

ESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS DE LA EMPRESA “GESTORES
INTEGRALES PARA EL DESARROLLO HUMANO S.A.S.

Trabajo como requisito para optar el título de Especialista en Gestión Empresarial.

Diana Carolina Hurtado Suárez

Diana del Pilar Romero

Politécnico Gran Colombiano

Especialización en Gestión Empresarial.

Opción de Grado

2017

ESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS DE LA EMPRESA “GESTORES
INTEGRALES PARA EL DESARROLLO HUMANO S.A.S.

Trabajo como requisito para optar el título de Especialista en Gestión Empresarial.

Presentado por

Diana Carolina Hurtado Suárez

Diana del Pilar Romero

Asesorado por

Ph.D Jhon Restrepo Aguirre

Politécnico Gran Colombiano

Especialización en Gestión Empresarial.

Opción de Grado

2017

Contenido

1. GENERALIDADES	5
1.1 Introducción	5
1.2 Antecedentes	6
1.3 Descripción del Problema	7
1.4 Objetivos	8
1.4.1 Objetivo General:.....	8
1.4.2 Objetivos Específicos:.....	8
1.5 Diseño Metodológico.....	9
2. Conceptualización Teórica.....	10
2.1 Las relaciones humanas, una aproximación al entorno laboral:	11
2.2 Planes de Negocio:.....	12
2.2.3 Plan de Negocio bajo el Modelo Canvas:	13
3. Contextualización de la Institución.....	15
3.1 Cultura institucional:.....	15
3.3 Valores Corporativos:	15
3.3 Filosofía Institucional:.....	16
3.4 Localización:.....	17
3.5 Analisis del sector:	17
3.6 Analisis Dofa	18
3.7 Encuesta realizada.....	19
4. Plan de Negocios.....	26
4.1 Segmento del Mercado:	26
4.3 Características de la localidad.....	27
4.2 Propuesta de Valor	28
4.3 Canales.....	29
4.4 Relación con los Clientes.....	30
4.5 Fuentes de Ingresos.....	30
4.5.1 Estrategias en el precio	31
4.5.2 Políticas de cartera	31
4.6 Recursos y actividades Claves	31
.....	32

4.8 Alianzas Claves.....	32
4.9 Estructura de costos	33
4.9. 1 COSTOS DE FUNCIONAMIENTO DEL NEGOCIO:	34
5. Conclusiones y recomendaciones	35
5.1 Conclusiones.....	35
5.2 Recomendaciones	35
Bibliografía.....	37

Tabla de Figuras y Tablas

Figura 1 Esquema Modelo Canvas	14
Figura 2 Valores Institucionales	16
Figura 3 Análisis Dofa.....	18
Figura 4 modelo de Servicios	28
Figura 5 Actividades Claves.....	31
Figura 6 Cuadro 4 Inversión fija	33
Figura 7 Inversión en activos fijos área operativa	33
Figura 8 Muebles y Enseres operativa	34

1. GENERALIDADES

1.1 Introducción

Gestores Integrales para el desarrollo humano S.A.S, es una empresa que se creó a partir de la experiencia y desarrollo profesional de sus promotoras buscando fortalecer las competencias interpersonales de sus clientes; teniendo en cuenta que la empresa actualmente cuenta con su registro mercantil activo pero que no ha logrado posicionarse en el mercado; surge la necesidad de crear un plan de negocios enfocado a la naturaleza y características de la empresa buscando el logro de las metas y propósitos de la empresa, así como de su reconocimiento en el sector.

Para elaborar y establecer el plan de negocios, se implementó una metodología cualitativa de tipo fundamentada, donde la obtención de información se realizó a través de notas de campo descriptivas, encuestas y categorización de variables identificadas a partir de los resultados, a partir de los antecedentes históricos de la organización (como nació, cuál es su naturaleza, cuánto tiempo lleva en el mercado, estructura organizacional y financiera), del reconocimiento de la filosofía organizacional, sus valores, principios y objetivos y desde luego, los servicios ofrecidos por la empresa y sus estrategias proyectadas aplicadas al modelo Canvas los cuales se plasman de manera específica en el presente documento.

1.2 Antecedentes

La empresa Gestores Integrales para el desarrollo Humano S.A.S, fue constituida legalmente en octubre de 2015 y a la fecha, solo cuenta con una idea de negocios utilizada para el fundamento y consolidación de la misma; teniendo en cuenta que es una empresa de servicios y que pretende brindar un portafolio enfocado en asesoría, acompañamiento y capacitación fundamentado en el desarrollo integral humano y en el entrenamiento laboral con énfasis psicosocial, se hace necesario establecer un modelo estratégico de negocios que contribuya a la sostenibilidad de la empresa y al crecimiento y expansión de la misma.

Actualmente, el ambiente en el que se mueve el ser humano, exige no solo un desarrollo intelectual sino también un desarrollo integral enfocado directamente en el manejo de las relaciones interpersonales; de esto también se puede decir que en el ámbito empresarial y económico se necesita mantener un adecuado y equilibrado concepto de si mismo para inquietar al grupo y fortalecer así el talento humano en la empresa.

Por otra parte, el auto concepto y el manejo de relaciones es un factor que afecta la vida de las personas en todas sus dimensiones y aunque ocasionalmente se tiene acceso a actividades que permitan el crecimiento personal, todas las personas que mantienen un ritmo de vida entre estudio, familia, trabajo y amigos, anhela mejorar su calidad de vida y sus relaciones.

Con los conocimientos adquiridos a través de la formación profesional en la especialización de Gestión empresarial, se pudo observar que la empresa Gestores Integrales presenta falencias en cuanto al desarrollo de estrategias efectivas para la formulación adecuada de los servicios implícitos en el portafolio.

Es por ello que nace la idea de formular y establecer un plan de negocios eficaz que facilite a la institución ofertar sus servicios y posicionarse en el entorno laboral como lo visualizan sus creadoras. Es importante mencionar, que, con este propósito, Gestores Integrales para el Desarrollo Humano busca desarrollar tres aspectos fundamentales como son: La educación, el aprendizaje y la educación empresarial.

- **Educación:** Tiene como fin brindar conocimientos y aportar en el desarrollo intelectual de las personas con una visión futurista y emprendedora en pro de fortalecer sus capacidades, habilidades y destrezas.
- **Aprendizaje:** Generar inquietudes en cuanto a la búsqueda del crecimiento intelectual, personal y espiritual para quienes adquieran los servicios ofrecidos por Gestores Integrales para el Desarrollo Humano.
- **Adiestramiento:** Siendo parte importante del proceso educativo y profesional de las personas, busca ofrecer herramientas básicas y fundamentales en cuanto a la promoción y desarrollo de las habilidades sociales, gerenciales y fortalecimiento de inteligencias intrapersonales e interpersonal con enfoque en persuasión y toma de decisiones.

