

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



VOM JOB, TU ALIADO EN TU CAMINO PROFESIONAL

TRABAJO FINAL PAFE

LIZETH DANIELA CASTAÑEDA

ANA MARIA MORENO

DANIELA ROJAS

BOGOTÀ D.C

2016

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



VOM JOB, TU ALIADO EN TU CAMINO PROFESIONAL

TRABAJO FINAL PAFE

LIZETH DANIELA CASTAÑEDA

ANA MARIA MORENO

DANIELA ROJAS

ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

BOGOTÀ D.C

2016

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	IV
1. INTRODUCCIÓN	7
2. OBJETIVOS	8
Objetivo general.....	8
Objetivos específicos	8
3. EXPLICACIÓN DE SERVICIOS	9
3.1 Bolsa de trabajo interactiva.....	9
3.1.1 Tabla de valoración.....	11
3.2 Market place de eventos.....	12
3.2.1 Tabla de valoración.....	13
3.3 Investigación de mercados al alcance de las PyMEs	14
3.3.1 Tabla de valoración.....	15
4. DECISIÓN FINAL	19
5. POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO SERVICIO A LANZAR.	20
6. DEFINICIÓN DE VENTAJA A DESARROLLAR, COMPARATIVA O COMPETITIVA.	21
7. ANÁLISIS DEL DIAMANTE DE PORTER (5 FUERZAS)	22
7.1 Amenaza de nuevos entrantes o jugadores	22
7.2 Poder de negociación de los compradores.....	23
7.3 Amenaza de productos sustitutos	25
7.4 Poder de negociación de los proveedores.....	25
7.5 Rivalidad entre competidores existentes	26
7.6 Conclusión general del diamante de Porter	27
8. ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LA META DE MERCADO PESTA	28
8.1 Aspecto socioeconómico.....	28
8.2 Aspecto demográfico	29
8.3 Aspecto económico	31
8.4 Aspecto medio ambiental y legal	32

9.	INVESTIGACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO	33
9.1	Modelo de encuesta aplicada.....	33
9.2	Concepto del producto a testear	37
9.3	Objetivos de la prueba de concepto que se esperan aclarar con el ejercicio	38
10.	TABULACIÓN DE ENCUESTA.....	39
11.	ANÁLISIS DE RESULTADOS ENTREVISTAS A EMPRESARIOS	49
11.1	Modelo de entrevista.....	50
12.	ANÁLISIS DE RESULTADOS	56
12.1	Intención de compra.....	56
12.2	Segmentos de mercado.....	56
12.3	Precio estimado.....	57
12.4	Nivel de diferenciación, innovación percibida por el cliente.....	57
12.5	Identificación de productos competidores y sustitutos	58
12.6	Se deben hacer ajustes al producto/ servicio ofrecido, ¿por qué?	58
13.	CORRECCIÓN DE LA PROPUESTA DE VALOR	58
14.	CANVAS.....	59
15.	MODELO FINANCIERO	61
15.1	Calculo del punto de equilibrio	61
15.2	Proyección de ventas e interés propuesto	62
15.3	Flujo neto de Efectivo	63
15.4	Evaluación del proyecto	63
15.5	Tabla de amortización de la inversión.....	64
16.	CONCLUSIONES	65
17.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	66

ÍNDICE DE IMÁGENES

Ilustración 1. Cifras de los Millennials.	32
Ilustración 2. Edad, Ilustración 3. Género.....	39
Ilustración 4. Nivel socioeconómico.....	40
Ilustración 5. Descarga de aplicaciones en el celular.....	40
Ilustración 6. Medio por el cual las personas se enteran de nuevas aplicaciones.....	41
Ilustración 7. Desempleados.....	42
Ilustración 8. Empleados en búsqueda de trabajo.....	42
Ilustración 9. Medio de búsqueda de empleo con mayor recordación.....	43
Ilustración 10. Frecuencia de uso de los portales de búsqueda de empleo.....	43
Ilustración 11. Filtro de búsqueda más utilizado para la búsqueda de empleo.....	44
Ilustración 12. Interés por emprender.....	45
Ilustración 13. Interés en realizar videos para mostrar su idea de negocio.....	46
Ilustración 14. Percepción de los videos para la hoja de vida.....	46
Ilustración 15. Interés en usar la aplicación.....	47
Ilustración 16. Disposición a pagar del posible mercado.....	48
Ilustración 17. Percepción de innovación sobre la App.....	49
Ilustración 18. Intención de compra.....	56
Ilustración 19. Canvas.....	59

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Bolsa de trabajo interactiva.....	11
Tabla 2. Market place de eventos	13
Tabla 3. Investigación de mercados al alcance de las PyMEs	15
Tabla 4. Amenaza de nuevos entrantes o jugadores	23
Tabla 5. Poder de negociación de los competidores	24
Tabla 6. Poder de negociación de los sustitutos	25
Tabla 7. Poder de negociación de los proveedores.....	26
Tabla 8 Rivalidad entre competidores existentes.....	27
Tabla 9. Conclusión del diamante de Porter	28
Tabla 10. Punto de equilibrio.....	61
Tabla 11. Proyección de ventas	62
Tabla 12. FNE.....	63
Tabla 13. Evaluación del proyecto.....	63
Tabla 14. Amortización de la inversión	64

1. INTRODUCCIÓN

El objetivo del presente trabajo es la creación de una aplicación para dispositivos móviles, una bolsa de empleo (VOM JOB) para que los usuarios logren emprender o puedan conseguir trabajo únicamente en grandes compañías. Además, la aplicación brindará la opción de retroalimentación con el objetivo de que los usuarios logren conseguir cumplir sus metas. Para el desarrollo de este proyecto se analizará el comportamiento del mercado objetivo, número de empresas y el tamaño del nicho de mercado, los recursos económicos necesarios y los factores de riesgo que implica su creación.

2. OBJETIVOS

Objetivo general

Crear una aplicación para dispositivos móviles que les permita a los Millennials buscar socios para emprender un nuevo negocio o para que ingresen a grandes empresas.

Objetivos específicos

- Enfoque en un nicho de mercado específico
- Especialización en grandes compañías, acompañamiento y feed back.
- Emprendimiento mediante la interacción de los usuarios que posean ideas similares.

3. EXPLICACIÓN DE SERVICIOS

3.1 Bolsa de trabajo interactiva

Hoy en día las elevadas tasas de desempleo que siguen registrándose a nivel mundial y la persistencia del empleo vulnerable en muchas economías, emergentes y en desarrollo, siguen afectando el mundo del trabajo.

En Colombia, a pesar de que el número de personas ocupadas se incrementó en 194.000 individuos, cifra que implicó un aumento de 0,9 por ciento frente a junio del 2015, según informes del DANE, la desocupación pasó del 8,2% en junio del 2015 al 8,9% en junio de este año. El desempleo en el segmento de la población entre 21 – 35 años de edad alcanza a estar en el 17,1% un resultado que incluso supera la media nacional (10,1% en Marzo).

Es entonces donde encontramos tres oportunidades relevantes que involucran este mercado y nos dan como resultado el desarrollo de esta aplicación. Por un lado una tasa de desempleo que significa casi el 10% de los colombianos reflejándose en una demanda alta en este mercado. Segundo, el sector privado cada vez se vuelve más exigente en la selección del personal predilecto para su organización. Y por último gran parte de esta tasa de desempleado está compuesta por Millennials, personas que no hace mucho dejaron la universidad, y que además de estar actualizados con las últimas tendencias del mercado, tienen una preocupación en común, lograr tener seguridad económica y un buen puesto de trabajo.

La Aplicación “VOM JOB” surge por las variables ya mencionadas, y además porque el internet se ha convertido en el mejor aliado para la búsqueda de empleo y a pesar de que existen diversas plataformas, por medio de esta aplicación buscamos ofrecer una característica que creará un gran diferencial para nuestro cliente objetivo.

Buscamos crear una conexión de una forma interactiva entre la persona que busca trabajo y las organizaciones que se muestran exigentes frente la contratación. Ofreceremos dos tipos de servicios uno para personas naturales y otro para jurídicas. La idea es que a través de esta bolsa de empleo, no sólo se darán a conocer diferentes ofertas de trabajo, como lo hacen todas las bolsas de empleo actualmente; sino que también será una aplicación por medio de la cual las

personas podrán prepararse de forma eficiente para presentarse a las candidaturas. ¿Cómo lo vamos a hacer? Haremos coaching. Las personas que accedan a la versión PRO de la app tendrán la posibilidad de prepararse a través de pruebas para ser mucho más acertados en los primeros filtros de las compañías, adicional, también haremos las pruebas psicotécnicas y les daremos a las personas el feedback sobre las mismas, algo que en la actualidad nadie hace. Como plus a la idea, pretendemos dejar a un lado la tradicional hoja de vida que se deja en portales ya conocidos, y empezar a interactuar por medio de videos donde la persona dejara conocer al máximo sus aptitudes y conocimientos frente a un tema de interés.

