

# Nueva BG



CREACIÓN DE EMPRESAS I

MICHAEL ANDRÉS PINZÓN GALVIS



@nuevaBG

[www.nuevaBG.com](http://www.nuevaBG.com)

# TABLA DE CONTENIDO

---

1	NUEVA BG .....	4
1.1	Resumen ejecutivo .....	4
1.2	Introducción .....	5
1.2.1	Objetivos .....	5
2	Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio .....	7
2.1	Objetivo de desarrollo sostenible .....	10
2.1.1	Teoría del valor compartido .....	11
2.1.2	Tecnologías disruptivas .....	12
3	Análisis del sector económico .....	12
3.1	Social .....	13
3.2	Económico .....	16
3.2.1	Tecnológico .....	20
3.2.2	Ecológico .....	21
4	Marco legal .....	22
5	Identificación Del Problema, Necesidad, Reto U Oportunidad .....	25
6	Descripción De La Idea De Negocio .....	26
6.1	Innovación .....	26
7	Fuerza de la Industria .....	27
7.1	Contextualización de la empresa .....	27
7.1.1	Análisis de la demanda .....	27
7.1.2	Análisis de la oferta .....	29
8	Segmentación de Mercado .....	31
9	Propuesta de Valor .....	32
9.1	Ficha Técnica .....	33
9.1.1	Ciclo de vida .....	34
9.1.2	Precio de venta .....	34
10	PROTOTIPO .....	35
10.1	Modelo running lean .....	36
11	Validación de ideas de negocios .....	36
11.1	Objetivo de la investigación .....	36
11.1.1	Tipo de investigación .....	37
11.1.2	Formulario de encuesta .....	37

11.1.3	Tamaño de la muestra .....	37
12	Tabulación y análisis de la información .....	38
13	Bibliografía .....	42



**NUEVA BG**  
mejora tu imagen



# 1 NUEVA BG

---

Yo Michael Andrés pinzón galvis identificado con CC: 1015436023, estudiante del programa de Negocios Internacionales de claro que: El contenido del presente documentó es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que; ante cualquier manifestación de plagio, copia o falta de fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Michael Andrés pinzón galvis

## 1.1 RESUMEN EJECUTIVO

La marca Nueva BG reconoce el conflicto que existe entre la sociedad y la Alcaldía de Bogotá frente a los vendedores informales, nuestra idea brinda servicio de orientación a toda esta población ya que pueden llegar a crezca a un nivel comercial, cultural, social todo esto basándonos en capacitaciones frente aun mejoramiento de imagen, logrando un mayor conocimiento de normativas puesto que el desconocimientos de las mismas, en ocasiones se llegan a generar fuertes críticas, las cuales muchas veces terminan en riñas contra el ciudadano y la Policía Nacional, esperando que esta idea de negocio llegue a cubrir una gran parte de los vendedores informales, esperamos interactuar con él con Gobierno distrital para que vean esta forma de empleo como un desarrollo para la ciudad y crear un amor propio de las personas que viven de sus ventas informales.

## 1.2 INTRODUCCIÓN

Para este proyecto creación de empresas I, nos enfocaremos en la idea de negocio Nueva BG la cual abordara una nueva perspectiva frente a los vendedores informales, ya que por años no se les ha dado una importación ni lugar en la sociedad, por consiguiente, se planteará sumergirnos en las necesidades y problemáticas que abarcan esta población frente a los demás sectores comerciales y diferentes regulaciones que impiden que este tipo de informalidad sean considerados como una fuente de ingresos y culturización para la ciudad, por esta razón presentaremos un servicio pensando en la evolución y aceptación de estos vendedores informales.

### 1.2.1 Objetivos

- Brindar asesorías con el fin de obtener una aceptación social y a nivel distrital.
- Lograr mejorar su imagen frente instalaciones, presentación personal, presentación de productos a comercializar y que sean de agrado para cualquier tipo de clase social.

Objetivos a lograr				
	2020	2021	2022	2023
Nueva BG	Consientizar a todos los vendedores informales sobre sus diferentes desventajas	Formar un vinculo con la sociedad, basado en un mejoramiento de imagen, estableciendo	Tener mas de un 50 % de vendedores informales vinculados con la marca	la marca sea reconocida y apoya a nivel distrital

Tabla 1 Objetivos a lograr

### 1.2.1.1 Claves del Éxito

Para este proyecto la marca Nueva BG, prestara servicios de orientación a los vendedores informales algo que solo hace la alcaldía de Bogotá, por consiguiente, Nueva BG, fomenta que esta población tenga una voz ante la sociedad, que desaparezca esas fuertes criticas de trabajo deshonroso, de mala imagen para la ciudad, riñas y hasta muchas veces comercializadores de sustancia ilícitas; Al prestar nuestros servicios los vendedores informales tendrían oportunidades de compartir en lugares dignos para una mejor comercialización, todo esto con el fin de mejorar su imagen, sus puestos de trabajo, conocimientos de normal sanitarias logrando que la Alcandía piense rotundamente en que no son un problema social, de lo contrario son personas que están conscientes de mejorar su calidad de vida.

## **2 ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO**

---

Algo que sucede en la mayoría de zonas en Bogotá, es una participación masiva de vendedores informales, pero una de las problemáticas es que llegan a invadir las zonas delimitadas para transeúntes, y esto ocasiona que sean criticados por comerciantes de establecimientos, peatones, policías, básicamente por ciudadanos ya que se evidencia, que no se vuelve agradable dar un caminata por las calles ya que ocupan una gran parte de la vía y visualmente no son de agrado, hasta muchas hay que esquivar la mercancía que ofrecen, se ven mezclados alimentos con prendas de vestir, juguetes, libros y una gran variedad de talentos como acrobacias que pueden llegar a ser inseguras para los que la practican y observan.

Si llegamos hablar a nivel económico, diremos que muchas de estos vendedores informales tienen ya una cierta cantidad de clientes ya confiables. Los cuales los promedian la mayoría de días en la semana, estos clientes suelen ser de personas que salen o entran a sus lugares de trabajo, estudio o simplemente transeúntes, pero también sabemos que muchas veces son perseguidos por la Policía Nacional, la cual tiene ordenes directas de hacer mover a estos vendedores informales con el fin de no obstaculizar el paso peatonal,

debido a esto la mayoría de informales quedan sin su única fuentes de ingresos y hace que se presente problemas económicos.

Esta Problemática equivale a 33% del PIB; El tamaño de la economía informal colombiana (tanto laboral como empresarial) equivale a cerca de 33,1% del PIB, es decir, representa unos \$310 billones anuales, una cifra que casi alcanza el total de los recursos con los que cuenta la Nación para el presupuesto de este año, que llegan a \$258 billones.

La Asociación Nacional de Instituciones Financieras (Anif), que lidera Sergio Clavijo, califica como economía subterránea, consecuencia del narcotráfico, la baja eficacia tributaria y el elevado uso del efectivo en el país.