1.3 Descripción del Problema

La Empresa Gestores Integrales para el Desarrollo Humano S.A.S fue creada y registrada ante la cámara de comercio en el año 2015 pero no ha logrado enfocar su plan estratégico de negocios lo que impide el crecimiento desarrollo y expansión de la institución tal y como lo plantea la Cámara de Comercio de Bogotá “En el modelo de negocio se define la estructura de cómo una empresa crea, captura y entrega valor. Es una herramienta necesaria para definir

actividades y estrategias que le permitirán a la empresa su desarrollo futuro y competir acertadamente en el mercado”. Cámara de comercio de Bogota 2016

Tomando como base este referente y aplicando los conocimientos adquiridos durante la especialización en Gestión Empresarial; se evidencia que para llevar a un nuevo nivel a la empresa Gestores Integrales principalmente al posicionamiento en el mercado, es necesario implementar un plan de negocios acorde a su naturaleza y que cumpla la expectativas y requerimientos de la misma.

Adicional a lo anterior, se encuentra que las creadoras de la empresa no poseen los conocimientos requeridos para la proposición de un modelo de negocios eficaz puesto que su experiencia y desarrollo profesional están orientados al ejercicio principal de la empresa más no a los procesos administrativos.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General:

Estructurar un plan de negocios para la empresa GESTORES INTEGRALES PARA EL DESARROLLO HUMANO S,A,S de acuerdo a las características y naturaleza de la entidad.

1.4.2 Objetivos Específicos:

- Identificar la naturaleza y características propias de la empresa con el fin de orientar el plan de negocios apropiado.
- Caracterizar los distintos servicios ofrecidos por la empresa para determinar la población a impactar.
- Analizar los factores internos y externos de la institución que favorecen o limitan el desarrollo de la misma.
- Valorar el estado financiero de la institución con el fin de identificar la viabilidad del negocio.
- Generar estrategias para la promoción y ofrecimiento de servicios a través de la estructuración del plan de negocios

1.5 Diseño Metodológico

Para la elaboración y constitución del plan de negocios se implementó una metodología cualitativa de tipo fundamentada de acuerdo a lo propuesto por Creswell citado por Sampieri donde alude que el tipo fundamentada favorece la comprensión del problema estudiado de una manera práctica y sensibilizándose hacia el contexto durante el proceso; para la obtención de información, se utilizaron de notas de campo descriptivas, encuestas y categorización de variables identificadas a partir de la interpretación y análisis de los resultados, a partir de los antecedentes históricos de la organización (como nació, cuál es su naturaleza, cuánto tiempo lleva en el mercado, estructura organizacional y financiera), del reconocimiento de la filosofía

organizacional, sus valores, principios y objetivos y desde luego, los servicios ofrecidos por la empresa y sus estrategias proyectada.

El proceso de elaboración del Proyecto se realizó en 5 Fases así:

- ***Fase 1 Contextualización de la institución:*** en esta etapa del proceso, se realizó la toma de notas descriptivas, donde se contextualizó de manera detallada la empresa (su historia, naturaleza, características, filosofía, etc).
- ***Fase 2 Análisis del entorno:*** Una vez caracterizada la empresa, se realizó un análisis DOFA de la institución y un análisis del entorno en pro de identificar y reconocer las estrategias ofrecidas por instituciones similares (competencia) en el sector donde se encuentra la empresa.
- ***Fase 3 Diseño y Aplicación de encuestas:*** las encuestas diseñadas y aplicadas se realizaron con la intención de determinar la viabilidad de la empresa en cuanto a los servicios ofrecidos.
- ***Fase 4 Descripción de los servicios y análisis de costos:*** en esta etapa del proceso, se plantean los diferentes tipos de servicio que ofrece la entidad y se realiza la respectiva proyección económica de la misma.
- ***Fase 5 Análisis de resultados y elaboración de propuesta:*** En esta fase, se diseña el plan de negocios a partir del modelo Canva

2. Conceptualización Teórica

2.1 Las relaciones humanas, una aproximación al entorno laboral:

El tema de las relaciones humanas se viene trabajando desde mucho tiempo atrás pero ha sido enfocado en la práctica del mejoramiento del talento humano en las organizaciones; es por ello, que resulta pertinente y de gran importancia contextualizar para este plan de negocios lo que se denomina "movimiento de las relaciones humanas" y las bases científicas sobre las que se fundamenta.

Los estudios de la Escuela de Relaciones Humanas están orientados o de cierta manera enfocados en las estrategias empleadas por los líderes de las organizaciones para lograr que sus colaboradores logren resultados eficaces; dicho de otra manera se pretende de alguna manera que a través de las Relaciones Humanas en el entorno laboral, los llamados niveles superiores se comporten de una manera sincrónica hacia los niveles inferiores o a su cargo, logrando la efectividad de los procesos. Katz y Khan 1970 expresan frente a las Relaciones Humanas que: “se requieren tres niveles de conducta para lograr niveles elevados de efectividad organizacional: la gente debe unirse a la organización y permanecer en ella; ha de desempeñar de manera confiable los papeles que se le asigne; ha de dedicarse, de vez en vez, a una actividad innovadora y de cooperación no incluida en el papel, pero que esté al servicio de los objetivos organizacionales” citado por Guevara, E (2004).

Partiendo del postulado anterior, se puede decir que para las ciencias administrativas principalmente aquellas áreas que manejan personal; se hace relevante involucrar aspectos básicos de las ciencias sociales y humanas como con la psicología, teniendo en cuenta que la psicología en sí misma cuenta con diversos enfoques; para efectos del desarrollo del plan de

negocios de la empresa Gestores Integrales para el desarrollo Humano S.A.S, se tomará como fundamento el enfoque humanístico el cual se introduce en las teorías de las relaciones humanas aproximadamente hacia la época de 1930 donde el impulso de la llamada psicología del trabajo comienza a inquietarse por elementos fundamentales que van más allá de la adaptación al entorno laboral e involucran de manera directa las emociones y comportamientos de los miembros de la organización.

A partir de lo anterior, se puede decir que para las ciencias administrativas que están enfocadas en el desarrollo del personal, la calidad de vida de sus empleados juega un papel importante; es por esto, que, para el desarrollo e implementación del plan de negocios, se hará énfasis en la formación y el desarrollo humano empresarial desde la capacitación del personal.

2.2 Planes de Negocio:

En un estudio realizado por la Universidad de Pereira, se encuentra planteado que los Planes de Negocios facilitan de una manera organizada y al mismo tiempo sistematizada la toma de decisiones y la formulación de estrategias en la organización independientemente de las características propias de cada organización particular. A partir de lo anterior, proponen unos ítems generales que deben ser abordados en la estructuración de los planes de negocio.

Los planes de negocio para que sean impactantes deben proponer estrategias que se encuentren alineadas con la institución esto es lo que se llama **Alineación estratégica**; para llevar a cabo este proceso, es necesario tener objetivos claros en cuanto a la institución y al objeto estratégico de implementación, así como un equipo gerencial estratégico, una diferenciación clara del mercado objetivo y las oportunidades del negocio.

Paralelo a las oportunidades de negocio, se requiere identificar los factores de riesgo, las amenazas del entorno, las debilidades organizacionales e incluir en este análisis el esquema financiero de la empresa incluyendo sus estados financieros; este análisis financiero, facilita de alguna manera la organización administrativa del plan de negocios.

