

Vendedores Informales

Presentado A:

Adriana Angélica Tuso Barragán

Presentado Por:

Johan Nicolás Zambrano Espinosa

Corporación Unificada Nacional CUN

Opción de grado II

Bogotá DC.

Año 2018

Contenido	
Introducción.....	3
Justificación.....	3
Descripción del negocio	4
Identidad estratégica	4
Futuro Preferido	4
Valores Corporativos.....	5
Pestel	5
Formato de encuesta	7
Formato Entrevista	7
Análisis de la información del resultado	10
Plan de Marketing	16
Propuesta de valor	19
Slogan	19
Imagen corporative.....	20
Prototipo	21
Conclusion.....	22
Bibliografía	24

Introducción

Buscando plantear una mejora a la calidad de vida y sobre garantizar el acceso a un trabajo digno, nace la idea de crear un mecanismo de formación conceptual, de esta manera construir una persona capacitada para desempeñarse en un entorno laboral; fundamentándose en la premisa de trabajo con dignidad.

Justificación

Se sabe que el desempleo en Colombia en el mes de febrero del presente año subió al 10.8%, lo que traduce en 21 millones 840 mil personas están sin empleo actualmente, según lo afirma el Dane. (1. Dane, 2018).

Un numero estima de 47.800 vendedores ambulantes, se encuentran trabajando en la ciudad de Bogotá, lo cual es una cifra alarmante, según las autoridades, (2. El Tiempo, 2015)

Es por esto que se debe tomar un plan de acción para generar estrategias o mecanismo, en los cuales permitan en primera instancia reconocer y formalizar este tipo de trabajos. De esta manera cada vendedor ambulante pueda contar con planes básicos como lo es la salud y la cotización su pensión.

Como segunda medida crear espacios adecuados para la reubicación de los vendedores ambulantes, teniendo en cuenta factores como el sector, el espacio público y sobre todo el bienestar tanto de la comunidad como de estos trabajadores que día a día viven en pie de lucha para llevar un sustento a su hogar, pero lo más trágico es que viven con la zozobra de que las autoridades les arrebaten su única herramienta de trabajo.

La dignificación y el derecho al trabajo debe ser igual para todos y es el estado quien debe velar y garantizar que el ejercicio del trabajo cualquiera que sea dentro del marco legal se respete y son las distintas instituciones quienes son las veedoras de que esto así se cumpla,

pero es inconcebible como la fuerza pública reprime y en muchas ocasiones vulnera no solo el derecho al trabajo si no la propia dignidad de las personas que trabajan en la informalidad.

Es por esto que debe ser una prioridad dar una solución definitiva que ayude al despeje de zonas invadidas por estos vendedores, pero en beneficio de estos últimos, es decir garantizar espacios en los cuales puedan comercializar sus productos de forma segura y sobre todo legal.

Descripción del negocio

Los vendedores ambulantes actualmente no cuentan con espacios adecuados para el desarrollo de su actividad económica, ya que su trabajo no está formalmente legalizado y la represión por parte de la fuerza pública es constante. En este sentido proponemos la idea de crear una empresa, la cual será un medio para el acceso al trabajo de manera digna, mediante la capacitación de personal en alianza con empresas que promuevan la inclusión social.

Identidad estratégica

Estamos comprometidos con el trabajo digno y de calidad para el ser humano, en especial con el gremio de trabajadores informales o ambulantes a través de un sistema que facilite en gran medida, la oportunidad de mejorar la condición laboral, de esta manera cambiar la realidad e incluso la calidad de vida de esta población.

Futuro Preferido

Ser en el 2023 una empresa respetada, innovadora, con reconocimiento nacional por su contribución en la reducción de la tasa de trabajadores ambulantes que están en la ilegalidad y sin condiciones dignas.

Valores Corporativos

- **Integridad:** Somos personas honestas, con ideales claros y comprometidas 100% con la comunidad de vendedores ambulantes.
- **Compromiso:** hacemos las cosas con dedicación y esmero con el único fin de que todo salga mejor de lo planeado.
- **Respeto:** incentivamos el respeto entre nosotros y hacia los demás, porque sin respeto no se lograrán cambios.
- **Humildad:** somos personas que creemos que todos somos iguales, por eso el trato hacia los demás debe ser ejemplar y con respeto.
- **Creatividad:** trabajamos unidos a las nuevas tendencias tecnológicas, que beneficien el medio ambiente y creen innovación en pro de la dignificación de los vendedores ambulantes.