Mue

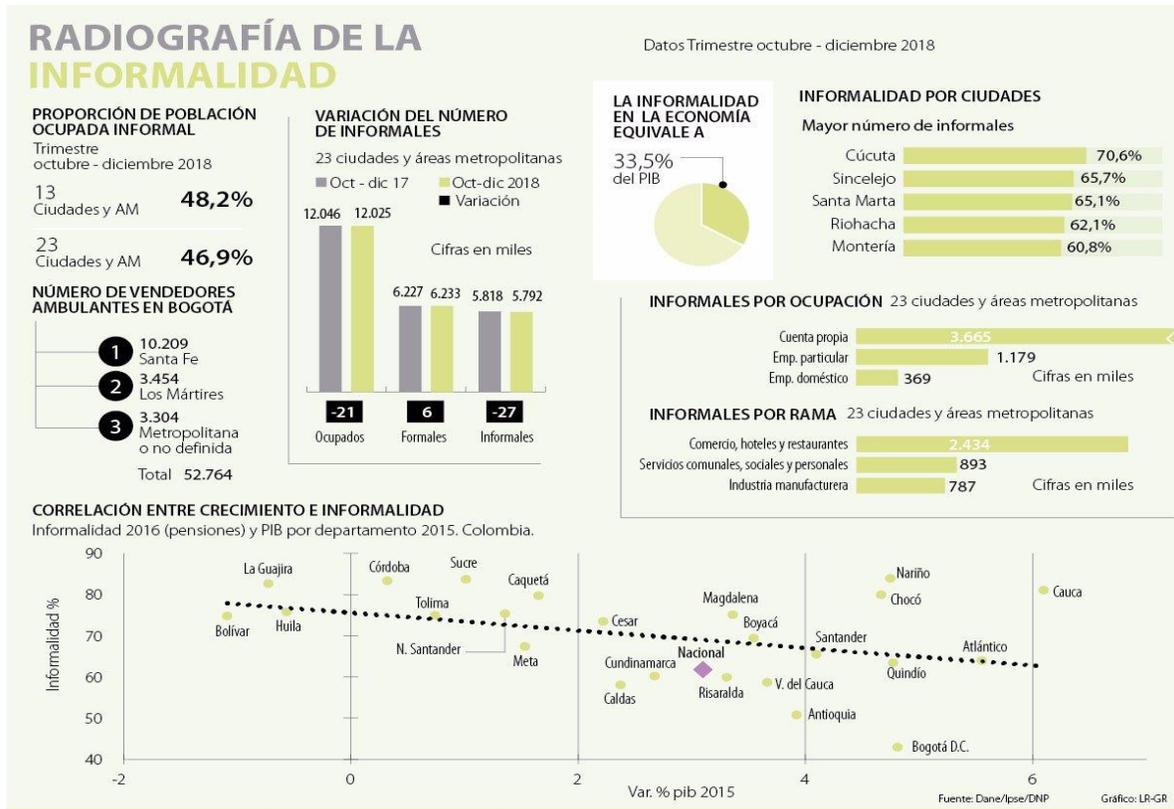


figura 1 radiografía de la informalidad

Por ejemplo, según el Instituto para la Economía Social (Ipes) solo en la capital del país hay registrados 52.764 vendedores informales, de los que se volvieron tendencia en días pasados por la multa de \$883.000 impuesta a un ciudadano que quería comprar una empanada. Estos se concentran en su mayoría en las localidades de Santa Fe (19,36%), Los Mártires (6,55%), el área metropolitana (6,27%) y Chapinero (5,62%).

Durante muchos años esto vendedores informales desarrollaron una gran oportunidad en ampliar en gran variedad muchos productos para la comercialización de los

mismos, analizando sus puestos de trabajo a simple vista se encuentran varias vulneraciones a las normas sanitarias ya que muchos de estos vendedores informales se especializan en comidas y pese a que muchas veces son alimentos son reconocidos por muchas personas del sector, siempre se genera la viabilidad de comprar en un sitio de estos, y recordando que existe el problema mundial covid-19 las medidas deben ser muchísimo mas rigurosas

El Instituto para la Economía Social – IPES – reactivó el Puesto de Mando Unificado (PMU), para la atención de vendedores informales del corredor de la Carrera Séptima que, a la fecha, no han cumplido con las medidas de aislamiento decretadas por el Gobierno Nacional y Distrital, con ocasión de la emergencia sanitaria provocada por el Covid-19.

## **2.1 OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE**

La marca Nueva BG estará desarrollando objetivos sostenible para futuras generaciones ya que al brindar tales servicio como la orientación a una nueva imagen, permitiendo abrir nuevos horizontes de comercialización, generando diferentes oportunidades de crecimiento económico, también crearemos una armonía con la sociedad, libre de cualquier discriminación y de lugares apropiados que no afectes a ninguna de las dos partes, fomentando la importancia de la inocuidad de sus diferente productos y un buen

comportamiento en las calles como lugares determinados para basuras y estaciones de trabajo.

### **2.1.1 Teoría del valor compartido**

Para la marca Nueva BG es una gran oportunidad aplicar la teoría de valor compartido, ya que uno de nuestros grandes objetivos para el 2023 es que la marca sea reconocida y apoyada a nivel distrital, puesto que con nuestros servicios prestados a los vendedores informales obtendrá un pensamiento diferente orientado a tener un avance cultural, tanto de relaciones públicas, económicas, de imagen, de amor propio por la ciudad, algo que la Alcaldía consideraría algo positivo para el desarrollo de la ciudad y que esperamos que más del 80% de los vendedores informales se involucren en este servicio y sea provechoso para una mejor calidad de vida y trabajar libremente sin temor de ser juzgados ni discriminados, algo que a la Alcaldía le parecería importante para el desarrollo de la ciudad.

Con el propósito de ayudar a los vendedores informales que deben dejar de trabajar en las calles por el cuidado de su salud y la de sus familias, durante la cuarentena decretada por el coronavirus, la Alcaldesa Mayor de Bogotá, Claudia López, anunció la entrega de alimentos en sus casas.

Así como se les entregará a los vendedores caracterizados por el Instituto Para la Economía Social-IPES, también los no caracterizados podrán recibir las ayudas del Gobierno Distrital.

### **2.1.2 Tecnologías disruptivas**

Estas tecnologías son muy importantes para la sostenibilidad de cualquier organización y las nuevas mejoras de la compañía ya sea a nivel de producción, proceso, atención a clientes, distribución, etc. Para esto la marca Nueva BG contará con una página web donde se verá reflejado la evidencias de las capacitaciones, comentarios de nuestros clientes y acompañamiento en dudas e inquietudes.

## **3 ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO**

---

De fabricar alimentos y bebidas a crear ideas para nuevas películas y series de Netflix; de producir llantas y textiles a manejar el soporte (vía telefónica) de un sinnúmero de multinacionales; de acuñar monedas para el país a gestionar la mitad de los créditos de Colombia... Estos son solo 3 ejemplos de los cambios que ha sufrido la economía de Bogotá en las últimas décadas. La construcción, el comercio y la banca (sector terciario) siguen siendo los pilares fundamentales de la economía de la ciudad, pero las tendencias

que se están viendo en los últimos años dan cuenta del crecimiento de nuevas actividades como los desarrollos creativos y los servicios compartidos.

Está claro que Bogotá nunca fue industrial o agrícola. Mientras que la industria y la manufactura representaron 26% del PIB de la ciudad entre 2001 y 2010, entre 2011 y 2014 su importancia bajó a 18%. Es un dato que sigue bajando. Diferentes sucesos han llevado a que la industria retroceda en Bogotá: “Entre ellos, el cambio en la política de sustitución de importaciones que llevó a la apertura económica entre 1990 -1994, y la desintegración vertical de los procesos productivos, con lo cual muchas actividades que se consideraban industriales pasaron al sector terciario como oferta de servicios”, concluye el ensayo del Banco de la República Composición de la economía de Bogotá.

### **3.1 SOCIAL**

Entrar en el contexto social de lo que significa la economía informal en Colombia, parte desde el contexto histórico que resalta los resultados de los fluctuantes niveles de desempleo, bajos ingresos, condiciones cada vez más altas que exige el mercado laboral, inestabilidad financiera, dificultad para acceder a los servicios de educación y por si fuera poco problemáticas actuales como el fenómeno de la inmigración de venezolanos y la pandemia por COVID-19.

Es así que según cifras del DANE para julio de 2020 a nivel nacional “La proporción de ocupados informales en las 13 ciudades y áreas metropolitanas fue 46,3% para el trimestre móvil mayo - julio 2020. Para el total de las 23 ciudades y áreas metropolitanas fue 47,0%” (DANE, 2020).

Según Portafolio, Este grupo de negocios surge principalmente en economías en desarrollo como una estrategia supervivencia para personas que, de otra manera, no podrían tener otro medio de ingreso. Según la Organización Internacional del Trabajo, OIT, dos tercios (2/3) de los negocios no registran su origen y operación, y en estos trabajan aproximadamente el 60% de la población laboralmente activa. En Colombia, según el Dane existen 10.5 millones de trabajadores que operan en la informalidad. (Portafolio, 2020).

Lo anterior implica que ante la necesidad de no contar con los medios necesarios para el sustento de un grupo familiar o subsistencia individual, La población afectada se desplaza en mayor proporción a las principales ciudades del país y principalmente a la ciudad de Bogotá, que según datos presentados por el instituto colombiano para la Economía Social-(IPES), existen 39.620 vendedores informales, de estos, 20.227 son

mujeres, mientras que 19.375 son hombres y 18, intersexuales.