Para este análisis financiero, la universidad de Pereira propone analizar los siguientes criterios:

- EVA (Valor Económico Agregado)
- EBITDA (Utilidad Antes de Intereses e Impuestos y Después de Amortizaciones)
- Flujo de caja libre proyectado.
- Plan de inversiones.
- VPN (Valor Presente Neto)
- TIR (Tasa Interna de Retorno)

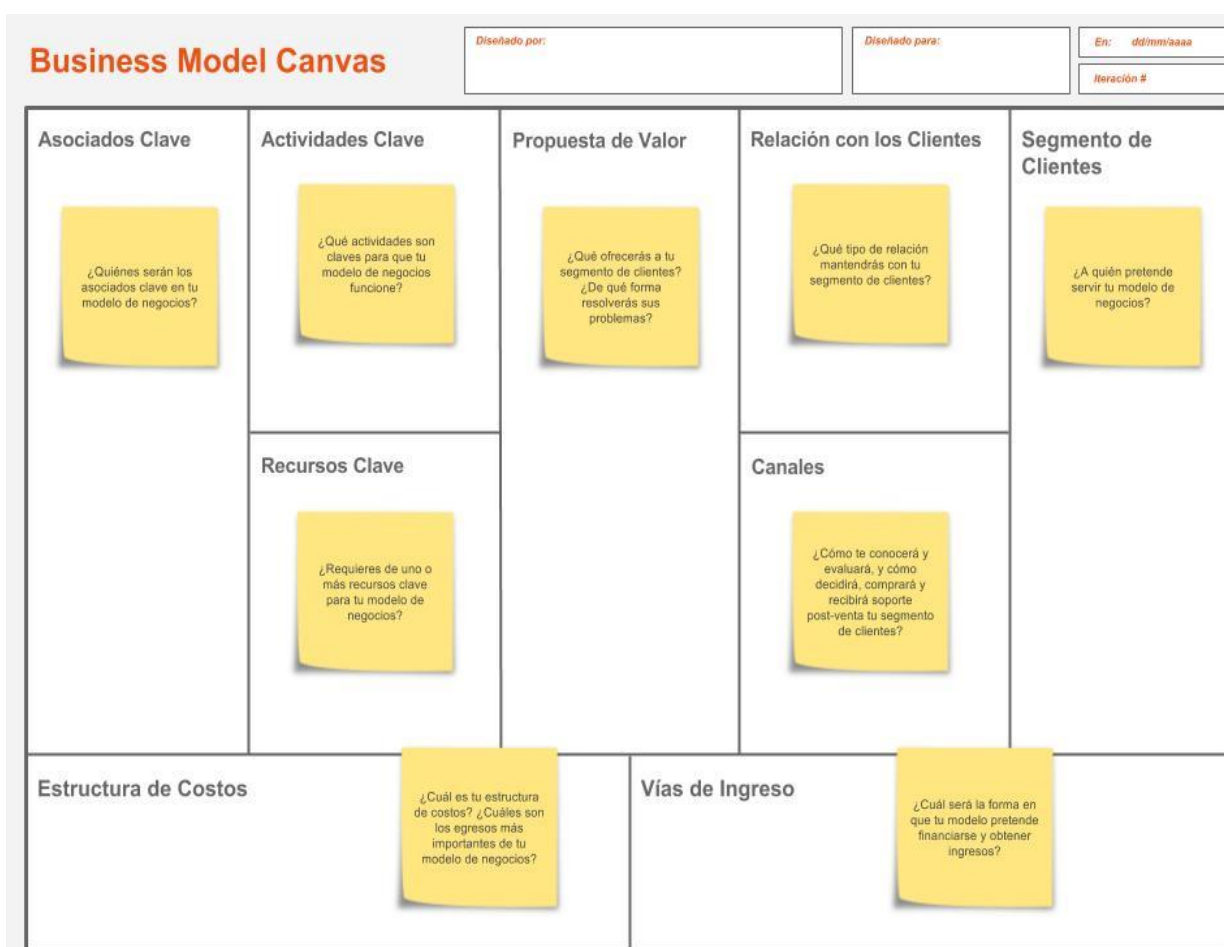
2.2.3 Plan de Negocio bajo el Modelo Canvas:

El modelo CANVAS es considerado como una herramienta de gerenciamiento estratégico que permite el desarrollo de modelos de negocio novedosos o que favorece el establecimiento de modelos de negocios ya existentes; fue diseñado o propuesto inicialmente por Alexander Osterwalder quien lo estableció como un pre formato visual o mapa mental donde se puede diferenciar claramente **idea** de **modelo de negocio**; estos conceptos son dos cosas distintas, por un lado, la idea se refiere a una estructura mental preconcebida que no necesariamente ha sido

ejecutada mientras que el modelo, se refiere al mapa o estructura que permite implementar la idea.

Desde esta perspectiva, una de las preguntas que se pueden responder de manera creativa y práctica focalizada en las características de la organización empresarial particular, es ¿Para qué categorías o tipos de usuario se puede dar solución a necesidades o se puede agregar valor? A partir de lo anterior, se consolida el modelo CANVAS así:

Figura 1 Esquema Modelo Canvas



Fuente: <http://www.marcelopizarro.com>

Como se puede evidenciar en el esquema; este modelo es práctico y funcional puesto que involucra todas las áreas y procesos de las organizaciones llevando así a que el nivel gerencial se enfoque de manera estratégica en las alternativas que benefician el desarrollo del negocio. EL modelo CANVAS trabajado desde la propuesta del esquema presentado anteriormente, aterriza gráficamente las maneras en que la empresa crea, brinda y apropia valor a sí misma y a sus clientes tanto internos como externos).

3. Contextualización de la Institución

3.1 Cultura institucional:

La Misión de la compañía está orientada a la Contribuir en el desarrollando del potencial humano de los clientes, mediante el fortalecimiento de habilidades sociales y del entrenamiento en inteligencia emocional través del acompañamiento, entrenamiento y capacitación fundamentadas en valores sociales y principios éticos.

Su Visión es estar en el año 2020 reconocidos por profesionales, empresarios e instituciones educativas como una entidad que fortalece el talento humano fundamentando sus actividades en principios éticos y valores sociales, manteniendo la perspectiva del desarrollo humano en sus dimensiones sociales y personales afectando positivamente su entorno.

3.3 Valores Corporativos:

Figura 2 Valores Institucionales



Fuente: Autoría Propia

3.3 Filosofía Institucional:

Gestores Integrales para el Desarrollo Humano S.A.S es una entidad comprometida con el desarrollo humano que brinda asesoría, acompañamiento y capacitación enfocados al desarrollo integral humano y al entrenamiento laboral con énfasis psicosocial porque creemos, que la base del éxito y del fortalecimiento social y organizacional es un individuo equilibrado emocional y cognitivamente. El pilar de la institución es la Gestión Integral por competencias a través de:

- **Entrenamiento:** Brindando conocimientos y aportando en el desarrollo intelectual, cognitivo y emocional de las personas con una visión futurista y emprendedora en pro de fortalecer sus capacidades, habilidades y destrezas.
- **Capacitación:** Siendo parte importante del proceso educativo y profesional de las personas, Gestores Integrales busca ofrecer herramientas básicas y fundamentales

en cuanto a la promoción y desarrollo de las habilidades sociales y gerenciales con enfoque en persuasión y toma de decisiones.

