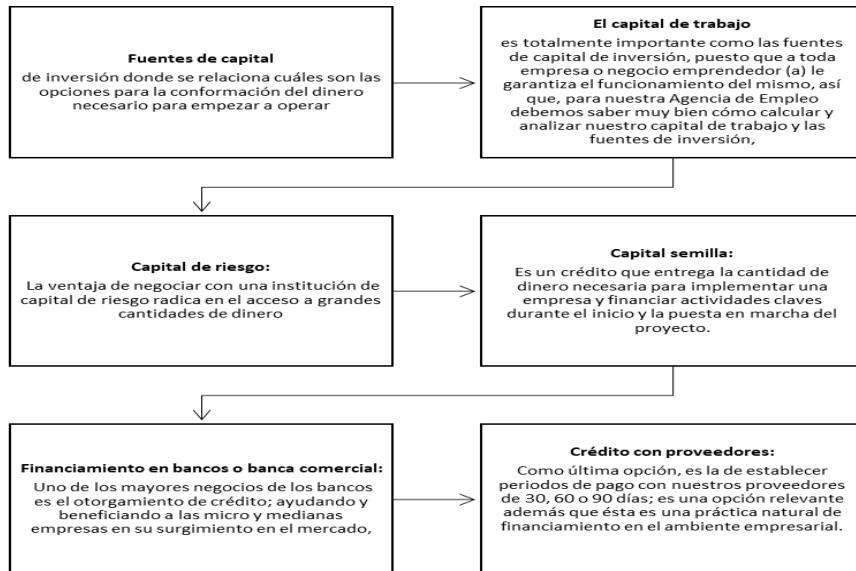


Figura 22. Funcionamiento financiero. Elaboración propia.

Basándonos de la inversión inicial se estima como será asumido el costo del servicio que presta la agencia, esta estará sujeta a una matrícula y mensualidad en donde les garantizamos a los clientes, trabajo inmediato accesoria y acompañamiento por medio de capacitaciones.

Es decir la matrícula tiene un costo inicial que le permite el acceso a capacitaciones, accesorias legales, de publicidad y manejo gerencial y administrativo de la organización, pero la mensualidad comprende el acceso al directorio virtual en donde podrá tener más oportunidades de trabajo, posicionamiento y reconocimiento, cabe aclarar que como lo hemos manifestado anteriormente los costos están sujetos a la capacidad económica que demuestre la empresa, esto se revisara con la documentación inicial que se solicite.

- Estados financieros de tres años y Resultados
- Cámara de Comercio
- RUT
- Planilla de número de empleados

Esto le permitirá a la agencia tener una estabilidad económica y para poder solventar sus gastos y garantiza que trabajamos con empresas seguras y que cumplan con el componente legal.

El presupuesto debe iniciar con un aporte de los socios del proyecto en donde se cubran los gastos de apertura de proyecto, se debe tener en cuenta que los primeros 5 meses se establecen para la formación y búsqueda de clientes para la agencia y que a partir de ello se podrá obtener un margen de ganancia por cada puente o alianza que se genere en el negocio realizado.

Pronostico Margen de Ganancia Inicial			
Matriculas	Tamaño	Valor	Total
empresa 1	Grande	\$ 2.500.000,00	\$ 2.500.000,00
empresa 2	pequeña	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00
empresa 3	mediana	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00
Ganancia Promedio			\$ 5.000.000,00

Figura 23. Valores matriculas.

En este caso los clientes están definidos en si son personas naturales, Pymes pequeñas o medianas empresas o son grandes industrias, para poder dar un mejor asesoramiento y ofrecer un servicio más detallado, aunque vale la pena aclarar que el sujeto está dispuesto para trabajar con todo tipo de comercio y sector de Madrid.

### Plan de proyección de ventas para tres años.

Para definir las proyecciones de ventas se parte analizar el comportamiento actual de demanda, con el objetivo de determinar el volumen de productos bienes o servicios que se estaría dispuestos a adquirir, en este sentido, se parte por la recopilación de datos sobre sus gustos, preferencias, motivos de compra y costumbres. En el caso que el producto o servicio, sea el sustituto de uno actual se puede tomar datos sobre las proyecciones de consumo actual de dicho producto o servicio.

El objetivo es sustentar con cifras la existencia de un mercado real. Por tanto, es uno de los análisis esenciales que debe llevar a cabo cualquier empresa. Recordemos que el centro de cualquier negocio es el cliente y su facturación es la principal fuente de ingresos.