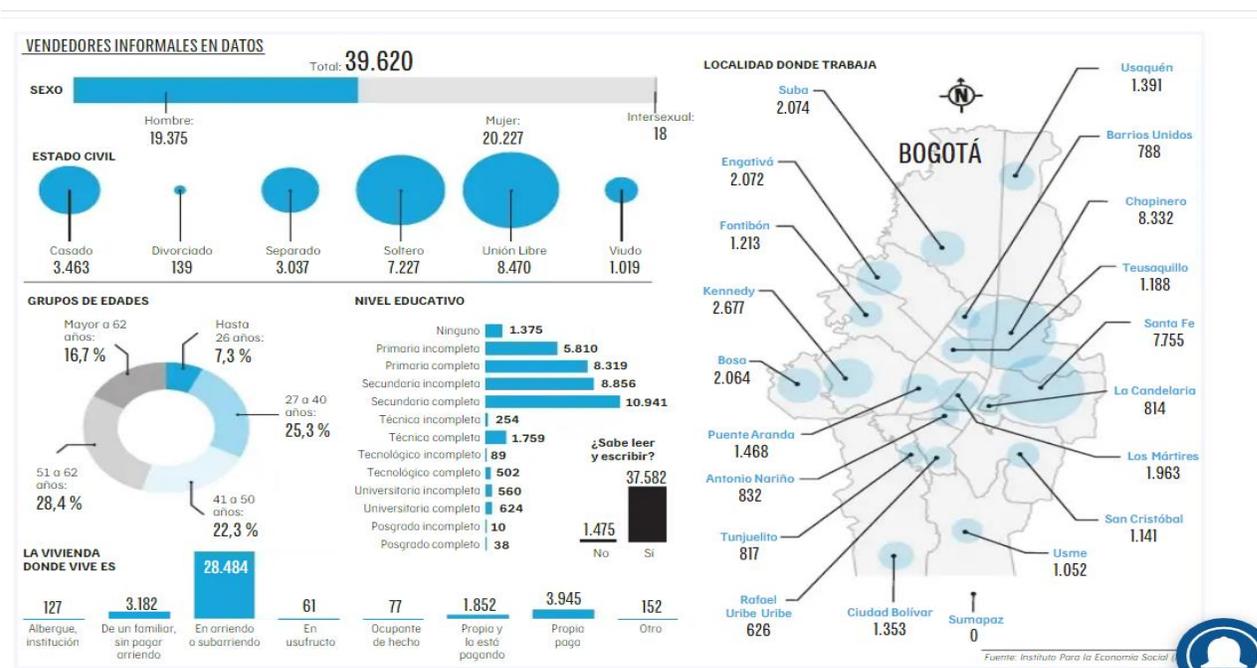


Figura 2 vendedores informales

En la caracterización de esta población es importante afirmar, que la actividad de las ventas informales es la de mayor visibilidad a diferencia de las demás actividades que se encuentran en la economía informal; por cuanto se desarrolla en el espacio público de la ciudad y en la mayoría de los casos, sin autorización alguna, ocupando ilegalmente los bienes de uso público como andenes, vías, parques, plazoletas, entre otros, generando problemas de inseguridad, caos, venta de productos que no cumplen las condiciones de salubridad, contrabando de mercancías, etc., lo que cada vez más ayuda a incrementar la brecha que impide lograr un equilibrio justo de los derechos colectivos al uso, goce y

disfrute del espacio público y los derechos individuales al trabajo de la población afectada por la informalidad.(IPES,2019).

## 3.2 ECONÓMICO



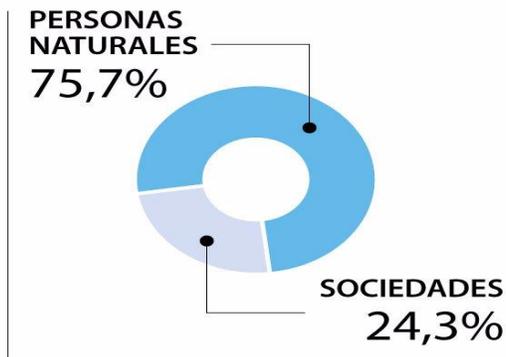
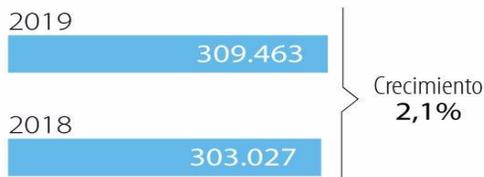
¿Cuál es el sector económico? La marca Nueva BG se encuentra en el sector terciarios de la economía, ya que hace parte de la prestación de servicios a la población

¿Cómo va creciendo el sector en Colombia? La recuperación económica que se vivió el año pasado se vio reflejada en las cifras de creación empresarial. En 2019 se registraron 309.463 compañías nuevas, 2,1% más que en 2018. A nivel general, las empresas del [sector servicios](#) fueron las que más aumentaron sus registros ante las Cámaras de Comercio, pues pasaron de 133.443 nuevas empresas en 2018 a 137.943 en 2019, lo que significó un incremento de 3,4%.

De acuerdo con el último reporte de la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (Confecámaras), el año pasado también se vio un crecimiento en la generación de empresas manufactureras, con 29.414 compañías nuevas, 2% más que en 2018; en el comercio, donde 115.415 empresas entraron al mercado, y en la construcción, donde llegaron 13.751 firmas.

## CREACIÓN DE SOCIEDADES EN 2019

### INFORMACIÓN DE LAS 57 CÁMARAS DE COMERCIO DEL PAÍS



### POR SECTORES

■ 2018 ■ 2019 Variación (%)

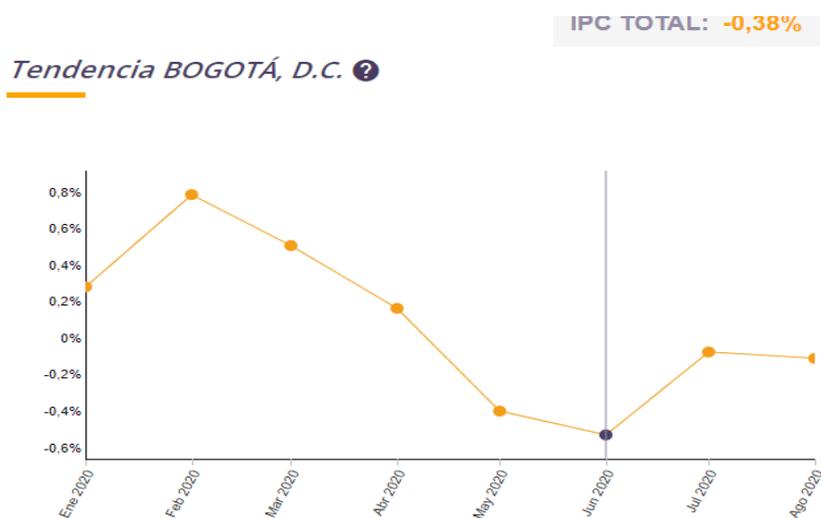
Sector	2018	2019	Variación (%)
Servicios	133.443	137.943	3,4
Comercio	113.751	115.415	1,5
Industria	28.827	29.414	2
Construcción	13.525	13.751	1,7
Resto	7.448	7.059	-5,2
Agricultura	4.865	4.790	-1,5
Extracción	1.168	1.091	-6,6

Fuente: Confecámaras  
Gráfico: LR-ER

Figura 3 creación de sociedades

¿Cuáles son los índices de precios? El índice de precios al consumidor (IPC) mide la evolución del costo promedio de una canasta de bienes y servicios representativa del consumo final de los hogares, expresado en relación con un período base. El dato del IPC, en Colombia, lo calcula mensualmente el [Departamento Administrativo Nacional de Estadística \(DANE\)](#).

La inflación se define como la variación porcentual del IPC entre dos periodos. En particular la inflación anual se mide tomando el IPC de un mes y calculando su variación frente al dato del mismo mes del año anterior.



*Figura 4 IPC*

¿Qué entidades pueden financiar el proyecto? Más de 200 vendedores informales en proceso de formalización y a través de sus respectivas organizaciones crearon sus propios Fondos Rotatorios de Créditos- FRC, con los cuales podrán acceder a financiamiento con fines productivos, así como acompañamiento empresarial y fomentar entre los beneficiarios el ahorro, la solidaridad, la honestidad y la autoayuda, esto gracias a la gestión del Instituto para la Economía Social – IPES en unión con la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico y el operador CDA Forjar.