- **Acompañamiento:** Promoviendo la búsqueda del crecimiento intelectual, personal y espiritual para quienes adquieran los servicios ofrecidos por Gestores Integrales.

3.4 Localización:

La empresa no cuenta con una infraestructura propia pero fue registrada como ubicada en la KR 55 N. 149 – 20 int.2-203, cuenta con un computador, una multifuncional (impresora, fotocopidora y escáner), un archivo donde se encuentren los documentos relacionados con la empresa y con los miembros que hacen de parte de la misma. Para la prestación de servicios en las empresas, se establecerá con la misma el sitio para la realización de las actividades como talleres conferencias y a nivel de los particulares, se gestionara un sitio donde se llevará a cabo el desarrollo del programa planteado, en este caso un salón de conferencias y/o clases conseguido a través de un agente externo.

3.5 Analisis del sector:

Gestores Integrales para el desarrollo humano pertenece al sector terciario de la economía colombiana por ser una empresa de prestación de servicios sociales, encaminada a la satisfacción de necesidades personales relacionadas directamente con el manejo de sus relaciones y con la calidad de vida. El área de desempeño de la empresa es la educación desde el foco de la elaboración de talleres y capacitaciones que la ubican en el sector terciario como empresa prestadora de servicios a la comunidad general que se prepara para la vida laboral y económica, buscando mejorar su productividad como su competitividad

3.6 Analisis Dofa

El análisis DOFA fue realizado de manera empírica por las psicólogas Claudia Milena Ortiz y Diana Carolina Hurtado quienes son las dueñas y creadoras de la organización; el planteamiento de cada uno de los aspectos involucrados en los ítems, fue realizado a partir de la experiencia profesional y del conocimiento asociado a la nueva empresa creada por ellas. Cabe mencionar que el análisis tiene en cuenta el tiempo desde la constitución legal de la empresa hasta la fecha.

Figura 3 Análisis Dofa

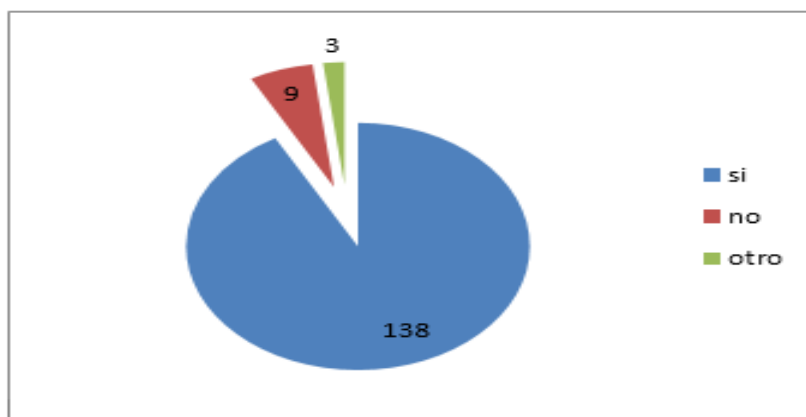
	AMENAZAS	OPORTUNIDADES
	<p>Incurción en el mercado de competencias con empoderamiento tecnológico</p> <p>Surgimiento de instituciones no formales, personas naturales y falsas doctrinas en formación científica y ética.</p>	<p>Accesibilidad a nuevas tecnologías que facilitan el desarrollo y crecimiento de la organización, permitiendo un enriquecimiento en la prestación de servicios, en implementación e asesorías en la red.</p>
FORTALEZAS	FA	FO
	<p>Fundamentar en el factor humano, antes que en el material, lo cual hace que los intereses primen por el desarrollo integral del individuo.</p> <p>Trascender los espacios culturales y sociales, llevando nuevas estrategias de enriquecimiento personal y desarrollo social a individuos con intenciones de mejorar su calidad de vida.</p>	<p>Somos una organización integral e interdisciplinaria.</p> <p>Disposición a la innovación facilitando así, el crecimiento y desarrollo de la organización.</p>
DEBILIDADES	DA	DO
	<p>Fortalecer las redes tecnológicas y mantener excelente personal capacitado para crear programas adecuados y óptimos que faciliten el desarrollo de servicios.</p> <p>Promover programas de crecimiento personal y laboral, incentivando el sentido de pertenencia en el recurso humano de la organización, generando climas agradables.</p> <p>Permitir en el momento que se requiera la amplitud del esquema estructural mediando en las exigencias de los departamentos existentes</p>	<p>Limitación al desarrollo tecnológico social y cultural del país.</p> <p>el potencial humano con que inicia la organización</p>

Fuente: Psicólogas *Milena Ortiz* y *Carolina Hurtado*

3.7 Encuesta realizada

Para identificar la probabilidad de compra del servicio por parte de la población se desarrolló una encuesta que se aplicó al azar a 150 personas 80 vía internet y 70 presenciales, las encuestas fueron aleatorias y aplicadas en diferentes horas del día en la localidad de suba por los sectores de colina, castellana, pinar y las virtuales a personas ubicadas en diferentes zonas de la ciudad. La muestra para la aplicación se encontraba entre las edades comprendidas entre los 18 y los 35 años. Se obtuvieron los siguientes resultados:

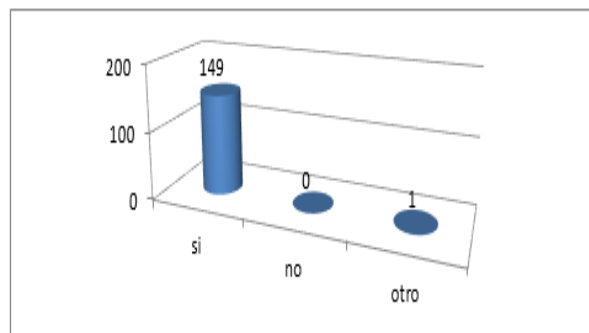
1. ¿Considera que recibir capacitaciones en temas relacionados con el desarrollo humano, contribuyen en su crecimiento personal y laboral?



La respuesta en 138 de las 150 personas encuestadas es SI, en 9 de los encuestados la respuesta es NO y los 3 casos restantes las respuestas fueron en dos de los encuestados “depende de los temas y depende de la intensidad horaria” y el encuestado restante no argumentó la respuesta.

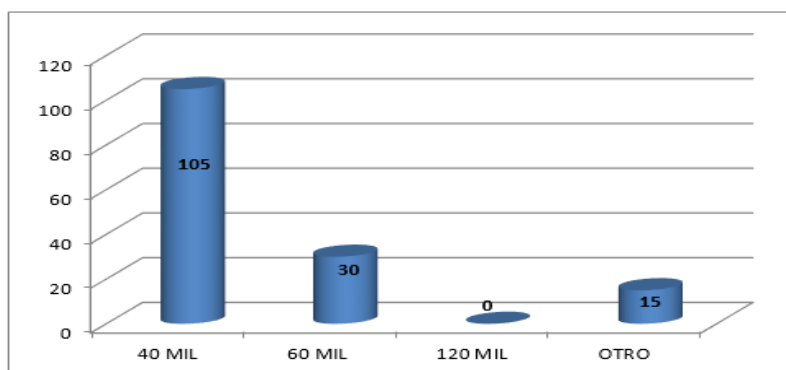
2. ¿Pagaría por capacitarse en temas enfocados en las relaciones humanas y el desarrollo personal?