Pestel

Factor político:

- i. Lineamientos de ley, como calidad y seguridad en el trabajo.
- ii. Aplicación de las normas laborales que rigen el territorio colombiano, ya que la ley estipula el derecho al trabajo y la dignificación del mismo.
- iii. Cumplir con parafiscales, nóminas y demás requisitos que exige la ley para un funcionamiento legal y óptimo para nuestros recursos humanos

Factor económico:

- i. Competencia en el mercado.
- ii. Costos de los implementos como inmuebles, productos y servicios tercerizados.

- iii. Costos de nuevos equipos tecnológicos.
- iv. Arriendos.

Factor socio-cultural:

- i. Falta de educación de una gran parte de los vendedores ambulantes.
- ii. Drogadicción.
- iii. Inseguridad.
- iv. Informalidad laboral.

Factor tecnológico:

- i. Digitalización de procesos.
- ii. Innovación en actualización de procesos productivos.
- iii. Costos de nuevos equipos tecnológicos.

Factor ecológico:

- i. Factores climáticos.
- ii. Salubridad y manejo de alimentos.

Factor legal

- i. Por medio de la siguiente Ley núm. 50 de 28 de diciembre de 1990, por la que se introducen reformas al Código Sustantivo de Trabajo y se dictan otras disposiciones, aseguramos el derecho al trabajo y se renuncian justa, de acuerdo a como lo estipula la ley.

(Diario Oficial, 1.º de enero de 1991, núm. 39618, págs. 1-3.)
- ii. Siendo consecuentes y lo dispuesto por ley en el ámbito legal reconociendo a una persona como un ser que siente y que por ende prima su derecho a la vida sobre

todas las cosas y por ello es fundamental y bajo la CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA 1991, proteger la integridad y derechos de nuestros empleados.

- iii. Se reglamenta el manejo del espacio público en los planes de ordenamiento territorial, es importante disponer de espacios permitidos por el estado, para trabajar de la mano con los vendedores ambulantes con el fin de buscar nuevas estrategias para formalizar y dignificar su trabajo.

Formato de encuesta

Formato Entrevista

(VENDEDORES INFORMALES)

Nombre Entrevistador:							
Nombre Entrevistado:							
Edad:							
Genero :		Masculino			Femenino		
Estrato Social:		1	2	3	4	5	6
Localidad de Residencia:							
Localidad de Trabajo:							

1. ¿Cuál cree que sería el espacio adecuado para comercializar su producto/servicio?

2. ¿Cuáles han sido las ayudas de parte del gobierno para contrarrestar los problemas de invasión del espacio público por parte de los vendedores ambulantes?

3. El gobierno distrital implemento casetas en diferentes puntos de la ciudad para los vendedores ambulantes. ¿cuáles cree son los problemas que tienen estas casetas otorgadas por el gobierno distrital?

4. ¿Qué cree usted como vendedor ambulante que mejoraría sus condiciones de trabajo?

5. ¿Cree usted que los vendedores ambulantes deberían tener acceso a la salud y a la pensión siendo subsidiados en un porcentaje por el gobierno nacional dada la condición del trabajo?

6. ¿Cuál cree usted que sería el lugar adecuado para que un vendedor ambulante pueda desempeñar su actividad de empleo?

7. ¿Cuáles son los problemas que más afectan a los vendedores ambulantes actualmente en la ciudad de Bogotá?

8. ¿Usted como vendedor ambulante ha tenido comparendos por invasión al espacio público?
¿Cuántos? ¿Por qué?