Número de empresas potenciales según DANE	Grandes y pequeñas empresas que operan en el Municipio Madrid Cundinamarca.
Consumo promedio (anual) Según DANE	\$ 850.000.000
Total consumo	600 empresas
Porcentaje de captura (% de mercado al que desean llegar) Según DANE	80%
Total demanda potencial	800 empresas

Figura24. Cálculo de la demanda

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3
TOTAL	\$ 710.339.358	\$ 823.993.655	\$ 852.407.230

<b>Enero</b>	\$ 50.000.000	\$ 58.000.000	\$ 60.000.000
<b>Febrero</b>	\$ 52.500.000	\$ 60.900.000	\$ 63.000.000
<b>Marzo</b>	\$ 55.125.000	\$ 63.945.000	\$ 66.150.000
<b>Abril</b>	\$ 57.881.250	\$ 67.142.250	\$ 69.457.500
<b>Mayo</b>	\$ 60.775.313	\$ 70.499.363	\$ 72.930.375
<b>Junio</b>	\$ 63.814.078	\$ 74.024.331	\$ 76.576.894
<b>Julio</b>	\$ 67.004.782	\$ 77.725.547	\$ 80.405.738
<b>Agosto</b>	\$ 70.355.021	\$ 81.611.825	\$ 84.426.025
<b>Septiembre</b>	\$ 73.872.772	\$ 85.692.416	\$ 88.647.327
<b>Noviembre</b>	\$ 77.566.411	\$ 89.977.037	\$ 93.079.693
<b>Diciembre</b>	\$ 81.444.731	\$ 94.475.888	\$ 97.733.678

Figura 25. Proyección a tres años

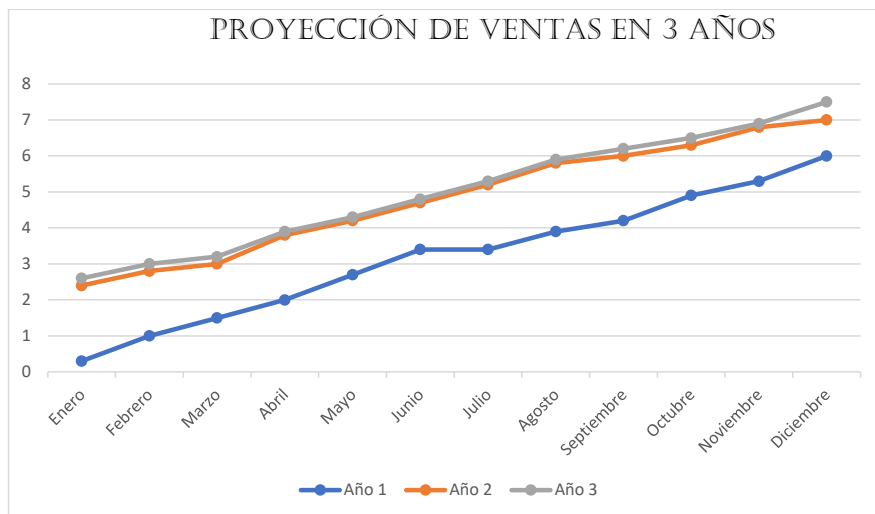


Figura 26. Grafica de proyección a tres años

En este caso, en nuestra Agencia de Empleo no se evidencia que la demanda de nuestros servicios sea estacional, ya que, si se analizan el anterior cuadro de Proyecciones de Ventas y la gráfica, nos muestran que la demanda de nuestros servicios es ascendente, ya que cada mes año tras año, van incrementando las ventas sin mostrar una decadencia en las ventas ni tampoco un mes en específico donde las ventas aumenten.

- *Precio de venta:*

Se debe presentar el precio de venta que se tendrá para el producto o servicio. Desde la perspectiva de costos el precio de venta deberá permitir los costos fijos y variables de la empresa y dejar un margen de utilidad. No obstante, es necesario considerar otros aspectos como:

- El precio promedio de productos sustitutos o productos similares en el mercado.
- El precio estimado que estarían dispuestos a pagar por el producto en el mercado.
- Las estrategias de mercadeo enfocadas al precio.

<b>Costos fijos (arriendo, sueldos, servicios)</b>	<b>Costo anual</b>	<b>\$106.749.000</b>
<b>Costo variable (Descuentos, mantenimientos, caja menor y daños o reparaciones imprevistas)</b>	Costo anual	\$ 30.000.000
<b>Total costos</b>	<b>costo anual</b>	<b>\$136.749.000</b>

Figura 27. Costos fijos y variables.

El precio mensual está estipulado según los costos y proyección de venta en \$145.000, por el servicio mensual.