Con este programa, hoy, Fundación Pandora, Asopoquimbaya y el Mercado de las Pulgas de San Alejo gestionan sus comités de crédito, son autónomos en sus decisiones y se encuentran en un proceso de crecimiento y fortalecimiento empresarial con proyección al futuro que en un mediano plazo les va permitir formalizar sus unidades productivas.

En la actualidad son más de 200 personas que gracias a este proceso tienen posibilidades de acceder a créditos que en el sistema financiero tradicional no tendrían. Además, cuentan con un componente adicional de transferencia de metodología de crédito a sus organizaciones y acompañamiento administrativo y contable por parte de un operador asignado por el Instituto para la Economía Social – IPES. Asopoquimbaya, ubicados en la localidad de Kennedy, es uno de los grupos de vendedores informales que se destaca, ya que por gestión del IPES, desde el año 2008 iniciaron su proceso de ahorro individual y en el 2010 ingresaron al proyecto Fondo Rotatorio de Crédito. Actualmente son los gestores y administradores de los recursos de su fondo, cuentan con capital propio para prestar a sus asociados y tienen acompañamiento permanente para el fortalecimiento administrativo y financiero de la organización.

El IPES promueve este programa ‘FRC-Banca Capital’ entre la población sujeto de atención del Instituto. Esta población corresponde a los estratos socio-económicos 1, 2 y 3

y tienen como requisitos que los potenciales beneficiarios deben estar asociados o tener la voluntad de organizarse y contar con un ahorro o tener la decisión de realizarlo.

La creación de estos FRC permite que estas personas en condición de vulnerabilidad económica y marginados de los servicios financieros, cuenten con alternativa de capital de trabajo para sus unidades productivas.

### **3.2.1 Tecnológico**

En Colombia no existen aun avances tecnología para estos vendedores informales mas sin embargo muchos de estos han adoptado diferentes aplicaciones y canales virtuales para incrementar sus ventas; En medio de la pandemia surgen múltiples iniciativas de emprendimiento social para contrarrestar los efectos negativos del covid-19 y la creación de ‘Mercalocal’ es una de ellas.

Como apoyo para las familias, que viven del día a día, nace Mercalocal. Una plataforma virtual que impulsa el trabajo de los vendedores ambulantes de frutas, verduras y otros alimentos, de los más afectados por la emergencia sanitaria.



*Figura 5 red mercalocal*

### **3.2.2 Ecológico**

Para algunas personas, además de la contaminación ambiental, existe también una especie de “contaminación ambulante”. Esta es causada por los vendedores informales que inundan en desorden las calles de mayor circulación. Para los dueños de los locales comerciales con acceso directo a esas calles, no son nada diferente a eso: contaminación que afea sus fachadas, trae desorden, camufla delincuencia y se aprovecha gratuitamente de un espacio por el que ellos pagan impuestos para poder trabajar.

¿legalización ambiental en las calles de Bogotá?

*Artículo 111. Del código nacional de policía y convivencia, Comportamientos contrarios a la limpieza y recolección de residuos y escombros y malas prácticas habitacionales*

1. Sacar la basura en horarios no autorizados por la empresa prestadora del servicio o en sitio diferente al lugar de residencia o domicilio.
2. No usar los recipientes o demás elementos dispuestos para depositar la basura.
3. Arrojar residuos sólidos y escombros en sitios de uso público, no acordados ni autorizados por autoridad competente.
4. Esparcir, parcial o totalmente, en el espacio público o zonas comunes el contenido de las bolsas y recipientes para la basura, una vez colocados para su recolección.
5. Dejar las basuras esparcidas fuera de sus bolsas o contenedores una vez efectuado el reciclaje.
6. Dificultar de alguna manera, la actividad de barrido y recolección de la basura y escombros, sin perjuicio de la actividad que desarrollan las personas que se dedican al reciclaje.
7. Arrojar basura, llantas, residuos o escombros en el espacio público o en bienes de carácter público o privado.

---

## **4 MARCO LEGAL**

Política Pública de Vendedores ambulantes se constituye en el conjunto de principios, lineamientos, estrategias, mecanismos, programas y proyectos, que orientarán las acciones del Estado, con el fin de disminuir el impacto negativo que trae la ejecución de las políticas públicas de recuperación del espacio público. (Ministerio del trabajo.

Sentencia T-243/19 de 2019 el Estado tiene el deber constitucional de velar tanto por los derechos a la dignidad humana, al trabajo y mínimo vital de los vendedores informales, así como por el interés general, que se concreta en el deber de conservar y preservar el espacio público, pues como lo ha dicho la Corte Constitucional, la resolución de la anterior controversia constitucional no se resuelve a partir de jerarquización de principios, sino, por el contrario, a partir de un ejercicio de armonización y ponderación entre estos dos principios constitucionales. (Ministerio del interior y Ministerio del Trabajo, 2020).

Sentencia T-067/17, 2017 la jurisprudencia constitucional, como se verá más adelante, protege el derecho al mínimo vital de esta población, lo que supone que las autoridades, deberán crear una política de recuperación del espacio público proporcional y razonable, que integre alternativas de reubicación adecuadas.

Sentencia C-834/07, 2007 se refiere al conjunto de políticas públicas orientadas a disminuir la vulnerabilidad y a mejorar la calidad de vida, en especial de los más desprotegidos, para obtener como mínimo los derechos a la salud, la pensión y al trabajo.

Sentencia T-243/19, 2019 la jurisprudencia constitucional ha reconocido que los vendedores informales son un grupo de especial protección, que obedece a que se encuentran en especial vulnerabilidad y debilidad por sus condiciones de pobreza o precariedad económica, por ello deben desplegarse acciones afirmativas.

Permiso Especial de Permanencia (PEP), el cual tiene una vigencia máxima de dos años a partir su expedición, permite acceder a la oferta del Estado en términos de educación y salud, y autoriza a ejercer cualquier actividad económica legal.

Decreto 542 de 2018 la Unidad Nacional de Gestión del Riesgo de Desastres (UNGRD) creó el Registro Administrativo de Migrantes Venezolanos (RAMV) para la caracterización de esta población.

Decreto 117, 2020. Se crea un permiso especial de permanencia como un esfuerzo para disminuir la informalidad laboral y permitir el acceso al trabajo de los venezolanos en situación migratoria irregular en condiciones de aseguramiento.

Ley 9 de 1979 y la Resolución 604 de 1993, se dispusieron las condiciones sanitarias de las ventas de alimentos en la vía pública como lo son la capacitación del manipulador-vendedor, las condiciones del puesto de venta, preparación y servido de alimentos, requisitos en el transporte de estos alimentos, permisos y control; lo que será relevante al momento del ejercicio de la actividad por parte de los vendedores informales.

la Ley 1988 de 2019. Declara la carnetización como un mecanismo para identificación, planeación territorial y para la caracterización de la población vendedora informal.

