

**CREACIÓN DE EMPRESA PARA LA CAPACITACIÓN Y ORIENTACIÓN A
JOVENES PARA LA INCLUSIÓN LABORAL EN MONTERÍA CÓRDOBA**

MAGISTER. LUIS MANUEL ZUÑIGA PEREZ

ESTUDIANTES:

NESTOR MIGUEL CEBALLOS MESTRA

DAYANA PULGARIN OLIVERO

MARIA ALEJANDRA ROMERO MESTRA

MONTERIA – CORDOBA

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR “CUN”

Tabla de contenido

Tabla de contenido

Introducción	3
Planteamiento del problema	4
Formulación del problema	5
Justificación	6
Objetivos	7
Marco Referencial	8
Marco Teórico.....	11
Marco Conceptual.....	14
Glosario.....	15
Marco Temporal.....	16
Marco Espacial.....	17
Diseño Metodológico – Tipo de estudio – Método de recolección de Información.....	18
Fuentes de Información.....	19
Población, Muestra y Universo.....	20
Objetivo	21
Historia.....	22
Misión y Visión.....	23
Políticas de calidad.....	24
Estrategias de mercado	25
Proyección de Ventas.....	27
Estudio de Operaciones	28
Plan de Compras	29
Costo de Producción.....	30
Infraestructura.....	31

1. Introducción

Partiendo desde un punto de vista muy específico, podemos decir que al ser jóvenes, encontrarnos en medio de una carrera y al apenas incursionar al mundo laboral podemos darnos cuenta de las falencias que tenemos en cuanto al tema y la poca experiencia que poseemos, dando paso ésta a la inseguridad, el fracaso y la decepción de vernos incompetentes ante esta etapa de nuestras vidas. En cada uno de los siguientes renglones que leerán, se proyecta la idea de una empresa dinámica y recursiva dirigida a jóvenes que se encuentren cursando sus últimos niveles en cualquier ciclo de educación superior, para brindar opciones que les contribuyan a su desarrollo laboral.

Para la realización de este proyecto nos basamos en los altos índices de desempleo y de trabajo informal que según las estadísticas del departamento nacional de estadística de Colombia (DANE) cada día aumenta y el mayor porcentaje de estas personas son jóvenes con altos niveles de educación superior que por uno u otro motivo fracasan en la búsqueda de un empleo que les proporcione estabilidad tanto laboral como económica y de la misma forma mejore su calidad de vida.

Se plantearan los métodos que utilizaremos para la orientación y capacitación que será brindara a cada uno de los jóvenes según su proyección laboral, enfocándonos en cada una de las cualidades exigidas por las empresas hoy en día, incluyendo aspectos que irán desde el lenguaje adecuado, la presentación personal hasta como elaborar su respectiva hoja de vida.

1.1 Planteamiento del problema

En primera instancia debemos decir que basándonos en las cifras de desempleo en Colombia para el tercer trimestre del año 2018 según el departamento nacional de estadística (DANE) se encuentran al rededor del 10%, y este panorama nos permite observar los requerimientos actuales de las medianas y grandes empresas a la hora de la contratación, es por ello que a un joven recién graduado, se le dificulte incursionar en este mundo, debido a las experiencias mínimas, dominio de segundos idiomas, Conocer suficientemente programas especializados de computación, entre otros; según el informe Mercado Laboral de la Juventud del departamento nacional de estadística de Colombia (DANE), es debido a estos requerimientos que más del 56% de los profesionales realicen funciones distintas a las de sus carreras de estudio, no se puede tener innovación si no hay políticas masivas de inclusión laboral, se ha observado que la ciudad de Montería ofrece una alta calidad de vida a sus habitantes y que para ser sostenible; sin embargo hay muchos recién egresados aun sin un empleo digno, se quiere que en esta ciudad se lleven a cabo funciones urbanas teniendo una amplia participación ciudadana y convertir esto en una oportunidad para crear empresa o ser parte de una, disminuyendo así el desempleo de los recién egresados.

1.2 Formulación del problema

¿Cómo podemos ayudar a los jóvenes en la tarea de conseguir un empleo de acuerdo a su perfil en Montería Córdoba?