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>
<b>Total costos fijos</b>	\$ 106.749.000,00
<b>Total costos variables</b>	\$ 30.000.000,00
<b>Número de unidades</b>	360
<b>Costo total promedio unitario</b>	\$ 136.749.000,00
<b>Costo promedio unitario</b>	\$ 379.858,33
<b>Costo variable unitario</b>	\$ 83.333
<b>Precio de venta sin IVA</b>	\$ 829.060,50
<b>Precio de venta con IVA</b>	\$ 986.582,00
<b>Margen de utilidad promedio</b>	\$ 218.420.520,00



<b>Punto de equilibrio en unidades</b>	\$	118,18
--	----	--------

Figura 28. Costos

- *Proyecciones ingresos por ventas:*

En este paso se considera que podría llegar a verse afectada la rentabilidad de los costos

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Total ventas	<b>\$710.339.358</b>	<b>\$823.993.655</b>	<b>\$852.407.230</b>
Descuentos por ventas	\$71.033.936	\$82.399.366	\$85.240.723
Ventas netas	\$639.305.422	\$741.594.290	\$767.166.507
% de ventas a contado	70	60	50
% de ventas a crédito	30	40	50

Figura 29. Funcionamiento financiero. Elaboración propia.

Para el cálculo del cobro que realiza la agencia de empleos se debe de tener en cuenta el tipo de solicitud, si esta es requerida por una persona natural en búsqueda de una vacante, es precio o costo final será el del 4% de su primer salario devengado, ahora si es una empresa quien requiere que se reclute y seleccione personal, el precio o costo será del 10% de salario asignado para el primer mes de la vacante.

PROYECCION DE VENTAS DE ACUERDO CON LAS CAPACIDADES						
	SALARIO	PROCENTAJE	PRECIO DE VENTA	CANTIDAD	MENSUAL	ANUAL
INGRESOS POR PERSONA NATURAL	\$ 877.803	3%	\$ 26.334	850	\$ 22.383.977	\$ 268.607.718
INGRESOS POR PERSONA JURIDICA	\$ 877.803	10%	\$ 87.780	650	\$ 57.057.195	\$ 684.686.340
TOTAL INGRSOS ESPERADOS					\$ 79.441.172	\$ 953.294.058

El incremento de las ventas se espera sea del 3,5% (promedio de los últimos años de la inflación) sobre las ventas del año inmediatamente anterior.

INCRE. PRECIO AÑO 2	\$ 27.256
	\$ 90.853
INCRE. PRECIO AÑO 3	\$ 28.210
	\$ 94.032

	CANTIDADES		MENSUAL	ANUAL
INCREMENTO AÑO 2	30	880	\$ 23.978.275	\$ 287.739.303
	23	673	\$ 61.121.094	\$ 733.453.125
INCREMENTO AÑO 3	31	911	\$ 25.686.128	\$ 308.233.535
	24	696	\$ 65.474.444	\$ 785.693.323

Figura 30. Presupuesto. Elaboración propia.

- *Capital de trabajo*

La Agencia de Empleo “Agency of companie”. Posee un capital de trabajo a una razón del primer año será discriminado de la siguiente manera:

AÑO 1	
ACTIVO	\$ 870.494.058
PASIVO	\$ 15.000.000
CAP. W	\$ 855.494.058

Figura 31. Pronostico. Elaboración propia.

Lo anterior quiere decir que una vez se cubra la deuda contraída hay cerca de 855 millones de pesos para diversificar un plan de expansión o crecimiento.

Lo cual nos da a entender que el proyecto tiene una factibilidad del 85 % y que no solo será una fuente de ingreso segura para sus socios si no para los clientes.

## Conclusiones

La agencia de empleo “Agency of companie” será el puente entre la alcaldía del municipio de Madrid - Cundinamarca y las diferentes empresas, industrias o comercio en general para el uso de alianzas que generen un empleo equitativo.

Con la Agencia de empleo, no solo podremos mostrar las diferentes actividades comerciales, sino también conocer los alivios tributarios que la alcaldía del municipio de Madrid - Cundinamarca ofrece a todas las empresas.

Generar empleo a la población nativa del municipio en las industrias y Pymes, disminuyendo el nivel de pobreza y desempleo, garantizando bienestar y mejor nivel de vida de las personas.

Este proyecto, es una forma de implementar los negocios en el mundo digital y el uso de plataformas, brindando también empleo a la generación de adolescentes que van muy de la mano con las tecnologías.

Este proyecto permite que el crecimiento comercial del sector aumente, tenga un mayor reconocimiento el municipio y los clientes potenciales crezcan.

Nuestra Agencia de Empleo, tiene como uno de los principales objetivos, emplear a todo tipo de personas, sin importar su edad, estudios, experiencia y estrato socio-económico, puesto que nos enfocamos en que cada empresa además de contratar tenga el deber de enseñar y capacitar a cada persona dando la oportunidad de aprendizaje.