Las empresas tendrán acceso a los resultados de las personas y gracias a esto, su primer filtro será mucho más efectivo con respecto a los perfiles buscados.

Además se tendrá acceso diariamente a las vacantes publicadas por las grandes empresas suscritas al portal, o personas naturales que necesiten la prestación de algún servicio. Por otro lado cuentan con información útil y actualizada que las apoya en la búsqueda de empleo, así como en la elaboración de mejores videos y preparación de entrevistas y pruebas psicotécnicas, para los diferentes filtros hasta el logro de su objetivo.

VOM JOB tendrá otra faceta con la cual buscamos suplir la otra gran necesidad de los millenials con respecto a sus intereses profesionales. Según un artículo publicado por *youngmarketing.co* donde se cita la información sobre una encuesta realizada por Telefónica a personas entre 18 y 30 años de alrededor de 27 países, se revela que los millennials latinoamericanos están altamente enfocados en ascender en su carrera y en el emprendimiento (Ortega, 2015). Con respecto a lo anterior, la otra faceta de la app será el emprendimiento. En esta parte de la aplicación, las personas con similares intereses de negocios, podrán contactarse y reunirse con el objeto de hacerse socios y llevar a la realidad sus ideas.

3.1.1 Tabla de valoración

Tabla 1. Bolsa de trabajo interactiva

Bolsa de trabajo interactiva	Valoración	Observación
Nivel de innovación	4	El nivel de innovación de esta aplicación es medio alto ya que actualmente existen en el mercado diversos portales de búsqueda de empleo. A pesar de esto ninguna de las bolsas de empleo ofrece coaching o preparación con respecto a las pruebas que se llevan a cabo en las empresas.
Tamaño de oportunidad (Fuente real de potencial total de mercado)	5	El tamaño de oportunidad de mercado es alto ya que en Colombia, a pesar de que el número de personas ocupadas se incrementó en 194.000 individuos, cifra que implicó un aumento de 0,9 por ciento frente a junio del 2015, según informes del DANE, la desocupación pasó del 8,2% en junio del 2015 al 8,9% en junio de este año. El desempleo en el segmento de la población entre 21 – 35 años de edad alcanza a estar en el 17,1% un resultado que incluso supera la media nacional (10,1% en Marzo).
Nivel de competencia en el mercado	3	El nivel de competencia es alto, pues existen diversos portales de búsqueda de empleo y ya posicionados como Eempleo.com, Computrabajo, LinkedIn, entre otros; sin embargo ninguno de ellos ofrece la faceta sobre emprendimiento, ni ofrece coaching.

Tiempo de implementación y lanzamiento	4	Como cualquier otra aplicación, esta tiene un proceso de implementación y lanzamiento, pero esta no tan extenso, debido a que las personas son las encargadas de nutrir con información nuestra plataforma y lograr así un posicionamiento por medio del voz a voz gracias a la efectividad de nuestro servicio y la generación de alianzas con empresas y multinacionales.
Barrera alta, media o baja para ingresar al mercado	4	Las barreras son medias, debido a que la creación de estos portales se basa en la confianza que le entrega al consumidor. A pesar de que ya existen competidores posicionados, la efectividad en un servicio tan importante como el desarrollo profesional crea una relación estable y a largo plazo con nuestro cliente objetivo.
Total	4	Según matriz de calificación

Fuente. Propia

3.2 Market place de eventos

Las fechas especiales siempre son importantes para todos los seres humanos, por lo que siempre querrán conmemorarlas con algún tipo de celebración. Hay que tener en cuenta que al organizar un evento se deben mirar varios factores: Tipo de evento, duración, público objetivo, recursos, tiempo en el que se realiza, lugares, costos, expectativas. Por eso, y pensando en la necesidad de los consumidores y en el deseo de los clientes de hacer todo más sencillo, se creó un Market place de eventos, esta es una aplicación diseñada para simplificarles a las personas todo el trabajo que requiere la organización de algún evento importante. La App consiste en ser el intermediario entre las personas y las organizaciones que ofrecen estos servicios para que puedan conseguir todo en un solo sitio y no se vean en la ardua labor de buscar en sitios diferentes y tal vez pagando un valor más alto.

La aplicación cuenta con muchas opciones para cualquier tipo de evento, se acomoda a las necesidades de cada cliente y además, cuenta con un chat disponible 12 horas al día para las personas que requieran algún tipo de asesoría.

Adicional a esto, la aplicación será gratuita, los ingresos vendrán únicamente de la publicidad y del pago que deberán hacer los que prestan estos servicios para tengan un espacio en la aplicación.

3.2.1 Tabla de valoración

Tabla 2. Market place de eventos

Market place de eventos	Valoración	Observación
Nivel de innovación	3	El nivel de innovación es medio, porque aunque se puede conseguir fácilmente toda la información para realizar cualquier evento, no existe ninguna aplicación que contenga en ella todas las opciones necesarias (locación, fotografía, comida, papelería, etc.)
Tamaño de oportunidad (Fuente real de potencial total de mercado)	3	El tamaño de oportunidad es medio alto, porque el 72% de los colombianos son de clase media-alta según datos del DANE, lo que significa que tienen la capacidad adquisitiva de festejar fechas especiales, y aunque existen muchos sitios que ofrecen estos servicios, no existe ninguna aplicación que ofrezca todo en uno.

Nivel de competencia en el mercado	4	El nivel de competencia en el mercado es medio alto, si se mira por el lado de que ya existen muchas agencias que ofrecen estos servicios y las personas tal vez quisieran tomarse el tiempo de buscar cada cosa por separado, pero por otro lado puede ser bajo, por ser la primera aplicación que reúna todo en un solo sitio.
Tiempo de implementación y lanzamiento	3	El tiempo de implementación es medio porque la creación de cualquier tipo de aplicación lleva tiempo y dinero, pero al ser una aplicación que solo contiene información de organizaciones ya establecidas, el trabajo no es tan complejo.
Barrera alta, media o baja para ingresar al mercado	4	La barrera para ingresar al mercado es media alta, porque en el mercado hay mucha competencia, por eso nuestra finalidad es, mediante publicidad, dar a conocer la aplicación, y que el cliente sepa que ahora realizar cualquier tipo de evento no es un trabajo tan arduo sino que puede conseguirlo todo con un solo click.
Total	3,5	Según matriz de calificación

Fuente. Propia

3.3 Investigación de mercados al alcance de las PyMEs

La investigación de mercado es una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos. Sirven al comerciante o empresario para realizar una adecuada toma de decisiones y para lograr la satisfacción de sus clientes.

La idea de esta aplicación surge pensando en la necesidad que tienen las PyMEs colombianas de realizar investigaciones de mercado y de la falta de presupuesto para hacer este tipo de investigaciones, además de la falta de conocimiento sobre la importancia que tienen estas investigaciones para el desarrollo y cuidado de sus inversiones.

Según el artículo ¿Por qué fracasan las PyME en Colombia?, publicado por la revista Dinero, las PyMEs están fallando dado la poca importancia que le dan a la innovación y al conocimiento los cuales deberían ser el centro y el corazón que hacen mover los otros ítems de importancia en las organizaciones (2014). El mismo artículo afirma que una de las formas de solucionar esto es recurrir a la academia; por esta razón, buscamos desarrollar una aplicación en donde los empresarios, dueño de PyMEs, encuentren a bajo costo, guías y cursos para desarrollar sus propias investigaciones de mercado y se eviten hacer grandes inversiones teniendo la posibilidad de llevar a cabo su propio plan de direccionamiento estratégico.

Adicional a lo anterior, la aplicación tendrá también un espacio gratuito en donde se pretende compartir diferentes contenidos sobre la importancia de la investigación de mercados y donde los usuarios tendrán la posibilidad de expresar sus diferentes ideas y comentarios al respecto. En este espacio, diferentes empresas de publicidad, mercadeo e investigación de mercados, podrán hacer publicidad por medio de la aplicación.