1.3 Justificación.

Muchas veces se ha escuchado que en los jóvenes y en sus capacidades está el futuro, que en sus manos está el progreso, para abordar esta problemática se debe tener en cuenta el conocimiento y la expectativa que tiene la sociedad sobre la misma. En las revistas Portafolio y Dinero, encontramos artículos que presentan diversas críticas y tips de economistas sobre el tema, como lo es **María Mercedes Botero**, psicóloga especialista en Desarrollo Organizacional y Procesos Humanos, quien brinda consejos sobre dicho tema a los jóvenes. Este proyecto nace de la observación que hemos hecho muy de cerca a los jóvenes de la ciudad de Montería Córdoba, recién egresados de cualquier Institución de Educación Superior, alrededor de su situación laboral, teniendo en cuenta que este proyecto también aplica para jóvenes en últimos semestre de cualquier carrera, lo que deseamos es poder disminuir las cifras actuales de desempleo, comenzando por la Ciudad de Montería y posteriormente ir abriéndonos paso entre el resto de ciudades de Colombia, así mismo ayudar en la mejora de la calidad de vida de los jóvenes recién egresados y de sus familias, con la inclusión de empleo. El hecho es que la elaboración de este proyecto y la investigación que se lleva a cabo con el mismo, nos deja grandes conocimientos, aplicables en nuestro entorno y académicamente nos brinda la capacidad de desarrollar mejor nuestro intelecto y nuestras capacidades, así como socialmente nos impulsa a crear métodos efectivos con los cuales los jóvenes puedan instruirse altamente; con el fin de que incursionen asertivamente al mundo laboral.

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

- Crear una empresa de capacitación y orientación vocacional a jóvenes para la inclusión laboral.

2.2 Objetivos específicos

Desarrollar un estudio de mercado en la ciudad de Montería Córdoba.

Determinar un estudio financiero de la zona (Montería Córdoba)

Elaborar una propuesta empresarial que genere Inclusión Laboral de los Jóvenes.

Implementar actividades de investigación en la ciudad.

Desarrollar y aplicar el plan de negocio.

3. Marco Referencial

La problemática que afecta a la gran mayoría de jóvenes es la falta de conocimientos y experiencia al momento de aplicar a un empleo, así como las pocas oportunidades para acceder a un empleo formal y estable, es decir; la escasez de vacantes, como también algunos aspectos sociales y económicos.

La búsqueda de soluciones, ha llevado al gobierno y otras entidades a diseñar diferentes estrategias encaminadas para que los jóvenes profesionales, tecnólogos o técnicos tengan una visión diferente y positiva a la hora de enfrentarse al mundo laboral al momento de terminar sus estudios, ya sea como emprendedor o empleado.

Algunas de las estrategias que se están implementando para combatir esta problemática son:

“El Gobierno ha sancionado leyes significativas para facilitar en gran parte la vida de los jóvenes colombianos. En materia laboral, en los últimos cuatro años, se crearon cerca de 700 mil empleos, lo que ayudó a disminuir la tasa de desempleo juvenil de 21,5 % a 17,5 %”, Gabriel Gómez, director del programa presidencial Colombia Joven.

El directivo agrega que, aunque hoy la cifra de desocupación está en 16,9 %, un porcentaje alto, se han mejorado diversos aspectos para que los jóvenes puedan encontrar su primer empleo.

“Hemos llegado a metas importantes como la tasa de desempleo juvenil ubicada en 13,9 % para diciembre de 2013, la más baja en la historia para esta población”, señala Gómez.

Para algunos expertos, el desempleo juvenil también tiene relación con la falta de experiencia, apoyo económico de la familia y menores responsabilidades que les permite esperar más tiempo para encontrar una vacante que se ajuste con sus necesidades.

Además de brindar oportunidades para encontrar su primer trabajo, el Gobierno se ha preocupado por incentivar el emprendimiento, dar formación y acompañamiento en las ideas de negocio de los jóvenes.

La política Un pacto por el Trabajo, que se lleva a cabo desde el Ministerio de Trabajo, busca que a partir del ámbito departamental se reporten las principales necesidades del mercado laboral, con el fin de que el Servicio Nacional de Aprendizaje de Colombia (SENA) pueda capacitar a la población juvenil para encontrar un empleo formal, y que en algunos casos estos jóvenes emprendedores lleguen a crear sus empresas y puedan así mismo ayudar a disminuir el desempleo generando nuevas vacantes.