(VENDEDORES INFORMALES 2da cuantitativa)

1. Edad

- a. 10 A 15 Años
- b. 16 A 25 Años
- c. 26 A 35 Años
- d. 36 Años en adelante

2. Escolaridad

- a. Técnico/Tecnólogo
- b. Bachillerato graduado
- c. Basica Académica graduado
- d. Octavo de bachillerato, o inferior

3. Cuenta con experiencia laboral certificada

- a. Si
- b. No

4. Cuento tiempo

- a. 6 meses
- b. 1 año
- c. 2 años
- d. 3 años en adelante

5. Posee algún tipo de discapacidad

- a. Si
- b. No

6. Tipo de vivienda

- a. Propia

b. Familiar

c. Arriendo

7. Estrato

a. 1 a 2

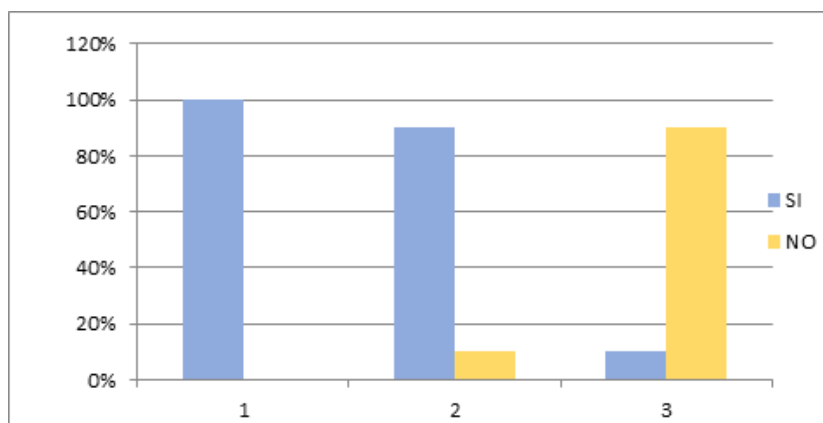
b. 3 a 4

c. 5 a 6

Análisis de la información del resultado

Este análisis no permitió saber que la mayoría de la población de vendedores ambulantes no cuentan con condiciones dignas de trabajo, por ende, se re afirma que mediante acciones que permitan a este tipo de población tener acceso a un trabajo, de esta manera poder contribuir a la recuperación del espacio público. Y tomando como referencia la entrevista anterior encontramos casi un 70% de los encuestados bajos las condiciones mencionadas estarían de acuerdo en considerar acceder a un trabajo en el cual sus condiciones sean justas como estipula la ley.

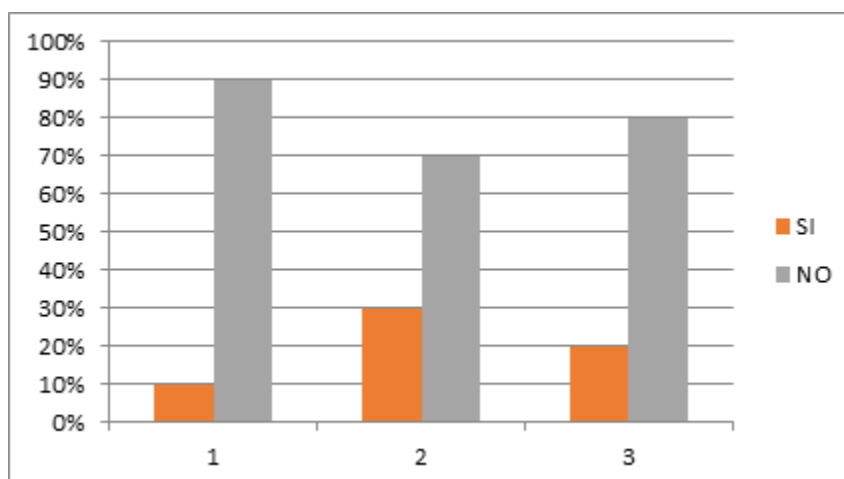
ANALISIS DE RESULTADO	TOTAL	SI	NO	SE APLICARA	SE MEJORARA
1 Posee dificultades para comercializar su producto	10	100%	0%	SI	
2 Cree usted que sus condiciones de trabajo mejorarian	10	90%	10%	SI	
3 Posee un lugar fijo para su trabajo	10	10%	90%	SI	



Observaciones adicionales:

Al momento de validar directamente las necesidades del empleado (vendedor ambulante), se evidencia que su zona de confort no va más allá de un sitio público, que da como resultado que sus productos no estén debidamente tratados generando desconfianza por parte del cliente.