### **Bibliografía:**

- Carrillo, A. (15 de Febrero de 2019). *Estrategias de Posicionamiento*. Obtenido de <https://marketingyconsumo.com/estrategias-de-posicionamiento.html>
- CEF. (17 de febrero de 2019). *Marketing en el Siglo XXI*. Obtenido de la marca: <https://www.marketing-xxi.com/la-marca-46.htm>
- Dfo. (5 de mayo de 2014). *Estrategias competitivas de Porter: la estrategia de diferenciación del producto o servicio*. Obtenido de <https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/estrategias-competitivas-porter-estrategia-diferenciacion-producto-servicio>
- Dian. (4 de Abril de 2020). *Régimen Especial en Materia Tributaria Zona Económica y Social Especial -Zese-*. Obtenido de <https://www.dian.gov.co/Prensa/Paginas/NG-Regimen-Especial-en-Materia-Tributaria-Zona-Economica-y-Social-Especial-Zese.aspx#:~:text=3.,tienen%20altas%20tasas%20de%20desempleo>.
- García, N. (2 de abril de 2019). *Cómo hacer un plan de comunicación en la empresa*. Obtenido de Comunicacion: <https://nagoregarciasanz.com/plan-de-comunicacion/>
- Infoautónomos. (28 de Octubre de 2014). *Plan de marketing y estrategias para pymes y autónomos*. Obtenido de <https://www.infoautonomos.com/marketing-y-ventas/plan-de-marketing/>
- Inbuze. (21 de agosto de 2017). *Estrategias de posicionamiento de marca*. Obtenido de <https://www.inbuze.com/estrategias-posicionamiento-marca/>

Irigaray, J. (14 de Julio de 2020). *Estrategias de comunicación: definición*. Obtenido de EAE: <https://retos-directivos.eae.es/ejemplos-de-empresas-con-buenas-estrategias-de-comunicacion/>

MBA. (15 de Noviembre de 2019). *Cómo aplicar una estrategia de diferenciación INFALIBLE en mi empresa*. Obtenido de <https://thepowermba.com/es/business/como-aplicar-una-estrategia-de-diferenciacion-en-mi-empresa/>

Neoattack. (15 de Noviembre de 2020). *Estrategias de Posicionamiento para mejorar la visibilidad de tu negocio*. Obtenido de <https://neoattack.com/estrategias-de-posicionamiento/>

Orihuela, J. (27 de abril de 2014). *Posicionamiento de la empresa en el mercado*. Obtenido de <https://murciaeconomia.com/art/24640/posicionamiento-de-la-empresa-en-el-mercado>

Plan Local de Empleo del municipio de Madrid (Cundinamarca). (15 de Febrero de 2019). *Empleo en marcha para todos*. Obtenido de Fundación Panamericana para el Desarrollo - FUPAD Colombia: <https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/18956918/Plan+Local+de+Empleo+de+Madrid+2012.pdf/8e083282-5911-765b-7d79-f36312b902e0?version=1.0>

Procolombia. (15 de Febrero de 2020). *Creación de empleo en tres departamentos y cuatro ciudades tendrá beneficios tributarios*. Obtenido de <https://procolombia.co/publicaciones/creacion-de-empleo-en-tres-departamentos-y-cuatro-ciudades-tendra-beneficios-tributarios>

Puigdollers, M. (3 de Octubre de 2019). *Estrategia de diferenciación comercial*. Obtenido de <https://blog.enzymeadvisinggroup.com/estrategia-de->

diferenciacion#:~:text=Una%20estrategia%20de%20diferenciaci%C3%B3n%20con  
siste,la%20fidelidad%20de%20sus%20clientes.

SEO y Marketing. (06 de Septiembre de 2018). *¿Cómo elaborar tu plan de comunicación?*

Obtenido de <https://raiolanetworks.es/blog/plan-de-comunicacion/>

Zambrano, O. (15 de Julio de 2020). *Boletín digital*. Obtenido de Uniminuto:

[https://www.researchgate.net/publication/343323794\\_BOLETIN\\_DIGITAL\\_UNIMINUTO\\_RECTORIA\\_CUNDINAMARCA\\_VICERRECTORIA\\_REGIONAL\\_SANTANDERES\\_INTELLIGENTSIA\\_JULIO\\_2020](https://www.researchgate.net/publication/343323794_BOLETIN_DIGITAL_UNIMINUTO_RECTORIA_CUNDINAMARCA_VICERRECTORIA_REGIONAL_SANTANDERES_INTELLIGENTSIA_JULIO_2020)