- Si ___149
- No ___0__
- Otro ___1___ depende de la necesidad y enfocándolo en lo profesional)



3. ¿El precio que estaría dispuesto a pagar por capacitaciones de desarrollo personal de 4 horas es?:

- \$40.000
- \$60.000
- \$120.000
- Otro

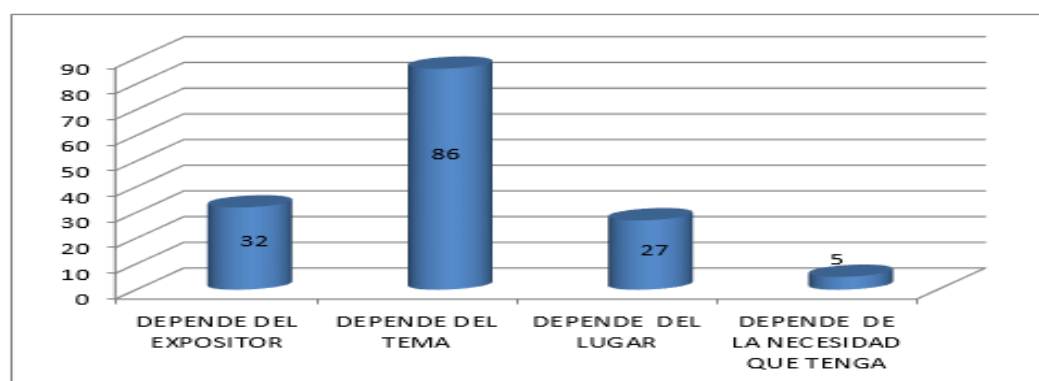


La grafica muestra los resultados obtenidos donde 105 encuestados respondieron \$40.000, 30 encuestados \$60.000 y los 15 encuestados restantes manifestaron como respuesta la opción Otros; en este caso, las respuestas otorgadas fueron:

- “hasta 80.000 depende del tema”
- “no más de 50.000

4. ¿Cuál de los siguientes aspectos considera relevantes para el monto que pagaria por capacitarse??

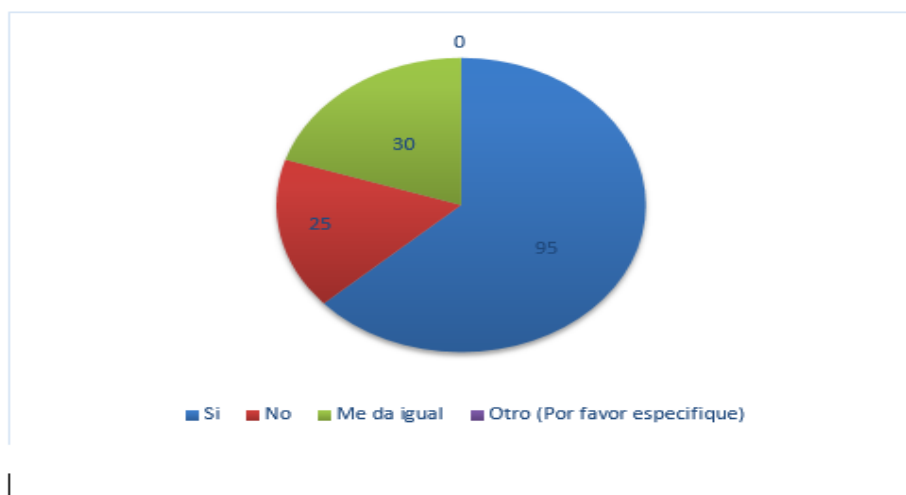
- Depende del expositor
- Depende del tema
- Depende del lugar
- Depende de la necesidad que tenga



Los resultados arrojados en la encuesta, dejan ver que el factor más influyente al momento de tomar decisiones frente al pago por una capacitación es el tema de la misma.

5. ¿Le gustaría recibir algún tipo de certificación por capacitarse en temas de desarrollo humano?

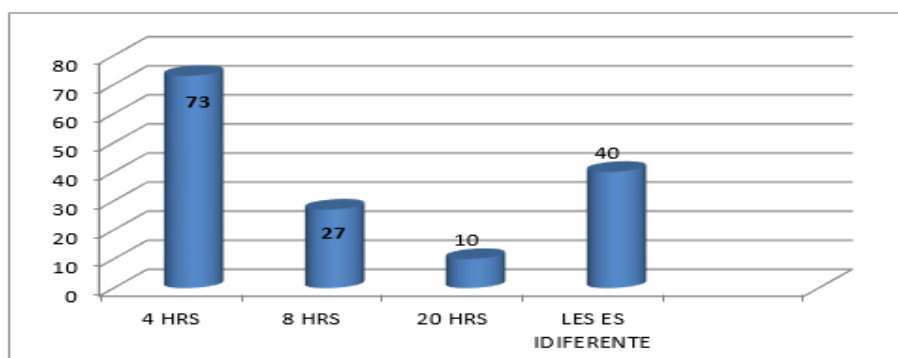
- Si
- No
- Me da Igual
- Otro(Por favor Explique)



La grafica muestra que para la mayoría de los encuestados es significativo recibir una certificación de asistencia y capacitación.

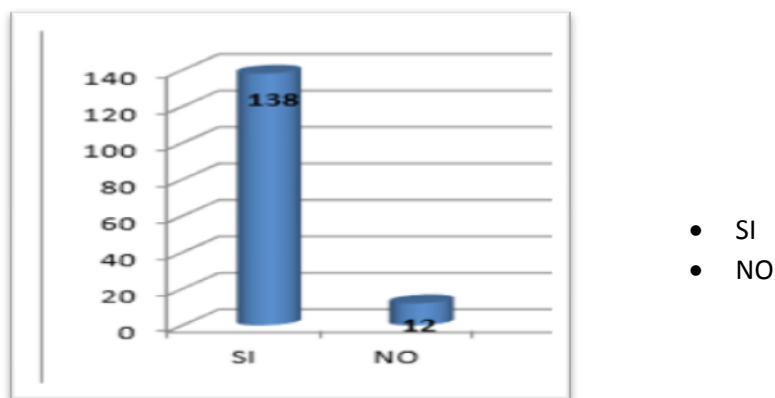
6. ¿El tiempo máximo que estaría dispuesto a utilizar para capacitaciones de desarrollo personal es?

- 4 horas
- 8 horas
- 20 horas
- Le es indiferente



Los resultados arrojados por la encuesta permiten reconocer que el tiempo más adecuado para el planteamiento de las actividades de la empresa es de 4 horas y que les es indiferente siempre y cuando sea relevante y significativo.