3.3.1 Tabla de valoración

Tabla 3. Investigación de mercados al alcance de las PyMEs

Investigación de mercados al alcance de las PyMEs	Valoración	Observación
--	-------------------	--------------------

Nivel de innovación	4	El nivel de innovación de este producto es medio alto ya que actualmente, a pesar de existen en el mercado diversas aplicaciones sobre tips y guías de diferentes temas empresariales, no hay ninguna dedicada a la educación sobre la investigación de mercados como tal.
Tamaño de oportunidad (Fuente real de potencial total de mercado)	4	<p>El tamaño de oportunidad de mercado es alto ya que en Colombia hay 2,5 millones de micro, pequeñas y medianas empresas (Dinero, 2016) que podrían estar interesadas en aprender a hacer sus propias investigaciones de mercado. Adicional, los contenidos que se ofrecerán serán de bajo costo (entre 8 y 15 dólares) lo cual los convierte en productos accequibles para cualquier empresario.</p> <p>La aplicación será gratuita, por lo que la oportunidad de mercado no solo se cierra para las PyME sino que además está abierta a cualquier tipo de público interesado en el tema.</p>

<p>Nivel de competencia en el mercado</p>	<p>2</p>	<p>El nivel de competencia es alto ya que muchos contenidos se pueden encontrar en el buscador Google; por lo tanto nuestro objetivo será crear contenidos diferenciadores, que a pesar de contar con una información similar, sean diferentes para los ojos de los compradores gracias a los videos, la organización y las diferentes formas de presentar los tips de la información que se pretende ofrecer.</p> <p>Adicional a lo anterior, en estados unidos existen algunas aplicaciones dedicadas a la investigación de mercados que a pesar de no tener como objetivo, el mismo que proponemos, son aplicaciones que manejan una información similar. Entre ellas encontramos MRA- Marketing Research Association, una aplicación que muestra información y estrategias para ayudar a guiar las decisiones de las empresas. Es una App totalmente en inglés; y KBC Research que muestra información diaria sobre sobre algunas estrategias de mercadeo que se están llevando a cabo en la zona europea, US y UK.</p>
---	----------	---

Tiempo de implementación y lanzamiento	4	<p>Como cualquier otra aplicación, esta tiene un proceso de implementación y lanzamiento extenso. Para poder desarrollar una aplicación de forma exitosa es necesario hacerse una serie de preguntas como las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Existen aplicaciones móviles que ya hagan lo que quiere hacer? - ¿Se incluirá pago por descarga? - ¿Se van a realizar compras de productos dentro de la app? - ¿Los usuarios necesitaran registrarse en plataformas como Facebook o Twitter? - ¿Se quiere compartir en redes sociales? <p>Entre otras preguntas que nos llevará a hacer una implementación y posteriormente un lanzamiento satisfactorio de nuestra aplicación</p>
Barrera alta, media o baja para ingresar al mercado	4	<p>La barrera de entrada es baja ya que en la actualidad es relativamente fácil desarrollar una aplicación como esta. Adicional, el contenido que estamos ofreciendo se diferencia de aquellos que ya existen en el mercado por lo tanto no tenemos un competidor en específico que busque atacarnos de inmediato</p>
Total	3,6	Según matriz de calificación

Fuente. Propia

4. DECISIÓN FINAL

La decisión final es la App “VOM JOB”. Esta decisión se toma ya que encontramos una muy buena oportunidad de mercado dada la cantidad de desempleados en Colombia (8,9% según información indicada en el primer punto) y la necesidad que tienen estas personas de conseguir empleo.

Adicional a lo anterior, sabemos que quienes más harían uso de nuestra aplicación serían los millennials ya que estas personas jóvenes están muy conectadas en la actualidad a través de las redes sociales y el internet y prefieren manejar la información de forma interactiva y dinámica. Los millennials invierten el doble de tiempo en nuevos canales y medios, no sólo en servicios de video online (donde emplean 11 horas diarias frente a 5 de los consumidores mayores), también en redes sociales (7 frente a 3) o escuchando música en streaming (Redacción, 2016).

Del 10% de la población colombiana desempleada, el 17,1% son millennials y son personas que buscan ingresar a empleos estables en grandes compañías (Revista Dinero, 2016) y es por esto que los millennials representan una oportunidad grande de mercado para nuestra aplicación puesto que si estas personas crean sus perfiles por este medio, las grandes empresas se interesarán en hacer parte de esta plataforma para llegar a este tipo de personas, quienes son su foco para el desarrollo profesional dentro de las instalaciones de sus empresas.

Con respecto al tema del emprendimiento, una encuesta realizada por Trabajando.com, revela que el 82% de los jóvenes encuestados aseguran que les gustaría crear una compañía propia, según reporta Portafolio (Ortega, 2015). Deloitte, una compañía que provee consultoría y asesoría financiera, realizó un estudio sobre millennials en más de 15 países, incluyendo Estados Unidos, España, Alemania, Rusia, entre otros, en donde encontró que el 78% de los encuestados piensan que la innovación es esencial para que un negocio crezca. Con respecto a lo mencionado anteriormente, nuestra oportunidad de mercado no solo serían los millennials desempleados, sino todos aquellos interesados en emprender, lo cual nos amplía nuestra oportunidad de mercado en un porcentaje importante ya que en Colombia hay más de 12 millones de millennials (Alarcon & Larraz, 2015)

5. POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO SERVICIO A LANZAR.

Para determinar el posicionamiento estratégico de la bolsa de trabajo interactiva, primero hay que establecer cuál es su mercado objetivo.

En principio, esta aplicación va enfocada únicamente para las personas que están sin empleo, y por esto, la bolsa de trabajo interactiva tiene una oportunidad en el mercado bastante grande, teniendo en cuenta que en Colombia el 8.9% de la población está desempleada, y en el segmento entre 21-35 años es del 17.1% , esta tendrá una gran acogida por ser una aplicación que respondiendo a la demanda, crea una conexión de forma más interactiva entre la persona desempleada y la organización que está en proceso de contratación.

Debido a esto, el posicionamiento estratégico de la bolsa de trabajo interactiva es segmentación enfocada a un segmento, porque va a dirigida solo para una parte de población, las personas desempleadas. Por lo tanto, el objetivo estratégico de esta aplicación es solo un segmento y su ventaja estratégica es la exclusividad percibida por el cliente.

Por otro lado, al ser la primera aplicación en ofrecer este servicio, este tipo de posicionamiento nos traerá grandes beneficios a largo plazo porque su expansión será cada vez más grande, y además, al posicionarnos como la mejor aplicación para conseguir trabajo y al evitar que nuestro diferencial sea copiado, la perdurabilidad y rentabilidad de la empresa serán bastante grandes.

6. DEFINICIÓN DE VENTAJA A DESARROLLAR, COMPARATIVA O COMPETITIVA.

En el desarrollo de nuestra aplicación “VOM JOB” estamos implementando una ventaja competitiva ya que estamos logrando que nuestro negocio tenga un plus que nuestros competidores El empleo, Computrabajo, entre otros, no tienen actualmente, logrando crear un gran diferencial para nuestros clientes objetivos.

VOM Job busca ser el intermediario más efectivo entre los Millennials y su desarrollo profesional. Es una aplicación que busca fundamentalmente apoyar a esta generación, bien sea en la consecución de su empleo soñado, en multinacionales y/o grandes empresas, o en su emprendimiento.

Como valor agregado, la aplicación busca hacer coaching, dando a los usuarios todos los tips necesarios para cumplir satisfactoriamente con las pruebas que exigen las empresas a las que aplican; es decir, tendrá ejemplos de pruebas psicotécnicas, de Excel, de personalidad, de conocimientos específicos por áreas, etc.; dependiendo de las exigencias de cada empresa. Tendrá todo lo que necesita saber para que cada usuario se acerque más a conseguir el empleo que desea.

Por el lado del emprendimiento, brindará todas las vías de acceso para que entre usuarios que compartan los mismos intereses, se pueden contactar y conocer, para buscar futuras relaciones de negocios.

Por parte de las personas naturales, buscamos generar una mayor conexión de una forma interactiva entre estas y las empresas, por medio de la creación de videos los cuales lograrán resaltar mejor sus aptitudes frente a las organizaciones. A demás contarán con información útil y actualizada que les servirá como apoyo al momento de presentarse a diferentes cargos, hablando

de preparación de entrevistas, pruebas sicotécnicas y diferentes assessments que se presentan en todo el proceso de reclutamiento.