## 5 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD

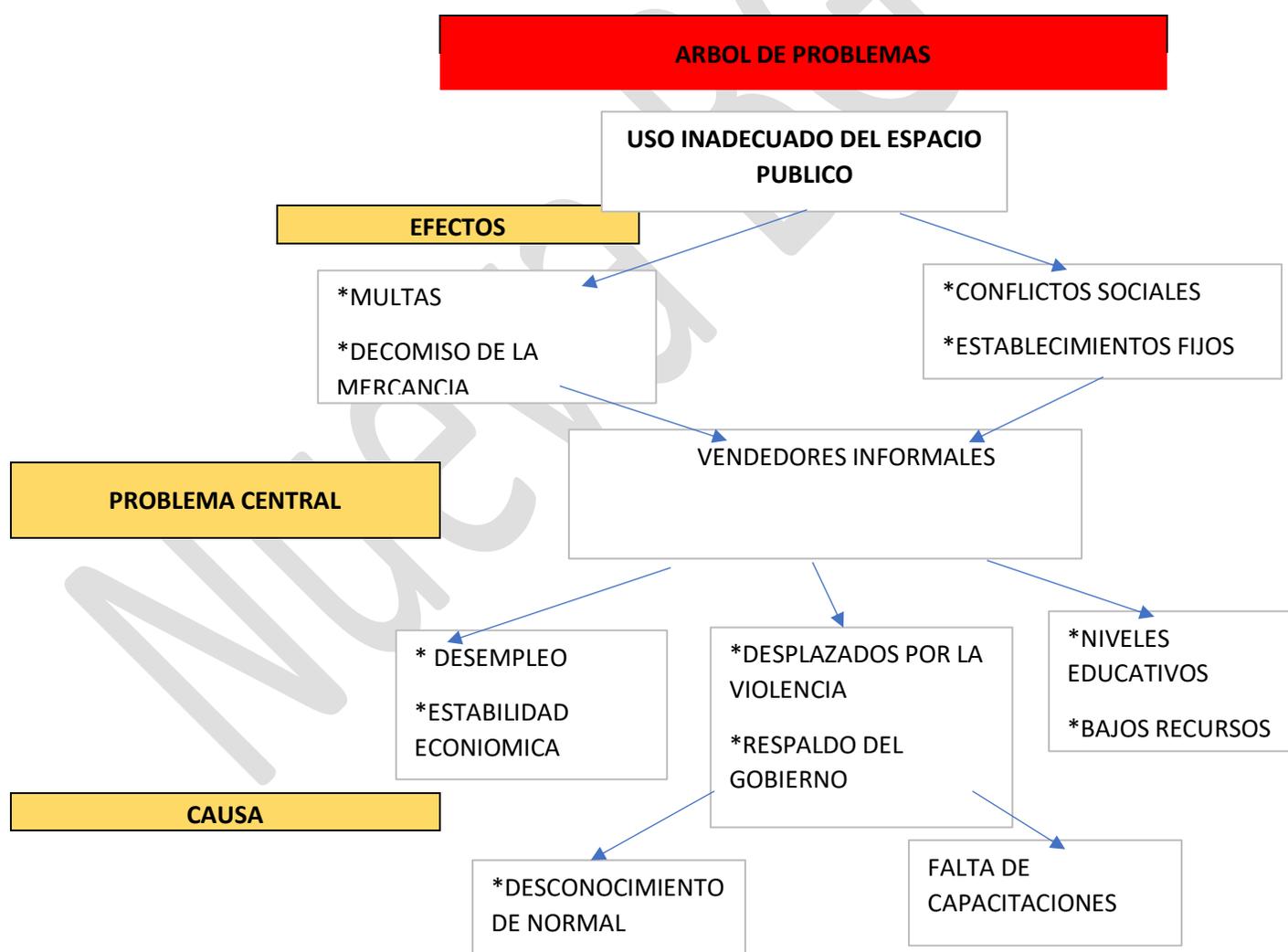


Tabla2Arboldeproblemas

Problema central: *Vendedores informales*

Pregunta problema: *¿los vendedores informales aportan a desarrollo económico de la ciudad?*

## 6 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

---

¿Cuál es el producto o servicio?	Capacitación sobre presentación personal, buen manejo de los productos y normativas
¿Quién es el cliente potencial?	Personas que desarrollan actividades de comercialización informal
¿Cuál es la necesidad?	Aceptación social y de entidades competentes (policía)
¿Como?	Espacios seguros de integración y personal capacitado para la orientación
¿ Por qué lo preferirían?	Demostraremos el interés social y económico para que contribuyan con el desarrollo personal y de la ciudad

*Tabla 3 descripción*

### 6.1 INNOVACIÓN

VARIABLE	DESCRIPCION DE LA INVOCACION
<b>Nueva BG</b>	La marca Nueva BG considera esta idea innovadora ya que podremos aportar a nivel social, cultural, económico y personal, brindando capacitaciones de máximo una hora donde los clientes descubren que hay algo más que vender productos en la calle y podrán incrementar sus ingresos y aceptación social y más apoyo del gobierno.
<b>Mercadeo</b>	Mas de un 90% de estos clientes maneja redes sociales, sería la forma perfecta que impulsen su negocio y le den un valor agregado a su día a día.

<b>Proceso</b>	La posibilidad de hacer las capacitaciones en diferentes lugares de la ciudad ayudara abarcar más mercado e involucrar a cientos de estos vendedores informales.
----------------	--

*Tabla 4 Innovación*

## **7 FUERZA DE LA INDUSTRIA**

---

### **7.1 CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA**

- Nueva BG
- Nuestra marca pertenece al sector terciario de la economía, ya que es una empresa prestadora de servicios directamente relacionada con la venta o alquiler de un servicio en general
- El tamaño de la marca Nueva BG con trabajadores hasta de 10 personas es catalogada como microempresa

#### **7.1.1 Análisis de la demanda**

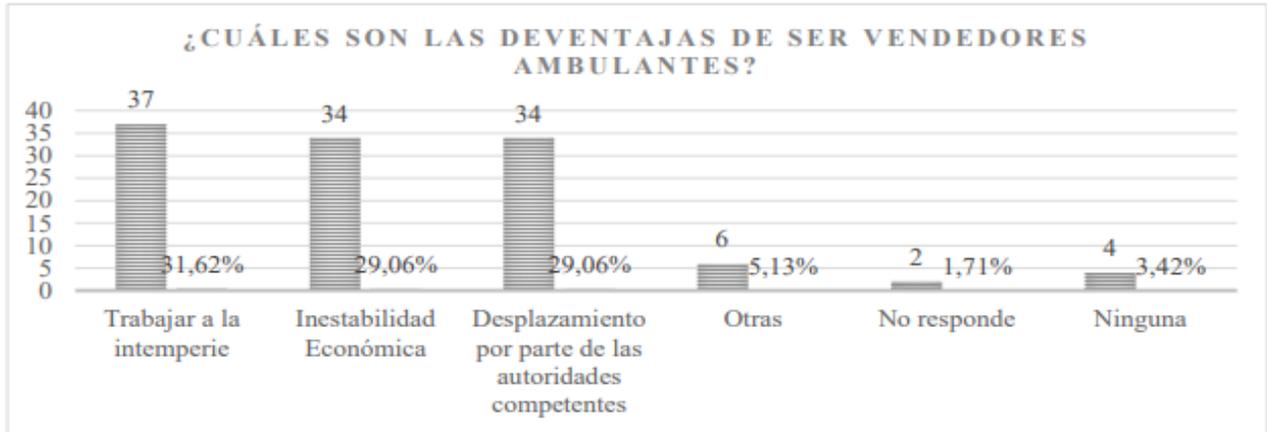
Determinando los posibles clientes obtenemos información sobre su personalidad y diferentes costumbres y necesidades por la cuales ejercen la labor de vendedores informales; varias de estas personas no tienen un trabajo estable o su situación económica no es estable, estas personas tienen una fuerte iniciativa por mostrar sus productos y encuentran las formas de ubicar sus productos en un espacio muy limitado y de fácil

transporte, muchas de estas viven en lugares arrendados o muchas veces en hogares de una sola noche esto dificulta su posición en el mercado y tienden a tomar actitudes de rechazo y conflicto con la sociedad y la autoridad competente (policía)

Tomaremos un ejemplo de vendedor informal de un monto mensual sobre la cuota de mercado que puede ganar un vendedor que use el sistema masivo de transporte en Bogotá puede llegar a 780 mil pesos, en promedio. Sin embargo, Arney Ramírez, que se dedica a las ventas informales en los articulados dice haber llegado a ganar hasta 2,4 millones de pesos en su labor, Esta cantidad puedes llegar a ser sorprendente para personal que tienen un trabajo estable y con una titulación universitaria.

Descripción. En esta gráfica se observa que 39 personas siendo el 33,33% de la muestra, piensa que una de las ventajas de ser vendedor ambulante, es no tener horario establecido; mientras que 23 personas siendo el 19,66% refiere es una ventaja ser su propio jefe, a diferencia de 20 personas que equivalen al 17,09% que responden que la ventaja es la independencia; así mismo, 11 personas siendo el 9,40% refieren que es por la oportunidad de trabajar, igualmente 9 personas siendo el 7,69% expresan que es sacar más del mínimo y 6 personas siendo el 5,13% dicen que no hay ninguna ventaja, por otro lado 5 personas que equivalen al 4,27% manifiestan que es por no pagar impuesto y 4 personas siendo el 3,42% no responde cual es la ventaja de ser vendedor.