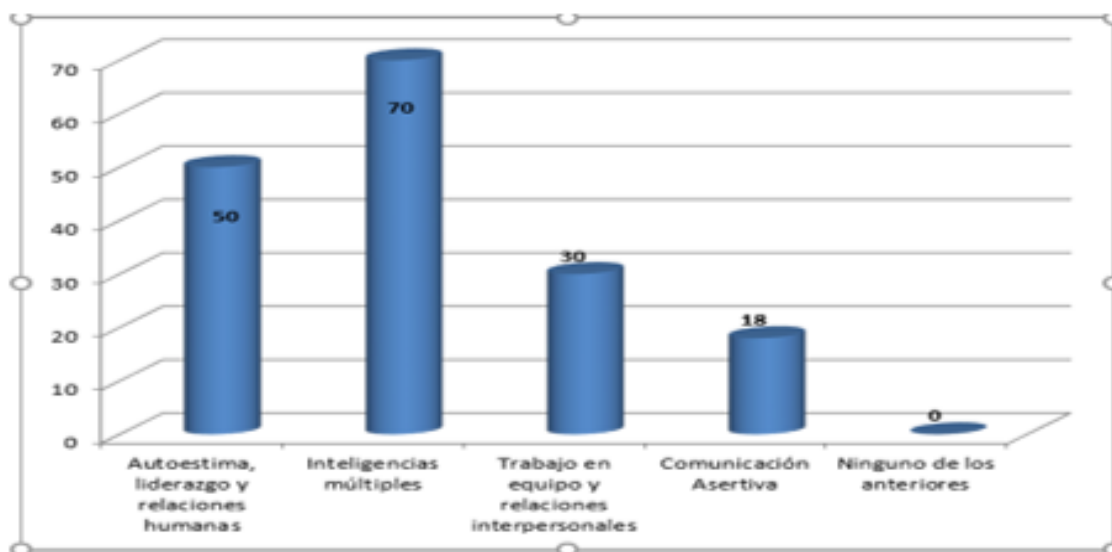
7. ¿Considera usted que el desempeño profesional se ve afectado por su desarrollo personal?



Las respuestas permiten identificar que para la mayoría de los encuestados, el desempeño profesional resulta afectado por el desarrollo personal.

8. ¿En cuáles de los siguientes temas le gustaría capacitarse?

- Autoestima, liderazgo y relaciones humanas
- Inteligencias múltiples
- Trabajo en equipo y relaciones interpersonales
- Comunicación Asertiva



La gráfica muestra que los temas más relevantes para los encuestados son Inteligencias múltiples y Autoestima, liderazgo y relaciones humanas, seguido por trabajo en equipo y relaciones interpersonales.

9.¿En qué temas de desarrollo personal distintos a los mencionados en la pregunta anterior le gustaría recibir algún tipo de capacitación? Por favor menciónelos y la intensidad horaria de los mismos

CRECIMIENTO PERSONAL	2 HRAS SEMANALES
INTELIGENCIA EMOCIONAL	2 HRS/ 8 HRS/
PROYECTO DE VIDA	80 HRS
MODIFICABILIDAD CONDUCTUAL	10 HRS
MOTIVACION	40 HRS
SOLUCION DE PROBLEMAS	LO QUE SEA
MANEJO ASERTIVO DE PERSONAL	LO QUE SEA NECESARIO PARA EL TEMA
CONVIVENCIA	10 HRS

Adicional a estos temas propuestos, se encontraron otros temas adicionales pero a los que los encuestados no pusieron la intensidad horaria; estos son:

- Autocontrol
- Modificabilidad conductual
- Motivacion
- Solucion de problemas
- Superacion
- Stress y prevencion de stress
- Dialogo y comunicaci3n
- Valores y etica personal
- Liderazgo
- Dimensiones del ser

- Tolerancia
- Desarrollo integral
- Autoestima
- Modificación de autoesquemas
- Manejo de relaciones
- Definición de desarrollo personal

4. Plan de Negocios

4.1 Segmento del Mercado:

Gestores Integrales para el desarrollo humano S.A.S, busca llegar como principal objeto de mercado a la Localidad 11 de Suba caracterizada por la diversidad cultural y el enriquecimiento de la misma. Dentro de la población a impactar esta principalmente los estratos 3 y 4 dentro del que se encuentran, estudiantes universitarios o tecnólogos, profesionales sin dejar de lado a la comunidad en general; es decir, toda aquella persona que anhele mejorar su calidad de vida y fortalecer el dominio de sus habilidades, mejorar sus relaciones sociales y enriquecer su vida personal y social a través de la educación y capacitación dentro de seminarios, talleres, cursos cortos y capacitaciones. Dentro de la población objetivo, se encuentran también aquellas personas que aspiran involucrarse en el ámbito laboral y buscan desarrollar habilidades que les

permita cumplir su objetivo de manera idónea y eficaz, desempeñarse adecuadamente en una entrevista y vencer los temores que le impiden su desarrollo social y laboral; también se encuentran quienes están vinculados a una empresa y desean fortalecer sus habilidades y competencias sociales para escalar dentro de su ámbito laboral.

4.3 Características de la localidad

De acuerdo al análisis establecido en el perfil económico y empresarial de la cámara de comercio para la Localidad de Suba, se identifica: “representa el 11,7% del área total de la ciudad; su extensión total es de 10.056 hectáreas (ha.), posee 874ha. de suelo de expansión. En Suba hay presencia de todas las clases socioeconómicas: el 35,5% de los predios son de estrato 3; el 28% pertenece a predios de estrato 2; pero hay una fuerte presencia de los estratos 4 y 5, 15% y 16% respectivamente. La tasa de ocupación de Suba (58,3%) es superior a la de la ciudad (55,1%). Las actividades que más ocuparon personas residentes en Suba fueron: servicios sociales, comunales y personales (27,6%), comercio, hoteles y restaurantes (24,7%) e industria manufacturera (15,7%)

En Suba se localizan 259 barrios de los 2.344 barrios de Bogotá y doce (12) Unidades de Planeamiento Zonal, UPZ, de las 112 en que se divide la ciudad. De las doce UPZ, diez ya fueron reglamentadas.

En Suba se localizan el 10% de las empresas del Distrito, que equivalen a 22.359 empresas. La estructura empresarial de la localidad se concentra en el sector servicios (75%), la industria (13,5%) y la construcción (8,4%).

En la localidad hay una alta presencia de microempresarios. Del total de empresas, 20.479 son microempresas que representaron el 91,6% de la localidad.

El sector económico en los que se encuentra el mayor número de empresas de la localidad es el de servicios: comercio (37%), hoteles y restaurantes (7,3%), servicios inmobiliarios y de alquiler (12%), transporte, almacenamiento y comunicaciones (6,4%).

El 8% de las empresas de Suba realizan operaciones de comercio exterior.

En la localidad se identificaron 11.619 posibles empresas que pueden integrarse en las cadenas productivas de productos alimenticios, construcción e ingeniería civil y textil y confección.