7. ANÁLISIS DEL DIAMANTE DE PORTER (5 FUERZAS)

7.1 Amenaza de nuevos entrantes o jugadores

Gracias al desarrollo del internet y las redes sociales se han convertido en una opción que facilita los procesos de selección y reclutamiento de las empresas, pues a través de estos medios se ponen en contacto más rápido empresas y personas naturales. Al pasar de los años ha incrementado el número de entidades de bolsa de trabajo virtual. AL igual que las personas en búsqueda de trabajo ven los sitios web como la principal opción para encontrarlo.

Como nuevos entrantes o jugadores de esta industria, vemos que existen diferentes páginas desde hace muchos años, y que se encuentran ya posicionadas en la mente del consumidor. Además de tener mayor conocimiento y entender la dinámica del sector que le permite lograr un desempeño superior frente a estos nuevos competidores.

Actualmente, existe un número elevado de bolsas de empleo, y se espera que este siga creciendo en los próximos años, pues este medio se ha convertido en una forma fácil y económica tanto para quienes buscan empleo como para las empresas que necesitan capital humano.

La inversión en la realización de un buscador de empleo, es la natural del desarrollo de toda aplicación. La creación de alianzas y la credibilidad del mercado son lo que fundamentan las bases de estas organizaciones.

La amenaza de nuevos entrantes o jugadores es media alta. Es por esto que en un mercado como este, en el que existe gran cantidad de oferta, la innovación es el principal camino para incursionar en el mismo. Logrando entender los insights del consumidor creando un diferencial en un sector tan saturado como lo es el de buscadores de empleo. Así mismo el principal reto de

este es la fidelización del consumidor, lográndolo por medio del cumplimiento de la promesa de valor.

Tabla 4. Amenaza de nuevos entrantes o jugadores

	SI (+)	N/A	NO(-)
1. ¿Tienen las empresas grandes alguna ventaja de costo o desempeño en el segmento de industria?	x		
2. ¿Existen productos con atributos diferenciadores controlados exclusivamente por uno o pocos competidores			x
3. ¿Hay identidades de marca bien definidas en la industria?	x		
4. ¿Deben sus clientes incurrir en algún costo de cambio significativo ("switching costs") al cambiar de proveedor?			x
5. ¿Es necesario contar con mucho capital para entrar a la industria?			x
6. ¿Los bienes de capital que utilizan son particularmente costosos?			x
7. ¿El recién llegado ("newcomer") a la industria encuentra dificultades para conseguir acceso a canales de distribución?	x		
8. ¿La experiencia adquirida sirve para bajar continuamente sus costos?			x
9. ¿Cree que el recién llegado tendrá problemas para acceder a los recursos humanos cualificados, insumos o proveedores necesarios?	x		
10. ¿Tiene su producto o servicio alguna característica diferenciada que le genere una ventaja de costos?	x		
11. ¿Hay alguna licencia, requisito administrativo o seguro de riesgo que sean difíciles de obtener?			x
12. ¿Debería un recién llegado a la industria temer maniobras de retaliación?			x

Fuente. Propia

7.2 Poder de negociación de los compradores

Los compradores en este sector, son las personas que se encuentran en busca de una estabilidad laboral y las organizaciones que buscan los mejores candidatos para conformar el mejor equipo en sus compañías.

Específicamente nuestro cliente objetivo son los Milleniales, quienes han impulsado cambios significativos en los comportamientos de consumo. Tienden a ser mucho más innovadores, buscan nuevas marcas y enfrentan nuevos retos con las organizaciones que logren ganar su confianza. Son críticos, exigentes y volátiles, debido a que es un nicho del mercado que gracias a que la tecnología es su principal aliado se encuentran informados de lo que ocurre a su

alrededor 24/7. Es una generación con aversión a lo tradicional. Buscan nuevas formas de realizar procesos y de encontrar respuesta a los problemas (García R. & Medina, 2016).

Se trata de una generación de consumidores calculadores e informados que llevan al máximo sus búsquedas de información antes lograr confiar en una marca o negocio.

Las organizaciones por su parte se muestran exigentes al momento de la selección y buscan una organización que sea efectiva al momento de elegir el candidato indicado para el cargo requerido. Evitando de esta forma reprocesos en la contratación.

Es así como podemos concluir que el poder de negociación de nuestros compradores es alto debido a que nos estamos enfrentando a un consumidor el cual estar informado es su prioridad y tienen claro cuáles son las mejores organizaciones en el sector. Por eso mismo el reto se encuentra en la innovación, en retarlos a probar nuevas e interactivas formas de realizar la búsqueda de empleo, logrando así un beneficio bilateral entre la persona natural y la organización.

Tabla 5. Poder de negociación de los competidores

	SI (+)	N/A	NO(+)
1. ¿Hay muchos compradores en relación al número de empresas en la industria?	x		
2. ¿Tiene muchos clientes, con compras individuales relativamente pequeñas?	x		
3. ¿Debe el cliente incurrir en costos significativos de cambio al reemplazar proveedores?			x
4. ¿Necesita el comprador mucha información crítica para tomar decisiones?	x		
5. ¿Necesita el comprador información adicional?	x		
6. ¿Qué tan fácil sería para el cliente integrarse hacia atrás?			
7. ¿Son sus clientes altamente sensibles al precio?	x		
8. ¿Tiene su producto atributos diferenciados? ¿Tiene una identidad de marca claramente establecida en la mirada del consumidor?	x		
9. ¿Los negocios de sus clientes son rentables?	x		
10. ¿Ofrece incentivos a quienes toman decisiones?	x		

Fuente. Propia

7.3 Amenaza de productos sustitutos

La amenaza de productos sustitutos es alta, debido a que existen varias plataformas muy bien posicionadas (LinkedIn, elemplo.com, computrabajo, etc.) que ofrecen un servicio parecido. Sin embargo, en el mercado aún no existe una aplicación como la que ofrecemos, en la cual se pueda interactuar de forma más dinámica entre las empresas y los usuarios, pero se tiene bastante claro, que si no nos movemos rápido y logramos que nuestro servicio diferenciador no sea copiado, cualquiera de estas aplicaciones ya existentes, respondiendo a la demanda de los usuarios, ofrecerán el mismo servicio y se quedarían con todo el mercado.

Tabla 6. Poder de negociación de los sustitutos

	SI (+)	N/A	NO(-)
1. Los productos sustitutos tienen limitaciones de desempeño, no compensadas completamente por su precio más bajo, o tienen ventajas de desempeño no justificadas por su precio más alto.	X		
2. ¿Debe el cliente incurrir en costos de cambio al elegir un producto sustituto?			X
3. No existe ningún sustituto para su producto.			X
4. Es improbable que su cliente sustituya su producto.			X

Fuente. Propia

7.4 Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de los proveedores es alto, debido a que nuestros ingresos dependen de cuantas empresas estén interesadas en obtener un espacio en nuestra aplicación, es decir, si nuestro portafolio de empresas es muy bajo, las personas no tendrán la capacidad de elegir un trabajo de acuerdo a sus necesidades sino únicamente a lo que ofrezca la plataforma, y esto representaría un gran riesgo para nosotros porque los usuarios preferirían ir directamente a la competencia, sin importar que el método de selección sea distinto.

Tabla 7. Poder de negociación de los proveedores

	SI (+)	N/A	NO(-)
1. Mis insumos (materiales, RRHH, servicios, tecnología, etc.) son commodities estándares, no diferenciados o particularmente escasos.			X
2. Puedo cambiar de proveedores en forma rápida y a bajo costo.			X
3. Mis proveedores tendrían mucho dificultad para ingresar en mi negocio, o mis clientes tendrían dificultades para integrarse hacia atrás e internalizar mi negocio.			X
4. Puedo sustituir insumos fácilmente.			X
5. Tengo a mi alcance un abanico de proveedores potenciales.	X		
6. Mi negocio es importante para mis proveedores.	X		
7. El costo de mis insumos tiene un peso significativo sobre mis costos generales.			X

Fuente. Propia

7.5 Rivalidad entre competidores existentes

Esta industria tiene un gran nivel de competencia dada la facilidad de acceso a los recursos necesarios para crear o mantener esta idea de negocio. Actualmente, como se ha mencionado anteriormente, los rivales más grandes en este mercado son Elemplo.com Computrabajo y LinkedIn, siendo ellos quienes marcan la pauta del cómo actuar en esta industria. A pesar de lo anterior, existen además un sin número de aplicaciones y páginas web que satisfacen la misma necesidad de los consumidores. Usualmente estas aplicaciones y páginas tienen accesos gratuitos para las personas, lo cual hace que la competencia sea aún más fuerte y le permite a los consumidores tener poder de negociación dentro de ese mercado.