Fuente. Autores del documento



*Grafica 1 desventajas vendedores informales*

### 7.1.2 Análisis de la oferta

Durante la investigación encontramos organizaciones y programas del estado que apoyan a estos vendedores informales, ya sean económicamente y dándoles espacios fijos para que sus diferentes productos sean comercializados

Asociación de vendedores informales manuela Beltrán	CALLE 70 D SUR 80 I 34 BOSA NARANJOS, BOGOTA	ENTIDAD SIN ANIMO DE LUCRO	Comercio al por menor de otros productos en puestos de venta móviles	3014102666
COOPERATIVA DE SERVICIOS MULTIPLES DE	CALLE 100 19 61, BOGOTA	ORGANIZACION DE ECONOMIA SOLIDARIA	Comercio al por menor de otros productos en	No disponible

VENEDORES			puestos de venta	
DEL CARIBE			móviles	

*Tabla 5 Entidades*

Mas sin embargo no ofrecen una capacitación ni apoyo para que su imagen sea más favorable y amigable con la sociedad y autoridades competentes, por lo tanto, seremos una marca pionera en la orientación para estos vendedores.

### 7.1.2.1 Análisis de Los Proveedores

Elementos	Lugar	Proveedor	Criterios
Orientación psicológica	Bogotá	Sandra Márquez	Profesional en psicología.
Salones	Bogotá	Salón comunal	Son espacios no tan costosos para su alquiler y caben mínimo 50 personas.
Equipos de sonido	Bogotá	Fantasy world	Empresa en la cual tuve una experiencia laboral y tienen suficientes elementos para la elaboración de las capacitaciones.
Equipos audiovisuales	Bogotá	Andrés Guzmán	Alquiles de equipo audiovisuales

*Tabla 6 proveedores*



	3) Presentación personal
	4) Conocimiento de las normas

Tabla 7 segmentación de mercado

## 9 PROPUESTA DE VALOR

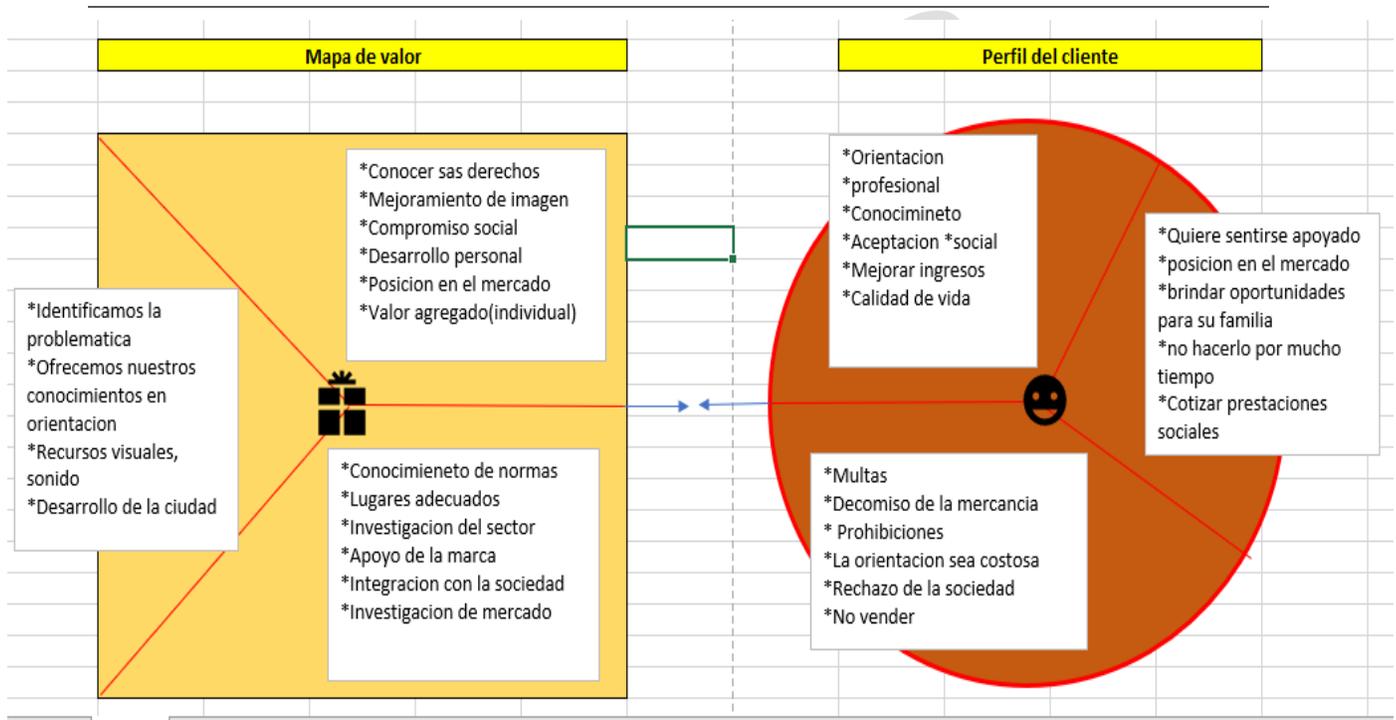


Tabla 8 Propuesta De Valor

## 9.1 FICHA TÉCNICA

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO / SERVICIO	
	Nueva BG
	Orientación para el mejoramiento de imagen y presentación de los productos basándonos en las normas ya existentes
	Conferencias en determinados lugares de Bogotá
	Canales de información: Redes sociales, divulgación en puestos informales
	conservación del servicio asistencia de los diferentes vendedores informales
	Nuestra garantía se basara en resultados personales
	Ofreceremos adicionalmente un acompañamiento 1 vez por semana
	Brochure

**NUEVA BG**  
mejora tu imagen 

**MICHAEL PINZON**  
tel. 3185172903



**MEJORA TU IMAGEN**

Logra buenas expectativas a la sociedad y que no te discriminen por tu aspecto y por el mal uso de tus productos

**NORMAS**

CONOCE LAS NORMATIVAS: EVITARAS DECOMISOS, MULTAS Y RIÑAS CALLEJERAS

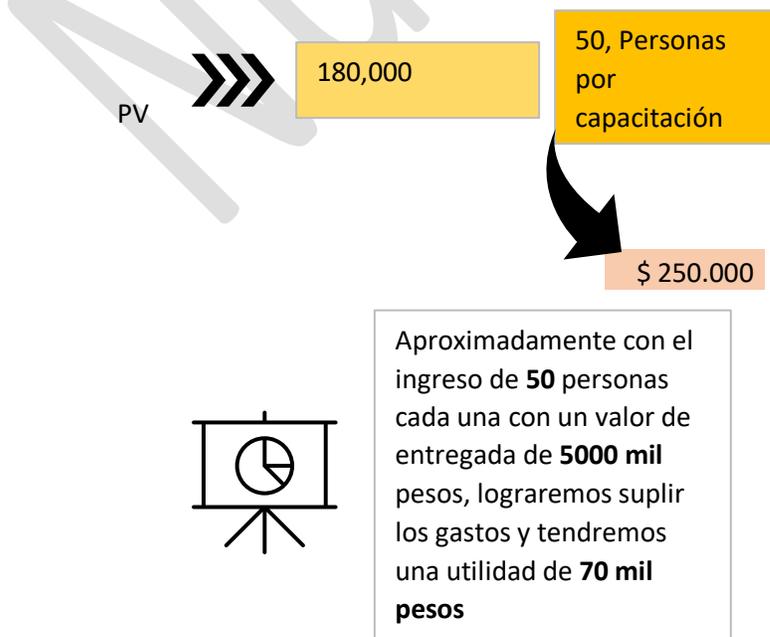
figura 6 ficha

### 9.1.1 Ciclo de vida

Nuestro producto se encuentra en el ciclo de vida de introducción ya que por primera vez se va a ingresar al mercado y puede ser una etapa llena de incertidumbre y oportunidades de mejora; para esto tendremos en cuenta definir la investigación de mercado y reaccionar lo antes posible a cualquier novedad u orientación la cual se desvíe el producto a los objetivos ya planteados.