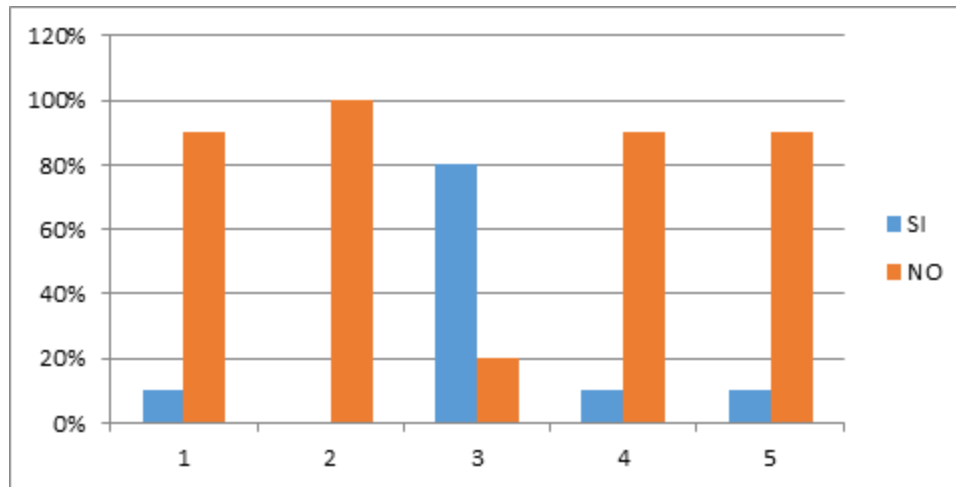
ANALISIS DE RESULTADO	TOTAL		SI	NO	SE APLICARA	SE MEJORARA
1 Cuenta con espacios adecuados	10	100%	10%	90%	SI	
2 Posee acceso a salud y pension	10	100%	30%	70%	SI	
3 Posee alguna implicacion legal por utilizacion espacio publico	10	100%	20%	80%		SI



Observaciones adicionales:

Las personas que subsisten de este modelo de ventas se evidencian, que son personas de un nivel socio-económico bajo y su educación fue realizada hasta bachillerato, tienen más de tres personas a cargo (hijos, padres, abuelos), no se las ha permitido ser parte del modelo educativo por causas económicas, el modelo de atención y servicio en todo tipo (salud, seguridad) es diferente, dictaminado por una discriminación ya sea por vestimenta, imagen, situación corporal etc.

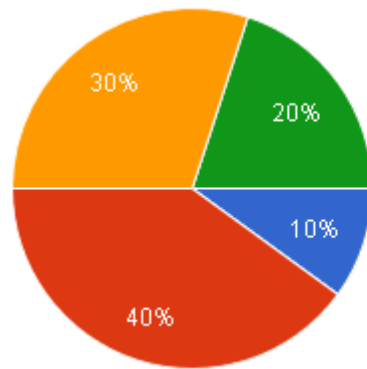
Otras observaciones realizadas	Lina Botiva		Maria Rincon		Andrea Perez		Luis Garcia		Andrea Lozano		Carlos Jimenez		Camila Padilla		Priscila Suarez		Jysson Sanchez		Carlos Torres		Total		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1 Cree que el numero de casetas es suficiente	X			X		X		X		X		X		X		X		X		X		10%	90%
2 Paga servicios de prestaciones sociales		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		0%	100%
3 Tiene personas a cargo	X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X	80%	20%
4 A laborado en algo diferente en los ultimos 15 meses		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		10%	90%
5 La comunidad religiosa a la que pertenece le presta algun tipo de ayuda		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		10%	90%



Observaciones adicionales:

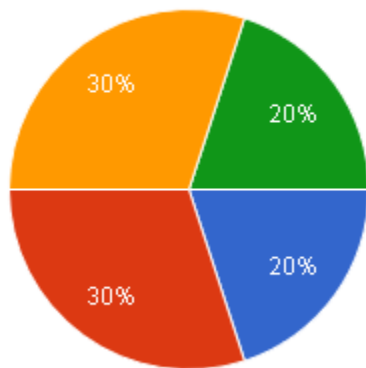
A la hora de establecer un punto para su trabajo presentan los inconvenientes más comunes encontrados, faltas de espacios adecuados, generando que allá problemáticas entre los mismos vendedores con algún tipo de violencia física y/o psicológica con lo que nos muestra que se debe profundizar en este tema.