Tabla 8 Rivalidad entre competidores existentes

	SI (+)	N/A	NO(-)
1. La industria crece rápidamente.	X		
2. La industria no es cíclica			X
3. Los costos fijos del negocio son una porción relativamente baja de los costos totales.			X
4. Hay diferencias significativas de producto e identidades de marca entre los competidores.			X
5. Los competidores tienden estar más diversificados que especializados ("niche players").			X
6. No sería difícil abandonar este negocio porque no existen activos altamente especializados, ni compromisos contractuales o de otro tipo de largo plazo.	X		
7. Mis clientes incurrirían en costos significativos si cambian mis productos por los de un competidor.			X
8. Mi producto es complejo y para utilizarlo mi cliente debe desarrollar una comprensión detallada.			X
9. Mis competidores tienen aproximadamente el mismo tamaño que mi organización		X	

Fuente. Propia

7.6 Conclusión general del diamante de Porter

A pesar de que esta industria tiene un altísimo nivel de competencia y en donde aparentemente todos tienen el poder excepto nosotros como proveedores del servicio, es importante resaltar que la idea de negocio posee una ventaja competitiva que actualmente no es ofrecida por ninguna plataforma en el mercado.

Sí bien estamos buscando entrar en un mercado agresivo, es claro que debemos hacerlo de forma fuerte, con argumentos y acciones claras que lleven a esta aplicación a ser reconocida en el medio de forma rápida y eficiente para así ser reconocidos por introducir al mercado una idea nueva y diferente de ofrecer y encontrar empleo, generando un dinamismo en este mercado que seguramente resultará en beneficios positivos para nosotros.

Tabla 9. Conclusión del diamante de Porter

	Favorable	Moderado	Desfavorable
1. Amenaza de nuevos entrantes.			X
2. Poder de negociación de compradores.		X	
3. Amenaza de productos sustitutos.	X		
4. Poder de negociación de proveedores		X	
5. Determinantes de rivalidad en la industria.			X

Fuente. Propia

8. ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LA META DE MERCADO PESTA

8.1 Aspecto socioeconómico

El consumidor en el que nos enfocaremos son personas entre 20-35 años conocidos como la Generación Y o Millennials. Actualmente es gran parte de la población que tiene grandes dificultades para conseguir un empleo, pero no sólo conseguirlo sino conseguir uno que este a la altura de su formación profesional. Según el reporte de Tendencias Digitales los Millennials, actualmente en Latinoamérica, un 30 % de la población es Millennial. Y según una proyección de la consultora Deloitte, en 2025, representarán el 75 % de la fuerza laboral del mundo

Los Millennials son, por tanto, la futura generación de consumidores y usuarios, un mercado sustancial con nuevas características, necesidades y demandas que conviene conocer por las repercusiones y transformaciones que exigirá a las empresas.

Es la primera generación que tiene acceso inmediato la información, gracias al desarrollo y avance del internet, aplicaciones y redes sociales que les ayuda a estar enterados de lo que ocurre a sus alrededor constantemente. Prefieren internet a la TV convencional. El 59% ve películas por internet y el 46% televisión. Es por esto que ni el prime time ni la publicidad clásica son buenas estrategias para llegar a este target.

Además tienen un comportamiento multitasking, integrando diferentes tipos de dispositivos a la vez. Están conectados por diferentes medios tecnológicos, desde computadores, hasta relojes digitales. Según Millward Brown, en promedio, dedican alrededor de 7 horas al día para

conectarse a internet, utilizando múltiples pantallas digitales, lo que supone un 5 % más que el promedio mundial.

Algo importante de destacar es la gran demanda de los Millennials hacía las aplicaciones móviles, lo que se encuentra impulsando el acelerado crecimiento de este tipo de portales. Ante esta realidad, las compañías se están enfocando en mejorar la funcionalidad de sus aplicaciones móviles ya que se han convertido en una potente herramienta de venta que permite mejorar la experiencia de compra.

Son mucho más críticos, exigentes y volátiles. De hecho, un 86 % de los consumidores actuales declara que dejaría de hacer negocios con una empresa debido a una mala experiencia de cliente, frente al 59 % de hace 4 años. Para los Millennials, las experiencias digitales negativas en línea y móvil tienen un impacto negativo mucho mayor que sobre otros grupos de edad.

Esta realidad debería encaminar a las compañías a situar la experiencia del consumidor en el eje central de su estrategia, en términos de relación, comunicación y organización. Para ello, las empresas deben dejar de concentrarse en las características del producto, para identificar las experiencias del usuario.

8.2 Aspecto demográfico

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), en Colombia actualmente hay 21 millones de personas con un empleo y 2.3 millones de personas desempleadas.

Entre los obstáculos para la solución del problema del desempleo pocas veces se trata la cuestión del crecimiento poblacional. Disminuir el desempleo implica aumentar la oferta de puestos de trabajo a una tasa superior al aumento de la mano de obra. La oferta de empleo depende básicamente del crecimiento económico y este, a su vez, de unas condiciones generales sobre las cuales un gobierno tiene una influencia apenas limitada. En cambio, la posibilidad de

influir sobre el crecimiento de la población es mucho mayor, ya que es un problema específico de educación y responsabilidad social.

De hecho, a pesar de su lugar protagónico en el bienestar económico, la variable de crecimiento demográfico recibe una atención marginal. Sin embargo, el excesivo crecimiento poblacional es posiblemente la causa que, por sí sola, mejor explica las características de nuestro subdesarrollo. La población colombiana se ha multiplicado por 4 en los últimos 50 años, pasando de 11 millones de habitantes en 1950 a 44 millones, de acuerdo a la estimación más reciente. Este tipo de fenómeno explosivo no se dio en los países hoy llamados desarrollados, pues las altas tasas de natalidad del siglo XIX eran contrarrestadas por altas tasas de mortandad. Por ejemplo, la Francia de 1805 contaba ya con 25 millones de habitantes. Se tomaron 200 años para poco más que duplicar esta cifra y llegar a la actual, de 60 millones de habitantes.

El crecimiento poblacional desmesurado requiere la muy rápida creación de escuelas, servicios públicos, asistencia social, infraestructura vial y de comunicaciones, etc., que a nuestro ritmo reproductivo ni un país desarrollado podría haber asumido satisfactoriamente. El rezago educacional es una de las más tristes consecuencias de la multiplicación poblacional. Tantos de estos nuevos niños se quedan sin una educación completa, que mucho de este capital humano en potencia se desperdicia y se convierte en una carga para el resto de la sociedad. Adicionalmente, para los que obtienen educación, se requieren puestos de trabajo para ocuparlos. La explosión demográfica trae muchas otras consecuencias negativas. Como la transmisión de riqueza de una generación a la siguiente es insuficiente, al igual que la atención de los padres y la transmisión de valores, se incentiva la violencia. Finalmente, la avalancha de gente genera una importante presión sobre los recursos naturales. Una cosa era Colombia entera con inmensas extensiones de selva virgen y abundante diversidad de fauna y flora, en 1905, para 4 millones de habitantes. Otra cosa es un país deforestado para una población 10 veces mayor.

El control del crecimiento poblacional es imprescindible para nuestro bienestar económico futuro. Algunos sectores de la iglesia católica y de la izquierda tradicional no han apoyado estas iniciativas. Pero esto no es una cuestión ideológica si no de números. El crecimiento exponencial

de la población es eventualmente insostenible. La planificación familiar necesita un nuevo y definitivo empuje desde las más altas esferas del gobierno.