### 9.1.2 Precio de venta

COSTOS DE PRODUCCION x Hora	TOTAL
Capacitación MICHAEL PINZON	\$ 0
Capacitación invitada	\$ 50.000
Salones x 4 HORAS	\$ 40.000
Sonido X 4 HORAS	\$ 40.000
Visual X 4 HORAS	\$ 50.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 180.000</b>



## 10 PROTOTIPO



Figura 7 storyboard

## 10.1 MODELO RUNNING LEAN

The Business Model Canvas		Diseñado para:	Diseñado por:	Fecha:	Ver
		Nueva BG	Michael pinzon	07/11/2020	1
<b>Socios clave</b> Con el acompañamiento de diferentes socios que ayudaran en la implementación de esta idea de negocio evaluamos las disposiciones de sus materiales, conocimiento en sus diferentes ramas, precios bajos, calidad del servicio y encontrara la oportunidad de seguir creciendo ya que todos estamos iniciando por el camino de una idea de -----	<b>Actividades clave</b> El reconocer las necesidades de nuestros clientes sera fundamental en nuestras actividades ya que muchas de estas personas presentan dificultades economicas y que han sido rechazadas socialmente; La forma de como interactuar sera la manera clave para que ellos acepten comprar nuestros servicios.	<b>Propuestas de valor</b> La marca Nueva BG propone a sus clientes la oportunidad de familiarizarse con su entorno con las posibilidades de mejora de sus establecimientos informales, ya que su mayor problemática es que no son aceptados ante la sociedad, las autoridades competentes y no tienen un lugar dentro la economia.	<b>Relación con clientes</b> Lograr conocer sus necesidades reales así llevar una constante comunicación y evaluación de sus progresos y lograr cambios significativos para que estos puedan divulgar con el servicio que se esta prestando.	<b>Segmentos de clientes</b> La marca Nueva BG se enfocara en los vendedores informales ya que no hay una compañía, ni orientaciones que ayuden a estas personas. Así que seremos pioneros en brindar este servicio y el primero en cobrar por estar asesorias	
	<b>Recursos clave</b> Nuestros recursos estaran ligados a nivel intelectual con orientación psicologica, alquileres de salones comunitarios para que sea de facil acceso a los clientes por ubicación, dentro de estos se encontrara equipos de sonido, sillas, equipos audiovisuales para que sea de mayor agrado.		<b>Canales</b> Inicialmente optaremos por ingresar a las redes sociales, teniendo aun poco acercamiento a estos clientes, pero el mayor canal sera en de pasar la voz ya que con la experiencia de los primeros clientes, se podra abarcar otros sectores y llegar a ser escuchados por el gobierno obteniendo un apoyo.		
<b>Estructura de costos</b> COSTOS DE PRODUCCION x HoraTOTAL Capacitación MICHAEL PINZON\$ 0 Capacitación invitada\$ 50.000 Salones x 4 HORAS\$ 40.000 Sonido X 4 HORAS\$ 40.000 Visual X 4 HORAS\$ 50.000		<b>Fuente de ingresos</b> El valor que cada persona deberia cancelar por obtener nuestro servicio es de 500o mil pesos x HORA, estimulado por capacitacion de 40 a 50 personas.			

Tabla 8 Modelo

## 11 VALIDACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIOS

### 11.1 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

- Identificar las oportunidades de mejora para que estos vendedores informales, tengan una aceptación social, cultural enfocados directamente en lograr el apoyo del estado.

- Brindar capacitación orientadas con la forma de empleo, trato hacia los clientes, presentación personas y varios temas que ayudaran a formalizarse.
- Lograr un acercamiento con nuestros futuros clientes, creando una confianza en cuanto sus dificultades y así evaluando el proceso de sus actividades.

### 11.1.1 Tipo de investigación.

Para esto optaremos por la recolección de datos mediante la investigación de mercados cuantitativa ya que nos permite el manejo numérico de la información, a través de una muestra representativa, a fin de proyectar los resultados, apoyándonos mediante (Entrevista por correo (postal y electrónico) (Entrevista por teléfono).

### 11.1.2 Formulario de encuesta

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdAx3Z95zZk7NMFs9E4UldlbRaAQcYwk6fmB1g1hkZDbGww1w/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdAx3Z95zZk7NMFs9E4UldlbRaAQcYwk6fmB1g1hkZDbGww1w/viewform?usp=sf_link)

### 11.1.3 Tamaño de la muestra



Asesoría Económica & Marketing  
Copyright 2009

### Calculadora de Muestras

Margen de error:

10% ▼

Nivel de confianza:

99% ▼

Tamaño de Poblacion:

273396

Calcular

**Margen: 10%**

**Nivel de confianza: 99%**

**Poblacion: 273396**

**Tamaño de muestra: 166**

### Figura 7 ecuación

En esta calculadora, logramos identificar el tamaño de la muestra para así evidenciar cuantas personas debemos implementarles nuestra forma de recolección de datos, nos informa que debemos tener en cuenta un margen del 10 %, un nivel de confianza de aproximado el 99% sobre una población determinada gracias a nuestra segmentación de mercados en este caso nos enfocaremos en la cantidad de población de la localidad Barrios unidos.

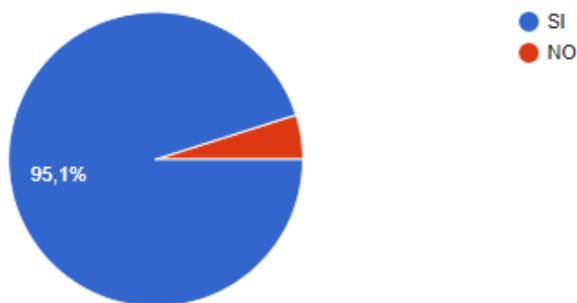
## 12 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

---

### Pregunta 1

¿Conoce que es un vendedor informal?

82 respuestas

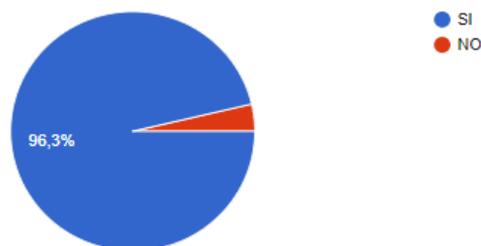


En Colombia se conocen muchos términos para estas personas, logramos identificar que se usan nombre como: Vendedores ambulantes, vendedores de la calle; vendedores inusuales entre otros, pero el mas del 95% de las personas encuestadas relaciono conocerlas como vendedores informales.

### Pregunta 2

¿Dentro de su entorno identifica un vendedor informal?

82 respuestas



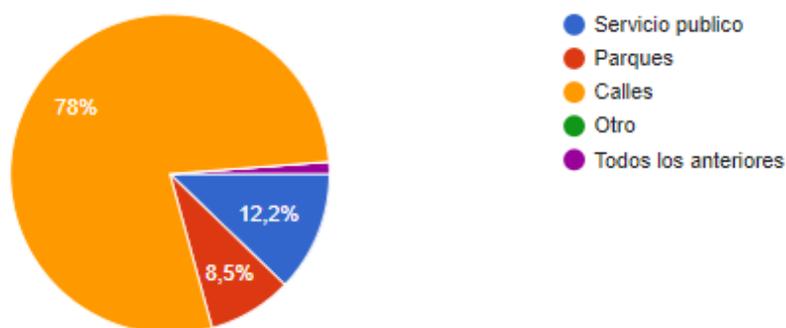
Con esta segunda pregunta determinamos que el mas del 96% logra identificar a un vendedor informal y hace una selección de qué tipo de productos ofrecen y que tipo de productos definitivamente no comprarían.

### Pregunta 3

DdD

¿En que lugares se evidencia mayor frecuencia de vendedores informales?

82 respuestas

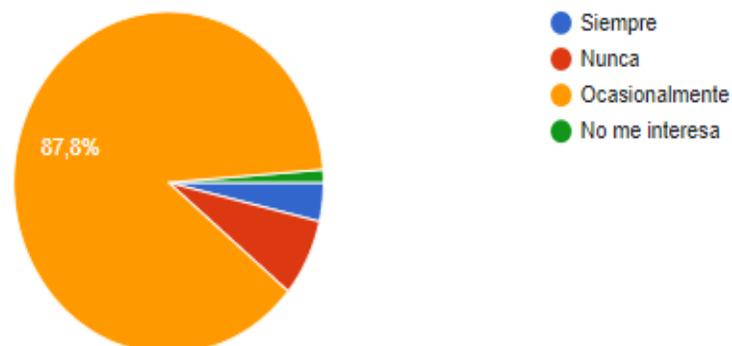


Dentro de este sector el cual ofrece diferentes lugares para que estos vendedores informales realicen sus actividades, las personas encuestadas identificaron lugares específicos como parques y servicios públicos, pero en el cual se evidencia mayor frecuencia de estos vendedores son las calles, bajo esta información encontramos que muchos de estos vendedores han cambiado sus métodos de ofrecer sus productos logrando abarcar más lugares.