(Gabriel Gómez, director del programa presidencial Colombia Joven - Consejos profesionales / 30 de abril de 2014.)

Hace algunos años, estudios realizados por la Organización Internacional del Trabajo establecieron que, de los 620 millones de jóvenes entre 15 y 24 años en todo el mundo, 81 millones estaban desempleados; por otro lado, las empresas se quejan de una escasez de talento; es decir, encuentran dificultades para conseguir el trabajador que necesitan y que se ajuste al perfil.

Esta situación viene empeorando cada vez más, obligando a los gobiernos a tomar medidas que promuevan la contratación de jóvenes. Un ejemplo concreto es el caso de la ley del Primer Empleo en Colombia, la cual se basa en 2 aspectos “Incentivos para la generación de empleo y formalización laboral en los sectores rural y urbano y Descuento en el impuesto sobre la renta y complementarios de los aportes parafiscales y otras contribuciones de nómina” promovida por el

ministro de trabajo Rafael Pardo, que ha demostrado ser un excelente instrumento para disminuir los niveles de desempleo y mejorar las condiciones laborales de los colombianos.

Se considera que uno de los principales problemas radica en que los jóvenes escogen carreras tradicionales, que presentan una sobreoferta, volviendo el mercado para estos profesionales muy competido y con muy pocas oportunidades. Es necesario que estos jóvenes bachilleres se enfoquen en estudiar carreras con una mayor demanda en el mercado laboral ya sean profesionales, técnicas o tecnólogas, respondiendo a las necesidades del mercado y orientándose a las tendencias del desarrollo mundial.

De esta forma, podrán vincularse en cargos con condiciones laborales dignas y estables, e inclusive tendrán la oportunidad de desarrollo profesional.

Al no encontrar oportunidades los jóvenes profesionales se ven obligados a tomar alternativas que no cumplen con sus expectativas o para los cuales se encuentran sobre calificados o en campos diferentes a los de su preparación; situación que tienen que aceptar para lograr iniciar su carrera laboral, ir adquiriendo alguna experiencia, pagar muchas veces sus créditos de estudio y lograr un ingreso básico; situación que aprovechan algunas empresas para disminuir sus costos laborales.

De esta forma, inician su vida laboral de forma informal, como medio de sustento, o acuden al emprendimiento, a través del emprendimiento formal, los jóvenes pueden convertir sus ideas en negocios sostenibles y rentables y a la vez, generar empleo y bienestar para la sociedad.

(Noticias Universia, 2014)

Tomado de: <http://noticias.universia.net.co/portada/entrevista/2015/04/15/1123259/hace-dificil-jovenes-conseguir-empleo.html>

2.1 Marco Teórico.

El 40,8% de los jóvenes colombianos dice no conseguir trabajo por falta de experiencia. Para el año 2015, la expectativa por los cargos directivos disminuyó y el interés por la independencia laboral incrementó levemente en los jóvenes, sin embargo, la falta de experiencia sigue siendo un obstáculo para conseguir empleo, según el departamento nacional de estadística de Colombia (Dane) para el 2015, el 75% de los jóvenes empleados eran trabajadores asalariados y el 22,1% eran trabajadores independientes.

La Organización Internacional del Trabajo de Colombia (OIT), lideró un proyecto en varios países de América Latina y África, que consiste en aplicar una encuesta a la población joven sobre su transición del proceso educativo al mercado laboral.

Por estos motivos, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane), recogió información sobre la situación del mercado laboral de hombres y mujeres entre los 14 y los 29 años, en las 13 ciudades principales del país a través de la Encuesta de la Transición de la Escuela al Trabajo (ETET).

Con esta información, se pueden sacar algunas conclusiones sobre la situación de los jóvenes frente al acceso al mercado laboral una vez terminados los estudios.

Nivel educativo

Según el Ministerio de Educación Nacional de Colombia (MEN), para el año 2015, el 38% de la población de 14 a 29 años reportó haber alcanzado estudios superiores (universitaria y no universitaria) y el 56% reportó haber alcanzado básica secundaria o media. Es importante tener en cuenta que los jóvenes en la mayoría de los niveles educativos alcanzaron un nivel más alto en comparación con el de sus padres.