8.3 Aspecto económico

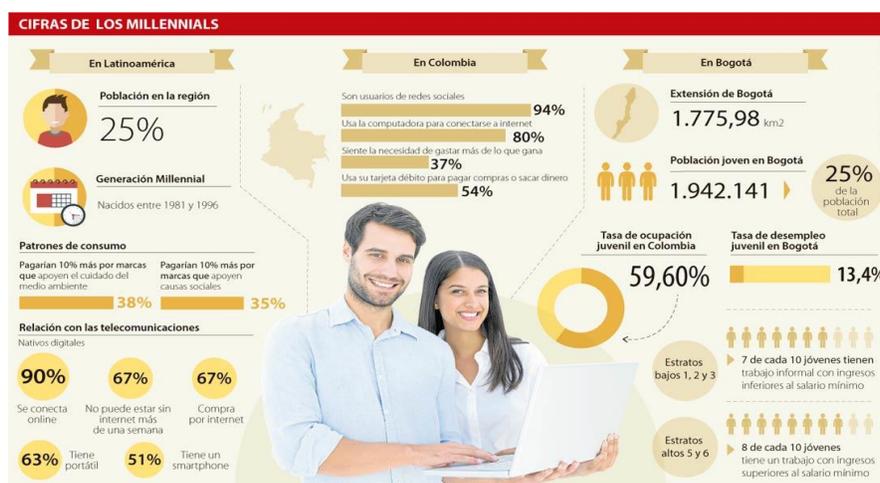
La tasa de desempleo en Colombia a julio del 2016 es del 9,85% según el boletín de indicadores económicos del Banco de la República (2016). Este dato, además de haber aumentado en un punto con respecto al año anterior, nos indica que la población desempleada en Colombia está cerca de los 3 millones de personas actualmente.

Como lo afirman las estadísticas del DANE, en el trimestre entre abril y junio las ciudades con la tasa de desempleo más alta fueron Quibdó, con el 17,8%, Cúcuta, que registró el 14,9% de desempleo y Armenia, en donde el indicador se ubicó en 14,6%. Entre tanto, las ciudades con los índices más bajos de desempleo fueron Cartagena, con una tasa del 8,2%, Barranquilla, con el 8,5%, y Bogotá, donde el porcentaje de desocupados fue del 8,5%. (2016).

Una porción de la población desempleada en Colombia está conformada por los millennials. Los millennials son un grupo generacional que se encuentra conformado por jóvenes de entre 17 y 37 años. Esta generación se encuentra marcada por el amor a la tecnología, a la información y a una vida en la que internet ha sido una constante para la mayoría de personas que pertenecen a esta (García R. & Medina, 2016).

Si nos situáramos únicamente en Bogotá, la ciudad cuenta con una participación porcentual de 25% dentro del PIB. La población total de habitantes es de 7.467.804, de los cuales 1.942.141 (25%) figuran como población juvenil (millennial); que al mismo tiempo está dividida dentro del sistema de estratificación social. La tasa de desempleo en la capital es del 8,5%, el 13,4% representa a los jóvenes que están sin trabajo (ver imagen 1).

Ilustración 1. Cifras de los Millennials.



Fuente: Periódico la República, Octubre 2015

8.4 Aspecto medio ambiental y legal

No existe un impacto medioambiental como tal por la creación de aplicaciones móviles; sin embargo, para este caso se debe estudiar el impacto medioambiental de los celulares y dispositivos móviles dado que para efectos del estudio, estos dispositivos serán los medios por los cuales se hará uso de la aplicación propuesta.

Un usuario le da en promedio una vida útil de dos años a un celular según estudios efectuados por la industria de la telefonía celular en Colombia. Más de 40 millones de toneladas de estos residuos se botan en el mundo anualmente. En Colombia no existen estudios que precisen esa cifra pero un 22% de los usuarios de los equipos celulares en Colombia admite que lo bota a la basura, y tan solo un 4% dice que lo entrega para reciclaje.

Cuando un celular no se recicla, el agua corre mucho riesgo de contaminación dada la oxidación de los metales presentes en un celular que termine en un relleno sanitario o botadero a cielo abierto. En la actualidad, el diseño de algunos móviles y el uso de nuevas tecnologías permiten alcanzar una recuperación hasta del 97% del material utilizado en la fabricación de los

equipos y es por esto la importancia que tiene el hecho de aprender a reciclar estos equipos. El Ministerio de Medio Ambiente creó en el año 2007 un programa llamado “recicla tu celular y comunícate con la tierra”; este programa involucra a todos los operadores de telefonía móvil, fabricantes e importadores de celulares en Colombia para que promuevan el reciclaje de aparatos y accesorios dañados o en desuso. En la actualidad la iniciativa cuenta con 155 puntos distribuidos en 30 ciudades del país (El Tiempo 2014).

9. INVESTIGACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

9.1 Modelo de encuesta aplicada

El modelo de encuesta que se va a aplicar es la encuesta online ya que de este modo es más sencillo llegar a una mayor cantidad de personas en un tiempo más corto. Dentro de la encuesta se pretenden formular preguntas de tipo tanto cuantitativo como cualitativo para lograr llegar con mayor exactitud a la opinión que tiene el público frente a nuestra idea de negocio y de este modo poder sacar las mejores conclusiones y determinar un análisis efectivo frente a nuestra idea.

Preguntas aplicadas:

- 1. Edad**
 - a.** 18-21
 - b.** 22-25
 - c.** 26-29
 - d.** 30-35

- 2. Género**
 - a.** Femenino
 - b.** Masculino

3. Nivel socioeconómico

- a. 3
- b. 4
- c. 5
- d. 6

4. Ciudad de residencia

5. ¿Descarga usted aplicaciones en su Celular?

- a. Sí
- b. No

6. ¿Por cuál medio se entera de la existencia de nuevas aplicaciones?

- a. Facebook
- b. Google
- c. Otro
- d. Prensa
- e. Radio/Televisión

7. ¿Se encuentra usted desempleado actualmente?

- a. Sí
- b. No

Si su respuesta fue Sí, continúe con la pregunta # 9. Si su respuesta fue No, continúe con la pregunta # 8

8. A pesar de que su respuesta anterior fue NO, ¿Se encuentra usted buscando empleo actualmente?

- a. Sí
- b. No

9. ¿Qué medio de búsqueda de empleo recuerda, aunque nunca lo haya ha utilizado?

10. Califique, con qué frecuencia ha utilizado los siguientes portales de búsqueda de empleo. Siendo 1 Baja frecuencia y 5 alta frecuencia

	1	2	3	4	5
linkedin					
Elempleo.com					
Computrabajo					
Zonajobs					
Prensa					
Otro					

11. ¿Cuál es su filtro de búsqueda más utilizado en los portales de empleo?

- a. Salario
- b. Tipo y tamaño de la empresa
- c. Localización Geográfica de la empresa
- d. Otro

VOM Job busca ser el intermediario más efectivo entre los Millennials y su desarrollo profesional. Es una aplicación que busca fundamentalmente apoyar a esta generación, bien sea en la consecución de su empleo soñado, en multinacionales y/o grandes empresas, o en su emprendimiento.

Como valor agregado, la aplicación busca hacer coaching, dando a los usuarios todos los tips necesarios para cumplir satisfactoriamente con las pruebas que exigen las empresas a las que aplican; es decir, tendrá ejemplos de pruebas psicotécnicas, de Excel, de personalidad, de conocimientos específicos por áreas, etc.; dependiendo de las exigencias de cada empresa. Tendrá todo lo que necesita saber para que cada usuario se acerque más a conseguir el empleo que desea.

Por el lado del emprendimiento, brindará todas las vías de acceso para que entre usuarios que compartan los mismos intereses, se pueden contactar y conocer, para buscar futuras relaciones de negocios.

Por parte de las personas naturales, buscamos generar una mayor conexión de una forma interactiva entre estas y las empresas, por medio de la creación de videos los cuales lograrán resaltar mejor sus aptitudes frente a las organizaciones. A demás contarán con información útil y actualizada que les servirá como apoyo al momento de presentarse a diferentes cargos, hablando de preparación de entrevistas, pruebas sicotécnicas y diferentes assessments que se presentan en todo el proceso de reclutamiento.

12. ¿Pagaría usted por obtener la información, los tips y la preparación necesaria sobre los assesments que asignan las grandes empresas en sus procesos de selección para así ser más efectivo en su proceso dentro de las mismas?

- a. Si
- b. No

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para obtener la información sobre las pruebas específicas de una empresa y así estar preparado para aplicar a la misma? Tenga en cuenta la importancia y la ventaja que le puede dar esto sobre su competencia

- a. \$30.000 - \$50.000
- b. \$60.000 - \$80.000
- c. \$90.000 - \$110.000

d. Más de \$110.000

14. ¿Está usted interesado en emprender?

- a. Si
- b. No

15. Con base a lo anterior. ¿Qué tan interesado estaría en realizar vídeos para mostrar su idea de negocio frente a posibles socios?

Siendo 1 nada interesado y 5 muy interesado

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

16. De acuerdo con la siguiente escala, donde 1 es nada interesado y 5 es muy interesado. ¿Qué tan interesado(a) estaría en utilizar esta aplicación, cuando se encuentre en la búsqueda de empleo?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

17. ¿Considera que esta idea es innovadora?