- Edad



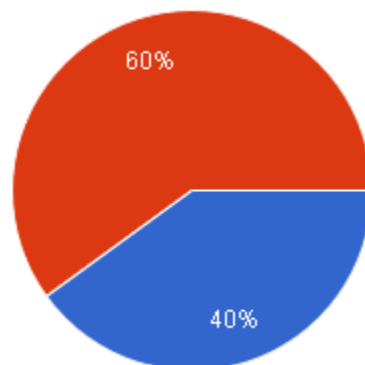
- 10 A 15 Años
- 16 A 25 Años
- 26 A 35 Años
- 36 Años en adelante

- Escolaridad



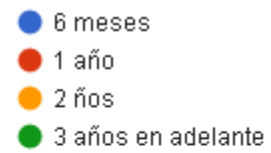
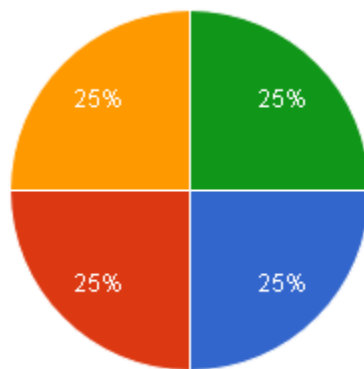
- Tecnico/Tecnologo
- Bachillerato graduado
- Basica Academica graduado
- Octava de bachillerato o inferior

- Cuenta con experiencia laboral certificada

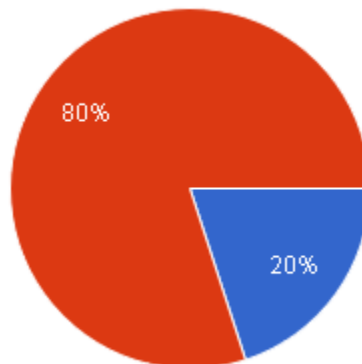


- Si
- NO

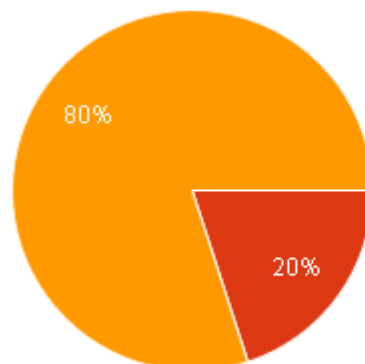
- Cuento tiempo



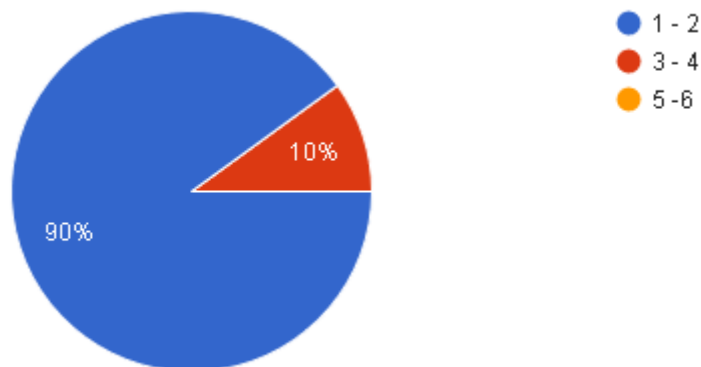
- Posee algún tipo de discapacidad



- Tipo de vivienda



- Estrato



De la anterior encuesta podemos deducir que la mayor población se encuentra en un estrato de 1 – 2, lo cual dificulta el acceso a oportunidades de educación, oportunidades laborales; ya que desde muy jóvenes empiezan a trabajar, esto debido a las condiciones precarias en las que muchos viven, es por esto que buscamos un mecanismo para cambiar la realidad de estas personas.

Dicho lo anterior nos basamos en las diferentes propuestas de algunas compañías que actualmente se encuentran en Colombia, estas propuestas que generan un impacto social en distintas poblaciones. Bajo esta premisa decidimos que debemos ser un puente que permita desarrollar una cooperación para la generación de mecanismo de inclusión social y acceso al trabajo.

Un ejemplo claro:

“De acuerdo con su gerente, Eduardo Macía, el cliente interno de Crepes & Waffles es la mujer que ven en la organización su segundo hogar.

Una de las características más importantes de esta cadena de restaurantes que tiene varios puntos en Bogotá, Cali y Cartagena es que no discrimina a la hora de contratar el personal, especialmente si se trata de mujeres que deben responder por su familia pues son solteras o han sido abandonadas por sus compañeros.