Expectativas laborales de los jóvenes

El 58% de los jóvenes deseaban desempeñarse como profesionales o técnicos, el 12,9% como trabajadores de los servicios y el 10,8% como directivos, en el año anterior. Es importante resaltar que desde el 2013 al 2015, el deseo de los jóvenes por desempeñarse como técnicos y profesionales aumentó en 5,4.

Sin embargo, las expectativas de ocupación en cargos directivos disminuyeron notablemente en un 4,2% con respecto al 2013.

De igual forma, el interés por cargos de operarios, comerciantes y vendedores ha disminuido en menor medida.

Independencia laboral

Para el año anterior, el 75% de los jóvenes empleados eran trabajadores asalariados y el 22,1% eran trabajadores independientes. Del total de trabajadores independientes, la mayoría (31,3%), afirmó que eligieron trabajar así por tener “más independencia”, por encima de intereses como un mejor salario u horarios más flexibles

Obstáculos de los desempleados

El 40,8% de los jóvenes desempleados afirmó que el principal obstáculo para encontrar trabajo fue no tener suficiente experiencia laboral, seguido del 16,8% que consideró que los requisitos del trabajo son mayores que la educación o formación recibida y el 14,3% reportó que no hay suficientes puestos de trabajo disponible.

Existen 3 etapas principales que hacen referencia a: la transición completa, en transición y en transición no iniciada.

Según el departamento nacional de estadística de Colombia (Dane), en la transición completa, el joven cuenta con un trabajo, sea estable, temporal, por cuenta propia o sin remuneración. Cuando un joven se encuentra en transición, está desempleado, está inactivo como estudiante o está insatisfecho por cuenta propia o sin remuneración. En el caso de la transición no iniciada, se está inactivo o incapacitado permanentemente para trabajar.

Para el 2015, el 49% de la población joven en las 13 ciudades había hecho la transición completa de la escuela al trabajo, el 20,8% se encontraba en etapa de transición y el 29,2% no había iniciado la transición.

De las personas con transición completa, el 57% tenían un trabajo estable y satisfactorio, el 18,3% un trabajo como independiente y satisfactorio y el 12% contaban con un empleo estable pero insatisfactorio.

(Dinero, 2015, OIT “Organización nacional del trabajo de Colombia”)

Tomado de: [https://www.dinero.com/economia/articulo/las-expectativas-y-condiciones-laborales-de-los-jovenes-en-colombia/222244`](https://www.dinero.com/economia/articulo/las-expectativas-y-condiciones-laborales-de-los-jovenes-en-colombia/222244)

2.2 Marco Conceptual

La falta de conocimientos en los jóvenes a la hora de enfrentarse al mundo laboral actual, es la causa de que la mayoría de estos fracasen y se sientan excluidos del entorno laboral.

Para la gran mayoría de jóvenes el aspecto que más se atribuye a este repetitivo fracaso es la falta de experiencia laboral, ya que la mayoría de los jóvenes son recién egresados de sus estudios superiores (técnico, tecnólogo y/o profesional).

Las empresas requieren personal capacitado, pero también que tengan experiencias de meses e incluso años anteriores que permitan al trabajador desempeñar sus actividades de la manera más veraz y rápida posible, ya que de esta manera el empleador se ahorra tiempo y dinero de capacitaciones que ya no van a ser tan necesarias.

Desde otro punto de vista un aspecto más que afecta a los jóvenes en la difícil tarea de conseguir un trabajo estable es la falta de vacantes en el mercado, como también lo es la sobrepoblación de las carreras tradicionales y la falta de ideas, la inseguridad y la mala presentación personal a la hora de aspirar a un cargo mediante una entrevista.

Glosario

Educación: transmisión de conocimientos a una persona para que adquiera un tipo de formación

Trabajo: labor, acción remunerada, se pacta mediante un contrato de trabajo verbal o escrito

Desempleo: trabajo que se realiza a cambio de un salario

Jóvenes: persona de poca edad

Capacitación: charlas de fin educativo e informativo

Orientación: direccionamiento a un fin u objetivo deseado

Mercado Laboral: diferentes empresas que tienen ofertas de trabajo

Análisis: Estudios realizados en los diferente ámbitos

Investigación: Adquisición de conocimientos

Dane: Departamento nacional de estadística de Colombia

Oit: Organización nacional del trabajo de Colombia

Men: Ministerio de educación nacional de Colombia

2.3 Marco Temporal.

El análisis o estudio se realizara dentro de un periodo indefinido, ya que se está realizando en base a una problemática que se ha venido presentando hace algunos años y no se le ha encontrado una solución definitiva, con este proyecto intentamos dar algunas ideas que estén encaminadas a la solución del problema o en su caso que ayude combatirlo y disminuir su impacto en la sociedad tanto en el ámbito laboral y económico, el proyecto está diseñado para brindar ayuda a los jóvenes el tiempo que sea posible, para poder ayudar a la mayor cantidad de personas como nos sea posible y así lograr un mayor impacto con los resultados.