- a. Sí
- b. No

9.2 Concepto del producto a testear

VOM JOB busca ser el intermediario más efectivo entre los Millennials y su desarrollo profesional. Es una aplicación que busca fundamentalmente apoyar a esta generación, bien sea en la consecución de su empleo soñado, en multinacionales y/o grandes empresas, o en su emprendimiento.

Como valor agregado, la aplicación busca hacer coaching, dando a los usuarios todos los tips necesarios para cumplir satisfactoriamente con las pruebas que exigen las empresas a las que aplican; es decir, tendrá ejemplos de pruebas psicotécnicas, de Excel, de personalidad, de conocimientos específicos por áreas, etc.; dependiendo de las exigencias de cada empresa. Tendrá todo lo que necesita saber para que cada usuario se acerque más a conseguir el empleo que desea.

Por el lado del emprendimiento, brindará todas las vías de acceso para que entre usuarios que compartan los mismos intereses, se pueden contactar y conocer, para buscar futuras relaciones de negocios.

Por parte de las personas naturales, buscamos generar una mayor conexión de una forma interactiva entre estas y las empresas, por medio de la creación de videos los cuales lograrán resaltar mejor sus aptitudes frente a las organizaciones. A demás contarán con información útil y actualizada que les servirá como apoyo al momento de presentarse a diferentes cargos, hablando de preparación de entrevistas, pruebas sicotécnicas y diferentes assessments que se presentan en todo el proceso de reclutamiento.

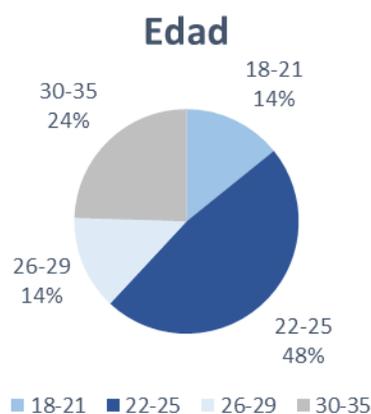
9.3 Objetivos de la prueba de concepto que se esperan aclarar con el ejercicio

- Definir si la propuesta es viable o no para nuestro mercado objetivo
- Entender las necesidades de los Millennials actualmente con respecto a la búsqueda del empleo que desean obtener.
- Concretar el segmento del mercado objetivo para el desarrollo de la aplicación propuesta.
- Verificar si las empresas están interesadas en hacer parte de una aplicación que les facilite la obtención de los colaboradores que requieren.

10. TABULACIÓN DE ENCUESTA

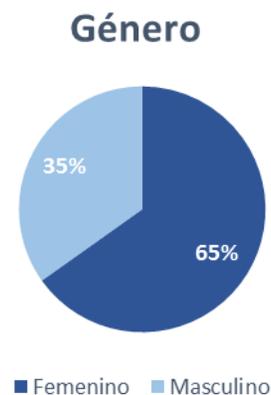
10.1 Edad y Género

Ilustración 2. Edad



Fuente. Propia

Ilustración 3. Género

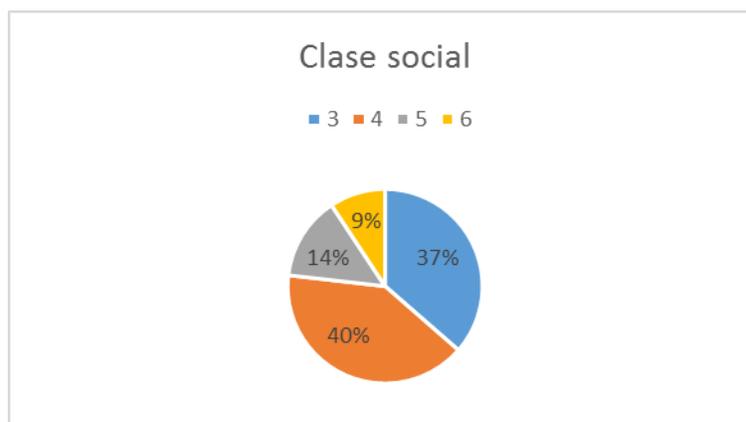


Fuente. Propia

De las 155 personas encuestadas el 65% fueron mujeres y el 35% fueron hombres. Con respecto a la edad, de las personas encuestadas el 48% se encuentran entre 22 y 25 años y el 24% se encuentran entre los 30 y 35 años y fueron estas personas quienes mostraron su interés por el uso de la aplicación, lo que quiere decir que nuestro segmento no serán todas las personas que hacen parte de la generación de los Millennials sino un segmento un poco más pequeño.

10.2 Nivel socioeconómico

Ilustración 4. Nivel socioeconómico.

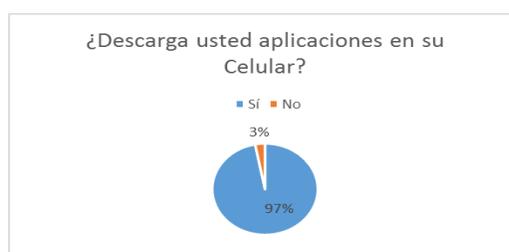


Fuente: Propia

De las 155 personas encuestadas el 40% fueron personas de estrato 4, 35% estrato 3 y el 17% restante entre estrato 5 y 6. De las 118 personas de estrato 3 y 4 el 57% estaría muy interesado en utilizar VOM Job cuando se encuentre en la búsqueda de empleo. El 42% estaría muy interesado en realizar vídeos para mostrar su idea de negocio frente a posibles socios.

10.3 Descarga de aplicaciones en el celular

Ilustración 5. Descarga de aplicaciones en el celular.



Fuente: Propia

De las 155 personas encuestadas el 97% descarga aplicaciones en su celular, siendo un dato que favorece el desarrollo de nuestro negocio. El 3% restante se encuentra conformado por el segmento de personas entre 30 y 35 años siendo la mayoría de estrato 3. Resultados que ayudan en la segmentación de nuestro futuro target.

10.4 Medio por el cual las personas se enteran de las nuevas aplicaciones

Ilustración 6. Medio por el cual las personas se enteran de nuevas aplicaciones.

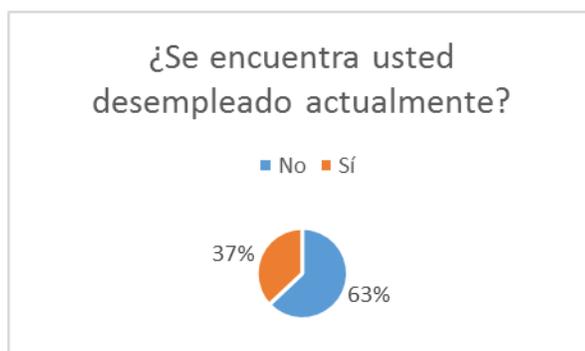


Fuente: Propia

Consideramos relevante realizar esta pregunta, pues nos ayuda a entender por qué medio debemos llegar a nuestro target, buscando primero que se este se entere de la existencia de nuestra aplicación y segundo, que podamos transmitir información relevante para el desarrollo de la misma. Teniendo como resultado que Facebook, con un 54%, es uno de los medios más importantes para comunicarnos con nuestro cliente objetivo. Seguido de Google y otros como las App Store y Play Store.

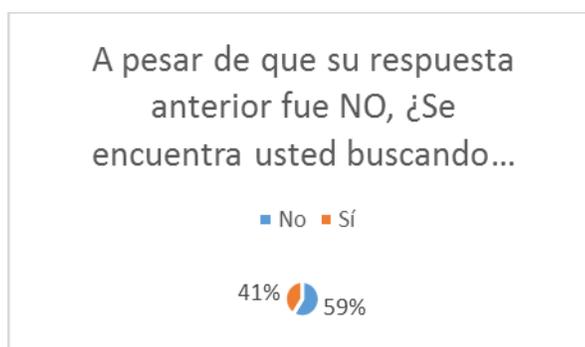
10.5 Desempleados y empleados en búsqueda de trabajo

Ilustración 7. Desempleados.



Fuente: Propia

Ilustración 8. Empleados en búsqueda de trabajo.