Por eso, de las 480 mujeres que trabajan en las labores de atención o preparación de las comidas, más de la tercera parte sostienen el hogar.”

Como podemos observar son este tipo de propuesta que nos permite identificar un foco de mercado en el cual podamos establecer una relación comercial y de esta manera contribuir al crecimiento empresarial, pero sobre todo al generar cambios socioculturales en la comunidad.

Plan de Marketing

¿Qué bienes o servicios voy a ofrecer? (Sector económico). (Empresa dedicada a la fabricación de ropa para caballeros enmarcada en el sector industrial enfocada en el sector de confección..... subsector con fines comerciales).

- i. Sector terciario de la economía puesto que es una empresa dedicada a la prestación o tercerización de servicios relacionados con la gestión de recurso humano (RRHH). Enfocada en procesos de contratación laboral para proveer de personal a diversas compañías dependiendo el perfil requerido. Teniendo en cuenta que es una empresa constituida con fines comerciales.
- ii. Sección N Actividades de servicios administrativos y de apoyo La sección N comprende las actividades de servicios administrativos y de apoyo que incluyen alquiler y arrendamiento operativo, empleo, agencias de viaje y de seguridad, servicio a edificios y paisajes, oficinas administrativas y apoyo a negocios.

¿A quién lo voy a vender? (Segmentación de Mercado)

- iii. La segmentación de mercado va directamente enfocada a empresas que permitan el desarrollo social, tomando como principio fundamental la premisa de crear mecanismos para el acceso al trabajo digno a personas que se encuentren laborando en la informalidad o con alguna dificultad ya sea Socio-cultural o de discapacidad física. Esto con el fin de promover la responsabilidad social empresarial y ayudando a combatir el desempleo, como también las cifras de trabajo informal.
- iv. **Crepes & waffles:** Dentro de su proyecto de responsabilidad social empresarial, Crepes se enfoca en la población de mujeres madre cabeza de hogar. Logrando con esto ser una de las empresas reconocidas por generar empleo para las mujeres madres cabeza de familia.
- v. **Tostado:** Capacita su propio personal permitiendo desarrollarse en cualquier área de la compañía.
- vi. **Colombia:** mediante campañas de integración realiza ferias de empleo para su área de producción en puntos críticos de la ciudad.
- vii. **Dugotex S.A:** Contrata personas en condición de discapacidad.
- viii. **Best Buddies:** organización para la inclusión de personas en estado de discapacidad en la vida laboral.

¿Dónde los venderé? Macro dirección y micro dirección)

- ix. Buscamos establecernos en el centro de la ciudad puesto que es aquí donde se concentra la mayor cantidad de personas que laboran en la informalidad. Teniendo como objetivo fundamental la expansión local, logrando llegar a las diversas

localidades, sobre todo aquellas que presentan los más altos índices de trabajadores informales.

VENDEDORES INFORMALES POR CIUDAD			
CIUDAD	VENDEDORES	POBLACION	TASA POR 10 MIL HABITANTES
BOGOTA	49,793	7,980,001	62.4

- x. Sabiendo que las localidades que índices más altos de empleo informal son.

Id	Localidad comercial	Vendedores informales
1	Usaquén	608
2	Chapinero	2,394
3	Santa Fe	9,740

¿Cuántos voy a vender? (Cliente Usuario Prescriptor) (Simulación De Ventas).

- xi. Partimos de la idea de generar empleo por lo menos a 500 personas sobre el primer año de operación en la empresa. Logrando afianzar las bases de la misma y permitiendo la ampliación a nivel local y regional, esto estimando la demanda de empleo actualmente.

¿Cómo me van a conocer? (Crear una necesidad)

- xii. bajo la línea o más conocida por su sigla BTL, consiste en el empleo de formas no masivas de comunicación para mercadeo dirigidas a segmentos de mercado específicos. Por medio de activaciones, volanteo y sabiendo que los trabajadores informales conforman una gran cantidad de personas podemos deducir que una

herramienta fundamental para dar a conocer nuestro producto es mediante “el voz a voz”.

También se propone la idea de establecer un portal web en el cual nuestros clientes y posibles colaboradores tengan contacto directo para la adquisición del servicio u ofertas de empleo disponibles.