PASOS	DESCRIPCION	ACOMPANAMIENTO
Inicio del proyecto agosto 2017	Elección del tema y enfoque investigativo.	Rodolfo Gómez Rafael Maza
Planteamiento del proyecto - 12 agosto - 14 octubre	Investigación, recopilación de información y estructuración.	Abel Royo Jhonys Doria
Organización 14 octubre - fecha actual	Estudios de mercado y financiero, elección del segmento de mercado.	Álvaro Luna Villalba Luis Manuel Zúñiga Pérez
Dirección		
Control		

2.4 Marco Espacial.

El proyecto se ha diseñado para desarrollarse dentro del departamento de Córdoba, en la ciudad de Montería. se han utilizados datos generales del país ya que la visión del proyecto es abarcar en otras ciudades, haciendo uso de las redes sociales y los avances tecnológicos, igualmente teniendo grupos capacitados que brinden Seminarios, talleres y Conferencias a los jóvenes en las distintas Universidades e instituciones de las ciudades.

2.5. Diseño Metodológico

2.5.1 Tipo de estudio

La presente investigación es de tipo cualitativo, descriptivo de corte transversal ya que se tomó información de bases de datos y observación directa.

Este tipo de estudio se basa en las herramientas fundamentales para un excelente desempeño en el puesto de trabajo, y también hace énfasis en los proyectos de fin educativo y/o formativo. Uno de sus autores es Marisol Méndez de la Universidad Militar Nueva Granada, por otra parte también tomaos referencias del proyecto “UNA PROPUESTA PARA ENSEÑAR CIUDADANIA EN EL CICLO INICIAL” sus autoras son: Emilce Garzón Guerra y Luisa Fernanda Acuña Beltrán de la Universidad de Costa Rica en San Pedro de Montes de Oca, Costa Rica. Realizado en 2016 Septiembre-Diciembre.

2.5.2 Método de recolección de información

Los métodos utilizados para la recolección de información utilizada en la formulación del proyecto fueron.

Observación

Periódicos

Revistas

Internet

Medios de comunicación

2.5.3 Fuentes De Información

Para iniciar este proyecto fue de vital importancia investigar hasta el punto de conocer realmente la problemática que nos llevó a crearlo, obtuvimos información de:

Periódicos locales

Revistas

Página Oficial del Departamento nacional de estadística de Colombia (DANE)

En los cuales obtuvimos resultados sobre el desempleo y educación, conociendo a fondo la situación actual en la que estamos los jóvenes universitarios, dando esto como resultado el querer expandir nuestro proyecto y que sea de vital ayuda para estos mismos.

2.5.4 Población, universo, muestra

Basándonos en encuestas realizadas por el Departamento nacional de estadística de Colombia (DANE) y con la siguiente información tomada de la página oficial nos podemos dar cuenta de que las personas a las cuales dirigiremos nuestro proyecto son los jóvenes entre 20 y 30 años de edad, que se encuentren culminando sus estudios universitarios, técnicos o tecnólogos, ya que son estos quienes terminan la educación universitaria y cada día se encuentran menos entre la población económicamente activa: Para el año 2016, la proporción de personas de la población económicamente activa (PEA) que habían completado la educación media fue 32,9%, el 23,3% había completado la educación básica primaria, el 6,0% la educación básica secundaria, 10,9% la educación técnica profesional o tecnológica, 7,7% la educación universitaria y el 3,3% postgrado. El 7.7 % del que hablamos será nuestra población.