### Pregunta 4

¿Con que frecuencia usted le compra a estos vendedores informales?

82 respuestas

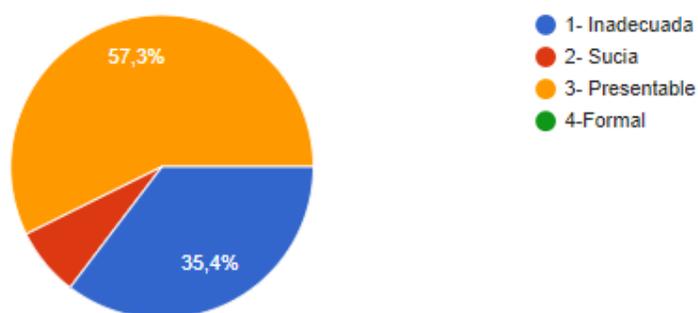


Basándonos en esta pregunta un 1% no le interesa estos vendedores informales logrando identificar que más del 87% de los encuestados alguna vez requirió comprar a estas personas, pero se nos genera la duda por qué no lo hacen más seguido o por que definitivamente nunca comprar en estos lugares.

### Pregunta 5

Califique la presentación personal de estos vendedores informales

82 respuestas

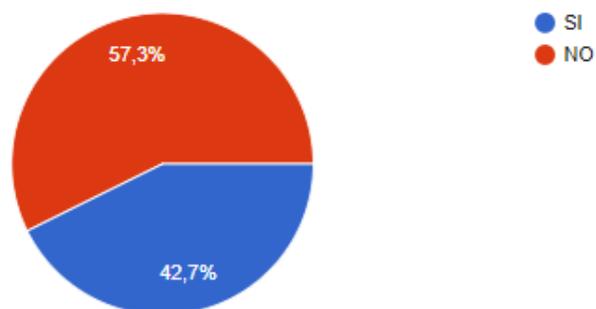


Las personas encuestadas dentro de su entorno establecen una per-sección de estos vendedores informales, al encontrar que un 35% no ofrece una presentación adecuada de sus productos y presentación personal y puede llegar a influir en las ventas y reputación de todo el gremio.

### Pregunta 6

ha estado en presencia de conflictos entre vendedores informales y autoridades competentes (policia)

82 respuestas

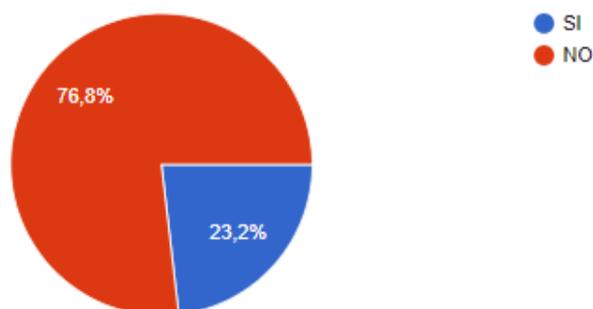


Las personas encuestadas identifican que dentro el sector existen diferentes conflictos entre vendedores informales y en su defecto lo han presenciado, y nos genera la duda de por que son estos conflictos, un 42% ha escuchado por rumores de la comunidad o por redes sociales que existen conflictos, mas sin embargo tampoco tienen muy puntal cuales son los motivos.

### Pregunta 7

¿Sabe de algún lugar donde estos vendedores informales puedan trabajar sin restricción?

82 respuestas

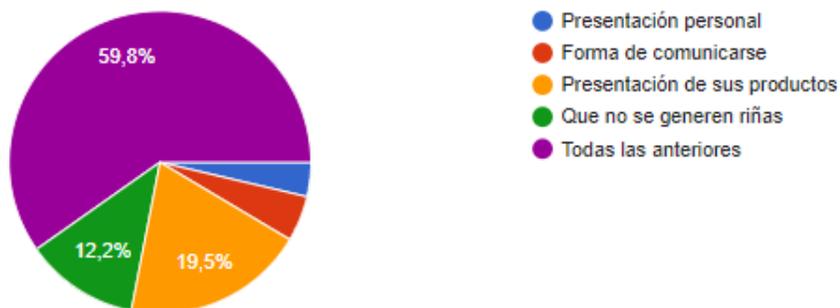


Se identifica que conocen lugares donde se pueden hacer las actividades para estos vendedores informales sin restricción alguna y un 23% no lo conoce, llegando a una conclusión las personas que conocen estos lugares los frecuentan o definitivamente están lejos de sus lugares de trabajo o vivienda.

### Pregunta 8

¿Qué le gustaría mejorar de estos vendedores informales?

82 respuestas



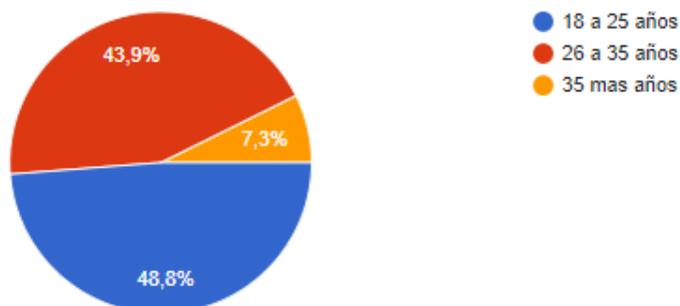
Dentro de la expectativa que se tiene para comprar dicho producto encontramos que muchos de estos vendedores informales necesitan mejorar en todo sentido, presentación

personal, forma de comunicarse, presentación de sus productos y que por supuestos eliminar las riñas diarias, encontramos la oportunidad de mejorar estos conceptos implementando la iniciativa Nueva BG.

### Pregunta 9

Edad

82 respuestas



Es claro que las edades encuestadas están entre los 18 a 25 años, logrando identificar que estas edades nos son invisibles y conocen sobre el fenómeno de vendedores informales y ya que por investigaciones previa percibimos que los vendedores informales son por lo general mayores de 30 años.

## 13 BIBLIOGRAFÍA

DANE. (2004). Obtenido de <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/indice-precios-consumidor-ipc>

*Dinero*. (13 de septiembre de 2020). Obtenido de <https://www.dinero.com/edicion-impresa/pais/articulo/cual-sector-es-mas-importante-para-bogota-servicios-o-industria/261911>

EMPRESITI. (16 de 06 de 2020). *EL ECONOMISTA*. Obtenido de <https://empresite.economistaamerica.co/COOPERATIVA-SERVICIOS-MULTIPLES-VENEDORES-CARIBE.html>

Extra.com.co. (27 de mayo de 2020). En Bogotá socializan medidas sanitarias con vendedores informales de la Carrera Séptima.

IPC. (junio de 2020). colombio.

marketing, A. e. (16 de 11 de 2020). *calaculadora de muestras*. Obtenido de [https://www.corporacionaem.com/tools/calc\\_muestras.php](https://www.corporacionaem.com/tools/calc_muestras.php)

nacional, P. (2016). *codigo policia nacional*. Obtenido de <https://www.policia.gov.co/sites/default/files/ley-1801-codigo-nacional-policia-convivencia.pdf>

PINZÓN, L. X. (11 de 2020). *Caracteristica vendedores informales*. Obtenido de [https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/17775/1/2020\\_vendedores\\_ambulantes.pdf](https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/17775/1/2020_vendedores_ambulantes.pdf)

policia, l. c. (s.f.).

publico, p. (5 de 01 de 2011). *periodismo publico*. Obtenido de <https://periodismopublico.com/vendedores-informales-crean-fondo>

PULZO. (21 de 06 de 2016). *PULZO*. Obtenido de <https://www.pulzo.com/economia/los-millones-que-puede-hacerse-un-vendedor-ambulante-de-transmilenio-PP71412>

R, l. r. (19 de febrero de 2019). *la republica*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/economia/estos-son-los-efectos-que-tiene-la-informalidad-en-la-economia-local-2829576>

Semana. (11 de octubre de 2011). *¿Contaminación ambulante?* Obtenido de <https://www.semana.com/opinion/articulo/contaminacion-ambulante/248125-3/>

tiempo, E. (2 de mayo de 2020). *En Bogotá habría 39.620 vendedores informales, según informe del Ipes*.