Propuesta de valor

Tenemos la convicción de que para resolver una problemática social como lo es el trabajo informal (vendedores ambulantes), debemos brindar una solución, en este sentido nace Proyectar Futuro S.A, que busca promover la inclusión social, creando mecanismo para acceso al trabajo digno, para este tipo de población, buscando mejorar su estilo de vida y quizás el de su entorno familiar. Logrando cambiar la realidad de cada una de estas personas que en la actualidad no cuentan con un trabajo estable o que las condiciones en las cuales laboran son las adecuadas.

Slogan

- Lo que buscas, lo encontramos por ti.

Imagen corporativa



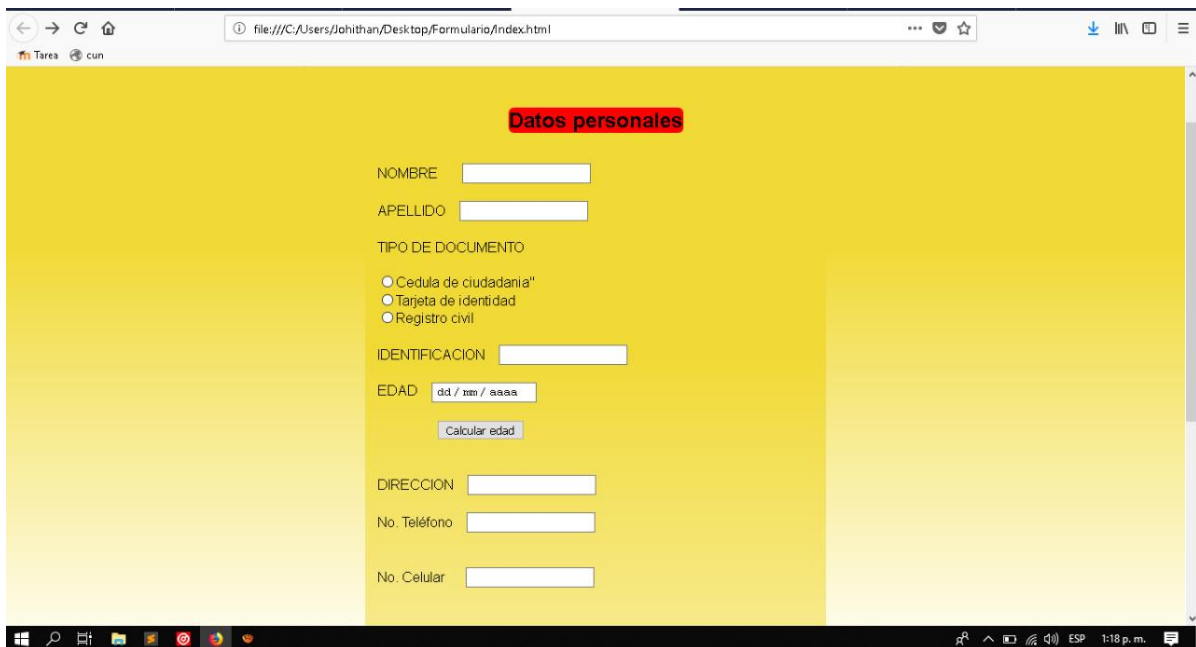
Prototipo

- Pantalla de ingreso o de registro en la plataforma:



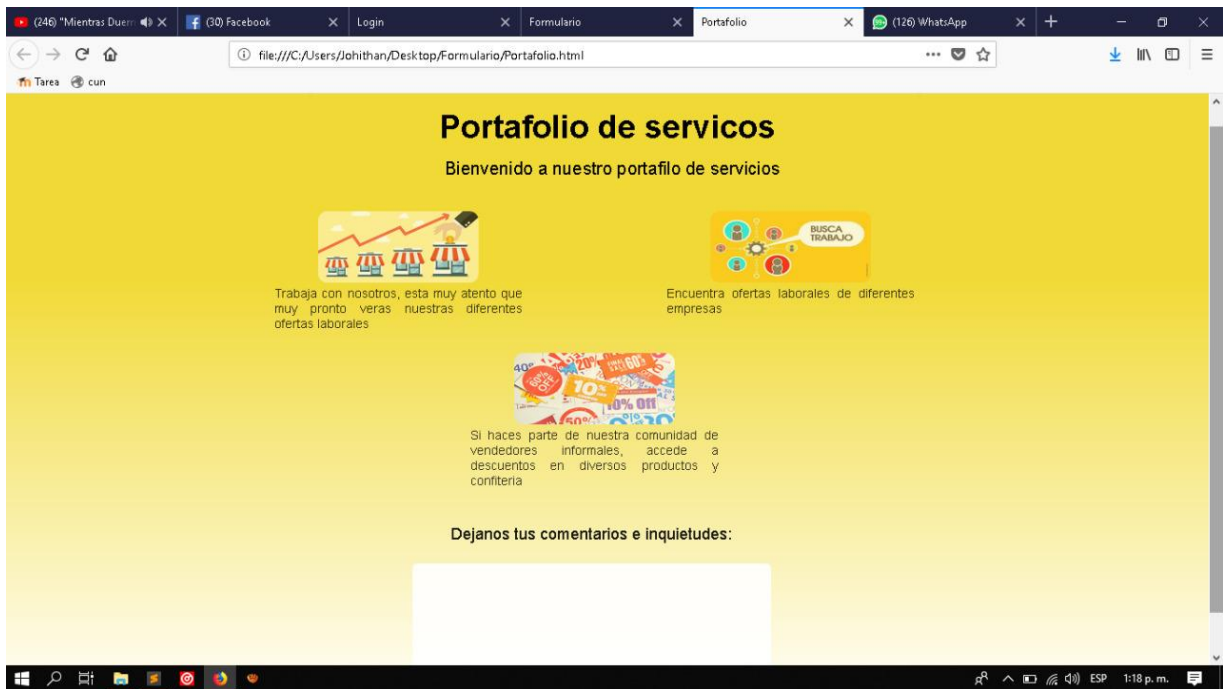
The image shows a login page with a yellow background. At the top center, the word "INGRESA" is written in bold black letters. Below it, there are two input fields: "Usuario:" and "Password:". Under the "Password:" field, there is a red button labeled "Enviar". At the bottom center, there is a link that says "Regístrate". The page is displayed in a browser window with a Windows taskbar at the bottom.

- Pantalla de Registro en la plataforma:



The image shows a registration page with a yellow background. At the top center, the text "Datos personales" is written in bold black letters. Below it, there are several input fields and a button: "NOMBRE", "APELLIDO", "TIPO DE DOCUMENTO" (with radio buttons for "Cedula de ciudadanía", "Tarjeta de identidad", and "Registro civil"), "IDENTIFICACION", "EDAD" (with a "Calcular edad" button), "DIRECCION", "No. Teléfono", and "No. Celular". The page is displayed in a browser window with a Windows taskbar at the bottom.

- Pantalla de portafolio de servicios de la plataforma:



Conclusion

En la basta comunidad bogotana el tema del espacio público es uno de los pulmones en la movilización de los diferentes medios de transporte, ya que del mismo subsisten miles de ciudadanos llamados “vendedores informales/ambulantes”, quienes también son partidarios de pagar un servicio público, un arriendo, una educación todas la necesidades básicas en una ciudad capital, su comercialización trata desde productos comestibles, servicios, o productos varios, con malos tratos de las diferentes comunidades como los son (entidades policiacas, ciudadanía común, entidades privadas, etc.), contribuyen a que su mismos productos no sean comercializados de una manera digan orillando al comerciante a promocionar su productos de diferentes maneras, en medios de transporte, zonas privadas o lugares que no salubrementes sostenibles para el producto, con la presentación del proyecto queremos disminuir en un gran porcentaje estas ventas informales, fomentado el buen trato

hacia la población en mención, la buena comercialización de sus productos, el crecimiento personal y económico de cada persona participante del proyecto. Con un sistema eficaz, confiable, sofisticado y de fácil manejo lograremos impactar a la comunidad ciudadana de tal forma que mejore la movilización del público y resguardo de los productos requeridos, con altos estándares de salubridad y con los requisitos legales para la acreditación de los productos y afiliación de los vendedores a las diferentes entidades estatales, mejorando la calidad de vida de los ya mencionados vendedores, con un fin lucrativo comunitario.

Bibliografía

1. Recuperado de:

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>

2. Recuperado de:

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15976843>