(DANE, Información Estratégica, 2017)

Recuperado de: <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/fuerza-laboral-y-educacion>

3. Objeto De La Investigación

Resaltando las instituciones o empresas en las cuales podríamos basarnos y serian de gran ayuda para nosotros y los jóvenes a los cuales queremos orientar, estaría el SENA, institución que abrirá sus puertas a cada uno de estos jóvenes con el fin de realizar investigaciones de mercado, observar el clima organizacional dentro de ella y otras empresas tanto públicas como privadas en las que se podrá observar las distintas estrategias de dirección, responsabilidad social empresarial, entre otros, que hay dentro de sí.

3.1 Historia

Este proyecto y el anhelo de llevarlo a cabo para mejorar la calidad de los jóvenes y disminuir el desempleo nace como una Opción de grado en el Nivel Técnico en la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior para el III Semestre de la Carrera Administración de Empresas, siendo el docente a cargo, Rodolfo Gómez, quien sábado tras sábado nos llena de ideas y proyectos a realizar, plasmando en escrito todas y cada una de esas ideas con el fin de en un futuro verlas realizadas.

3.2 Misión.

Este proyecto se crea con un motivo que es nuestro motor, disminuir el desempleo ayudando a los jóvenes a incursionar asertivamente en el mundo laboral actual, creando más oportunidades para sí y sus familias.

3.3 Visión

Nuestra visión es que este proyecto se encuentre dentro de 10 años siendo útil para todos los jóvenes universitarios que lo requieran y formado como empresa en la ciudad de Montería Córdoba, generando a la larga con nuestras orientaciones empleo y felicidad.

3.4 Política de calidad

Con resultados demostraremos lo efectivo que será para los jóvenes cada una de nuestras asesorías y orientaciones, obteniendo con esto muy seguramente independencia económica o un empleo formal y estable.

3.5 Objetivos de calidad

Queremos ser excelentes en lo que hacemos y brindar lo que más podamos para formar a los mejores seres humanos en cuanto a capacidad laboral y conocimientos varios, aptos para lo que se propongan dentro del ámbito de su interés, como empleados o como trabajadores independientes.

3.6 Valores corporativos

La responsabilidad, la integridad y el respeto, son nuestros valores corporativos, igualmente Confianza y Honestidad en todo lo que se trabaje y en cuanto al avance que tengan los jóvenes en su capacidad laboral y personal para enfrentarse al mundo.

3.7 Principios

Innovación, Realización personal y Orientación a los jóvenes con los que interactuaremos, serán los principios que no permitiremos sean violados o pasados por alto en nuestro proyecto por cada una de las partes involucradas, ya que confiamos en que, con estos podremos alcanzar el éxito.

4. Estrategias De Mercadeo

- **Concepto del producto o Servicio:** Nuestra empresa brindara orientaciones y capacitaciones vocacionales a los jóvenes desempleados y aquellos que se encuentren cursando últimos niveles de educación superior, con el fin de lograr una inclusión asertiva al mundo laboral.
- **Estrategias de distribución:** Principalmente nos daremos a conocer dentro de nuestra universidad, como un equipo dispuesto a ayudar a nuestros compañeros con las distintas técnicas ofrecidas posteriormente mediante las redes sociales haremos visible nuestra empresa para así ser conocidos por las demás entidades y llevar a ellas nuestros conocimientos.
- **Estrategias de precio:** Nuestras estrategias de precio se establecerán dependiendo de la cantidad de jóvenes a los cuales sean dictados las capacitaciones y asesoramientos, también se tendrá en cuenta si se debe recurrir al alquiler de un recinto o si quien requiere el asesoramiento cuenta con uno, si es una sola persona la que requiere los servicios, el asesoramiento completo tendrá un costo de \$200.000, para dictar las conferencias, seminarios o talleres en masa, más de 20 personas sin un límite en específico, el costo será de \$2.000.000, hablado directamente con el jefe de grupo, director de programa o rector en el caso de una Universidad.
- **Estrategias de promoción:** Al iniciar con el proyecto plasmaremos información de gran ayuda en Cd's los cuales serán entregados a los grupos que nos contacten posterior a la capacitación brindada, de esta forma las personas tendrán un doble aprendizaje, lo que les transmitiremos en los encuentros y lo que se llevan a sus casas. Igualmente cuando contactemos con Universidades, Institutos Técnicos o Tecnológicos por ser primera vez

que se les brinde un seminario, taller o conferencia este tendrá un 50% de descuento, es decir si son más de 20 personas a quienes va dirigido el encuentro, solo tendrá un costo de \$1.000.000.