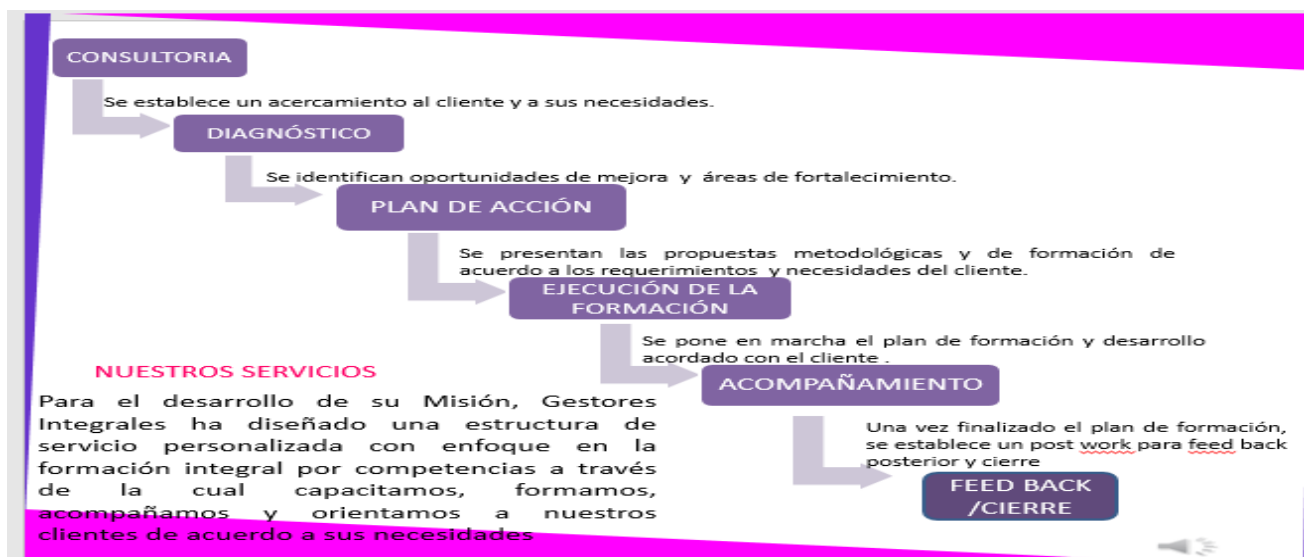
Según tipo de organización jurídica de las empresas, en la localidad de Suba el 66% correspondió a personas naturales, categoría en la que se encontró el mayor número de microempresas (14.153), y el 34% a personas jurídicas. Entre las sociedades, la mayor participación el número de empresas fue para sociedad limitada (23%), seguida por la empresa unipersonal (6%) y la sociedad anónima (3%)” CCB(2009).

4.2 Propuesta de Valor

Los servicios ofrecidos y sobre los cuales se constituyó legalmente la empresa son:

- **Consultorías:** Asesorías y diagnósticos personalizados en torno al desarrollo humano.
- **Capacitación:** Talleres, Seminarios, Conferencias de acuerdo a las necesidades de los clientes.
- **Formación Complementaria:** Cursos cortos estratégicamente diseñados con una duración máxima de 60 horas y diplomados con intensidad horaria entre 100 y 160 horas.

Figura 4 modelo de Servicios



Fuente: Creación propia.

4.3 Canales

Actualmente se encuentra en diseño la página web de la empresa que permita la publicación de portafolios de servicios lo que permitirá la publicidad y la oferta de los mismos; se estima que para el mes de junio de 2017 la página esté en funcionamiento. su intención es brindar un servicio de excelencia, dando un calidez personal y logrando así que la entidad sea vista por los clientes como cercana y comprometida con su desarrollo, proporcionándoles satisfacción en lo que están buscando.

Dentro de las estrategias para lograr esto, estará la utilización de herramientas electrónicas como lo son: las páginas de redes sociales en internet, la promoción voz a voz con conocidos o referidos esta estrategia de promoción es de costos mínimos y muy efectiva, ya que dentro de los beneficios que ofrecen las redes sociales es la promoción y publicidad sin costo alguno. Para mantener el reconocimiento de la empresa en el mercado, se establecerá un sistema de manejo de quejas, sugerencias y reclamos presentados por los clientes para dar respuesta a las exigencias del entorno.

4.4 Relación con los Clientes

Como el objetivo es hacer una veeduría constante de la satisfacción del cliente y por su puesto del servicio, una vez desarrolladas las asesorías, talleres y cursos, se realizará una encuesta de satisfacción al cliente en la que se evaluarán los siguientes aspectos:

- Calidad de la atención.
- Información suministrada.
- Precio pagado por el servicio.
- Calidad del servicio.
- Tiempo y oportunidad de alcance.
- Sugerencias y aportes

En cuanto al capacitador o docente ejecutor de los talleres o cursos, los evaluarán los asistentes a través de la aplicación de una evaluación docente en la que se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

- Puntualidad / manejo adecuado del tiempo.
- Presentación de objetivos y metodología al inicio de la formación.
- Dominio del tema.
- Uso de herramientas pedagógicas.
- Comentarios y aportes.

4.5 Fuentes de Ingresos

Gestores Integrales para el desarrollo Humano S.AS a partir de la creación de la misma, inscrita en la cámara de comercio de Bogotá, se estableció que cuenta con un capital autorizado de \$ 4.000.000 y un capital suscrito de \$ 2.000.000 en donde su valor de capital pagado es el mismo: por ende, para el funcionamiento de la empresa en marcha se establecen unas estrategias en cuanto a los servicios ofrecidos de consultorías, de capacitaciones y de formaciones complementarias.

4.5.1 Estrategias en el precio

Los precios dependen del tipo de capacitaciones que las personas quieran tomar, se establece un precio normal o regular de capacitación de \$40.000 por cuatro horas, este monto varía de acuerdo a la trayectoria de la empresa y al posicionamiento de la misma en el tiempo.

4.5.2 Políticas de cartera

Como políticas se tienen que las consultorías y las capacitaciones son en pago de efectivo, se completan las horas establecidas y como resultado se obtiene la calidad total de la consultoría y la eficiencia de la misma. Si se toman dos o más asesorías se obtienen un precio especial, con el fin de acoger más mercado potencial.

4.6 Recursos y actividades Claves

Como Recursos Claves se encuentran:

- Físicos: Instalaciones pertinentes para el desarrollo de las mismas
- Intelectuales: Personal altamente Calificado (Profesionales egresados)
- Humanos: Nuestros clientes y el personal que integran la empresa
- Económicos. Valor monetario de las capacitaciones

Figura 5 Actividades Claves

SERVICIOS	DESCRIPCION	FINALIDAD	ATRIBUTOS FUNCIONALES
ASESORIAS	Es el primer contacto con el cliente, donde se escucha su interés y se ejecutan <u>promuevas acorde</u> a las necesidades	Identificar la necesidad real del cliente y ofrecer el portafolio de servicios.	Son personalizadas y acorde a las necesidades y exigencias del cliente. Es informal y cálida lo que le brinda al cliente seguridad. Elaboración pertinente y específica del programa de capacitación a seguir
CAPACITACIÓN	Tienen una duración entre dos y máximo 6 horas, se estructuran de acuerdo al <u>diagnostico</u> elaborado durante la asesoría y se enfoca según las necesidades a satisfacer en el cliente.	Fortalecer el potencial humano y mejorar la calidad de vida. potencializa <u>pp</u> de sus habilidades y capacidades, autoconocimiento y aceptación.	Son <u>especificas de</u> acuerdo con las necesidades de cada cliente, son dinámicas, variadas y fundamentadas en principios éticos y valores sociales.
SEMINARIOS Y CURSOS CORTOS	Tienen una duración entre 30 Y 120 horas, se programan trimestralmente. Parten de las necesidades encontradas y/o manifiestas de los clientes y buscan mejorar las relaciones y la calidad de vida de los asistentes.	Fortalecer el potencial humano y la ampliación de conocimientos relacionados con la formación psicosocial.	son <u>dinámicos</u> , autónomos, funcionales, éticos y variados lo que permite la ejecución de diferentes seminarios y manejo de temas en el transcurso del año. Conllevan en <u>ai</u> mismos al enriquecimiento del potencial humano en pro del aporte desde su autoconocimiento hacia el entorno social, partiendo del reconocimiento y <u>aceptación de ser biopsicosocial</u>
ACOMPANAMIENTO A INSTITUCIONES EDUCATIVAS	En instituciones educativas que cubren población estratos 3 y 4 y que incluyen dentro de su pensum de formación programas académicos de componente humanístico, se realizan talleres y conferencias de apoyo a esta formación	Servir de apoyo a los docentes e instructores de las aéreas de componente humanístico, fortaleciendo la educación con enfoque ético y social mejorando la calidad de vida y capacidad de relaciones entre los estudiantes.	Son de apoyo extracurricular a la formación y fortalecen la calidad de la educación de la institución; tienen una duración entre 6 y 25 horas máximo y se ejecutan desde la estructuración curricular de los planteles educativos. Fortalecen el desarrollo curricular, enriquecen la formación del estudiante y contribuyen en el reconocimiento de la institución como formadora.

Fuente: Autoría de las creadoras de la empresa las psicólogas Milena Ortiz y Carolina Hurtado

4.8 Alianzas Claves

En el momento la empresa no ha consolidado alianzas claves pero teniendo en cuenta las características de la empresa, los servicios ofrecidos y la propuesta de valor se podrían visualizar como Alianzas Claves las siguientes:

- Ministerio de Educación Nacional.
- Secretaria Distrital de Educación.
- Alcaldía Local.
- Redes de profesionales
- Agremiaciones profesionales

4.9 Estructura de costos

Se requiere para el funcionamiento de Gestores Integrales para el desarrollo humano S.A.S la inversión inicial de activos fijos que es representada por la cantidad de dinero para el funcionamiento de la misma Presupuestada por \$ 22.000.000 Correspondiente a toda la propiedad planta y equipo administrativo, obteniendo así los ingresos y las utilidades de la empresa, por su objeto social de las consultorías y capacitaciones.

Figura 6 Cuadro 4 Inversión fija

CONCEPTO	VALOR
Muebles y enseres	10.000.000
Equipo de oficina	8.000.000
Equipo de cómputo	4.000.000
Total inversión fija	22.000.000

Fuente: Creación propia basada en los supuestos esperados para la empresa

Figura 7 Inversión en activos fijos área operativa

CONCEPTO	AÑO 0
Muebles y enseres	7.000.000
Equipo de oficina	7.000.000
Equipo de cómputo y comunicación	20.000.000
Total inversión fija operación	34.000.000

Fuente: Creación propia basada en los supuestos esperados para la empresa

En la inversión de activos fijos para el área operativa, registra los costos incurridos en la adquisición de la misma, hasta que los activos de la empresa quedan listo para el

funcionamiento.

Figura 8 Muebles y Enseres operativa

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Vida útil	Depreciación año
Escritorios	4	150.000	600.000	10	60.000
Sillas ergonómicas	4	180.000	720.000	10	72.000
Sillas Rimax	4	30.000	120.000	10	12.000
Archivadores	4	200.000	800.000	10	80.000
Mesas	3	250.000	750.000	10	75.000
Papeleras	3	10.000	30.000		
Total			3.020.000		299.000

Fuente: Autoria Propia

4.9. 1 COSTOS DE FUNCIONAMIENTO DEL NEGOCIO:

La proyección se estima por MES así:

Arriendo del local	\$ 1.500.000
Servicios públicos	\$ 270.000
Salario al mes (Gastos personales)	\$ 800.000
Papelería – cafetería – aseo	\$ 80.000

Los costos fijos de funcionamiento suman \$2.650.000

5. Conclusiones y recomendaciones

5.1 Conclusiones

La empresa Gestores Integrales para el desarrollo humano S.A.S al no contar con un plan de negocios claramente definido, se ha visto limitada para involucrarse en el mercado como lo ha tenido proyectado en sus objetivos organizacionales; al desarrollar el plan de negocios para la entidad, se identifica que uno de los puntos fuertes de la empresa es el recurso humano con el que cuenta por la experiencia y trayectoria profesional; sin embargo, dicha experiencia se ve limitada por el avance y los requerimientos de los clientes potenciales.

Al analizar la información arrojada por la encuesta, se pudo identificar la relevancia que tienen para los clientes potenciales los temas y servicios ofrecidos por la entidad; así mismo, se puede afirmar que la empresa al mantener esa visión enfocada en el desarrollo humano, tiene cabida en el sector.

Al analizar la estructura organizacional de la empresa, se encuentra que es necesario visualizar una extensión profesional tal vez a partir de la consolidación de redes de apoyo institucional lo que permitirá la entidad ampliar su cobertura.

Desde la perspectiva financiera la empresa cuenta con todos los ingresos pertinentes para el desarrollo y funcionamiento de la misma, obteniendo utilidades efectivas y propias para la empresa, para tener más mercado potencial.

5.2 Recomendaciones

Se sugiere a la entidad iniciar con el proceso de establecimiento de relaciones públicas específicamente con aquellas entidades que pueden aportar y convertirse en clúster para la

compañía; así mismo, teniendo en cuenta la naturaleza de la empresa y los pilares de la misma; se le recomienda indagar en el proceso de vinculación con la secretaria de educación y desde luego con el ministerio, con el fin de lograr el reconocimiento y aval de estas entidades en la entrega de certificados.

Es necesario además implementar un proceso financiero consecutivo y realizar auditorías constantes que permitan fortalecer su proyección económica; así mismo, es importante que se realice una proyección económica enfocada a la consecución de sus propios espacios para funcionamiento y prestación de sus servicios.

Desde lo financiero, es importante que la empresa realice una asesoría contable puesto que su inicio fue con \$2.000.000 de pesos asignados por cada una de las creadoras, pero no hay una contabilidad bien manejada y esto puede acarrear inconvenientes si se desea implementar el plan de negocios.

Bibliografía

- Arias, L; Portilla, L; Acevedo, C (2008). Propuesta metodológica para la elaboración de planes de negocios. Revista Scientia et Technica Año XIV, No 40 Universidad Tecnológica de Pereira.
- Cámara de Comercio de Bogotá (2008) Perfil económico y empresarial localidad de Suba, recuperado marzo de 2017 de <http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2793/4803%20suba%20y%20usaquen.pdf?sequence=1>
- Canós Darós, L.; Santandreu Mascarell, C. (2014). Business Model Canvas y redacción del Plan de Negocio. <http://hdl.handle.net/10251/38381>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model canvas. Self published. Last.
- <http://www.negociosyemprendimiento.org/2012/08/business-model-canvas-herramienta-modelos-de-negocio.html>