- **Estrategias de comunicación:** Para efectuar la comunicación con nuestros clientes nos dirigiremos primero que todo a las Universidades, enfocándonos en los grupos de últimos semestres hablando con el director de cada programa, exponiendo nuestras ideas y lo que incluiría el servicio.
- **Estrategias de Servicio:** Al momento en el que se vaya a brindar una conferencia nuestro equipo contara con medios audiovisuales, equipos tecnológicos que harán posible una mejor llegada de la información a las personas, libretas para entregar a nuestros clientes y refrigerio para todas las personas que se encuentren recibiendo la asesoría, añadiendo además que no queremos que la capacitación se vuelva tediosa y por ende las personas pierdan el interés en medio del encuentro, por lo cual el tiempo que duraran dichas capacitaciones no serán de más de 3 horas.
- **Estrategias de aprovisionamiento:** Nos equiparemos de todo lo necesario de una forma eficiente, sin gastar de más en cada producto que vayamos a ofrecer o los que utilizaremos para brindar las capacitaciones. Para esto, por ejemplo para la compra de libretas se harán compras al por mayor, para la compra de los refrigerios nosotros mismos los fabricaremos.

5. Proyección De Ventas

Para nuestra proyección de ventas, diseñaremos algunas promociones y descuentos por el lanzamiento al mercado, de esta manera será un atractivo para el público ya que se les brindara el asesoramiento con un gran descuento lo cual hará que al iniciar la prestación del servicio los clientes interesados sean muchos, por lo que esperamos que los primeros meses el número mínimo de asesoramientos o capacitaciones dictadas sea 10 cada mes. Luego de los 6 primeros meses esperamos contar con un buen número de clientes fidelizados con la empresa y así poder de ahí en adelante ir superando la cantidad de capacitaciones dictadas

6. Estudio De Operación

- **Ficha técnica de producto o servicio:** Ofreceremos capacitaciones y orientaciones con énfasis en el mejoramiento o fortalecimiento de las habilidades laborales de los jóvenes, abarcando entre estos, temas de gran importancia como lo son las entrevistas laborales y la buena presentación personal.
- **Estado de desarrollo:** El proyecto se encuentra en la etapa de Organización, ya que en este nos encontramos realizando estudios de mercado y financieros que permitan posteriormente un correcto direccionamiento del mismo.
- **Descripción del proceso:** Para brindar una conferencia primero debe haberse realizado el 50% del pago de esta misma y el otro 50% al terminar, nos trasladaremos a cada Institución en la cual trabajaremos con tiempo para instalarnos en su auditorio y preparar todo.
- **Necesidades y requerimientos:** Para ofrecer nuestros servicios requerimos inicialmente de un capital para la compra de equipos y de materiales, de igual forma de cada pago por conferencias se irán supliendo las necesidades que la empresa empiece a tener, tales como un vehículo para el transporte del personal en cada ciudad.

7. Plan De Compras

Producto	Cantidad	Valor
Video Beam	2	\$ 2.500.000
Computadores Portátiles	2	\$3.000.000
Impresora	1	\$1.200.000
Teléfono	1	\$200.000
Papelería	Varios	\$700.000

8. Costos De Producción

Debido a que seremos una empresa prestadora de servicio y nuestra materia prima es el capital humano hemos identificado como costos de producción los siguientes:

Depreciación de maquinarias.

Viáticos.

Costos de papelería.

Costos de refrigerios.

Cada uno de estos, puede variar dependiendo de aspectos como la vida útil de cada una de los equipos tecnológicos, el número de capacitaciones brindadas, el número de personas a las que se les dicte y el lugar al cual nos debemos trasladar para ofrecer la capacitación, ya que estos aspectos afectan de forma directa el costo que tenemos para dictar cada una de las capacitaciones con cada uno de los servicios que ofrecemos.

9. Infraestructura

La empresa no contara con instalaciones físicas, puesto que nos daremos a conocer más que todo por medio de redes sociales, en las cuales se dará información del proceso de contratación, publicidad, ofertas, precio, y también se subirán algunos videos y tips que se utilizaran como atractivo para que el público se interese por nuestros servicios , de esta manera quien los solicite deberá comunicarse por estos medios y en caso de que no se cuente con un lugar adecuado para dictar dichas capacitaciones se acudirá al alquiler de un recinto para el encuentro.