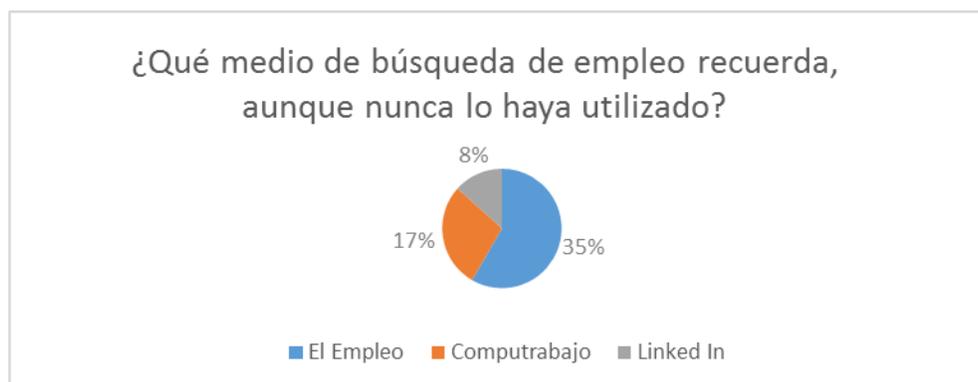


Fuente: Propia

Según los resultados el 37% se encuentra desempleado, de este porcentaje el 80% hace parte del segmento de personas entre 22 y 25 años. El 63% de las personas encuestadas se encuentran empleadas. A pesar de esto el 41% se encuentran buscando empleo. Esto es un resultado importante para el desarrollo de VOM Job, pues el mercado crece, dejando de estar sólo enfocado en personas desempleadas sino en aquellas que no se encuentran 100% satisfechas en su empleo actual.

10.6 Medio de búsqueda de empleo con mayor recordación

Ilustración 9. Medio de búsqueda de empleo con mayor recordación.

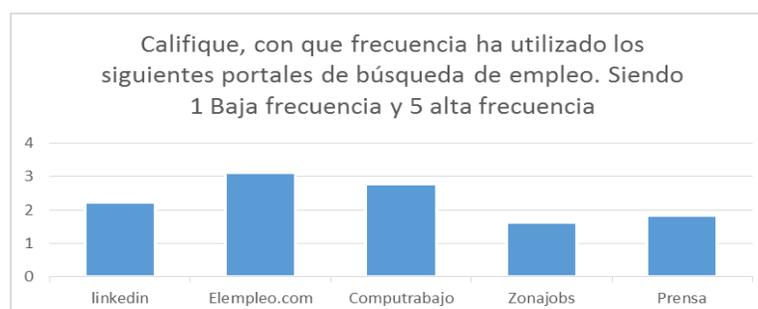


Fuente: Propia

El 35% de las personas encuestadas tienen en su Top of Mind Elemplo.com, seguido de Computrabajo con un 17% y LinkedIn con un 8%. El porcentaje restante se centró en “Internet”, aplicaciones, y por último prensa. Esta información nos ayuda a entender nuestros principales competidores y los que se encuentran posicionados en la mente de nuestro cliente. Entendiendo a Computrabajo, El Empleo y LinkedIn como nuestras más fuertes competencias.

10.7 Frecuencia de uso de los portales de búsqueda de empleo

Ilustración 10. Frecuencia de uso de los portales de búsqueda de empleo.

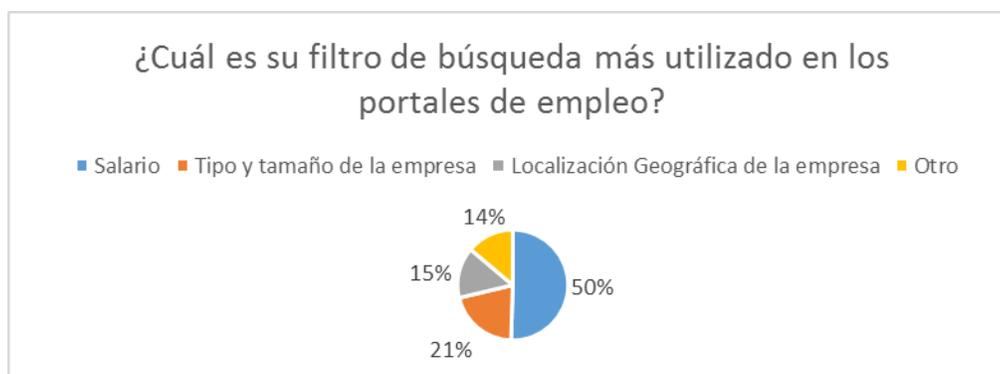


Fuente: Propia

De las 155 personas encuestadas, 128 de los encuestados afirman que la principal fuente que reconocen para la búsqueda de empleo son las aplicaciones, plataformas o páginas webs, tales como computrabajo.com, empleo.com, linkedin.com etc. Esto se complementa con que los encuestados establecieron que los portales que más frecuentan son los anteriormente mencionados, calificándolos entre 3, 4 y 5, lo cual indica que VOM job y en general las aplicaciones tienen una gran oportunidad en el mercado como medio para conseguir empleo, y también debido a que nuestro mercado objetivo son los Millennials, existe igualmente una gran ventaja, ya que estos son los medios más utilizados por ellos. Por último, los otros 25 encuestados afirman buscar en periódicos, voz a voz y clasificados.

10.8 Filtro de búsqueda más utilizado para la búsqueda de empleo

Ilustración 11. Filtro de búsqueda más utilizado para la búsqueda de empleo.



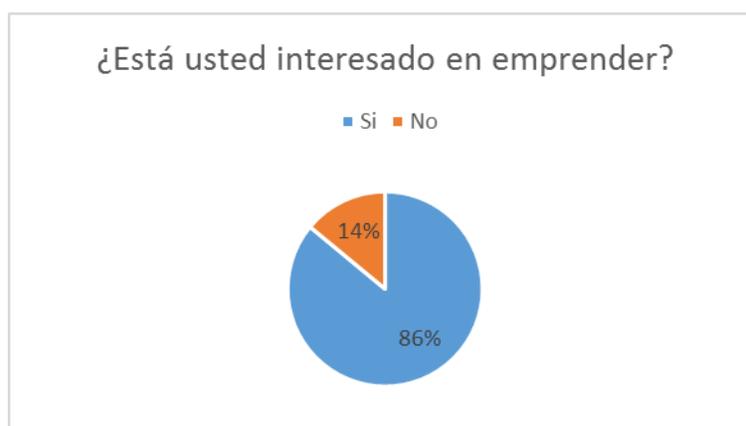
Fuente: Propia

El 51% de los encuestados asegura que el factor más importante al momento de elegir un empleo es el salario, y otro 21% asegura que es el tipo y tamaño de la empresa, lo cual es ideal y brinda en parte la aceptación a nuestro proyecto, pues al ser una aplicación que solo tiene dentro de su portafolio empresas multinacionales, tiene justamente lo que ellos desean, ya no deberán

hacer al arduo trabajo de filtrar por las empresas que les llamen la atención porque en la aplicación cualquiera que sea la empresa, será lo que ellos están buscando.

10.9 Interés por emprender

Ilustración 12. Interés por emprender.

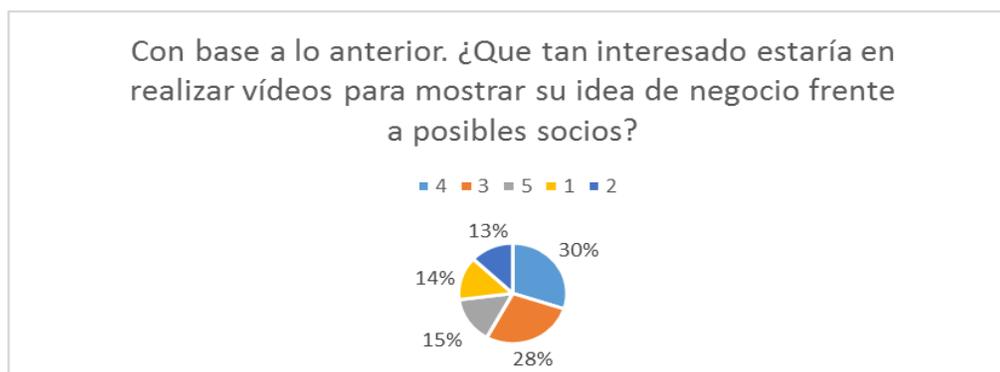


Fuente: Propia

De las 155 personas encuestadas el 86% respondieron que si están interesados en emprender. Esta pregunta se realizó con el fin de determinar si el mercado estaría interesado en otra parte de la aplicación sobre emprendimiento y según los resultados es necesario implementar este enfoque en la aplicación en donde, la idea principal, es ayudar a jóvenes emprendedores a encontrar socios por medio de la aplicación.

10.10 Disposición de las personas en realizar videos para mostrar su idea de negocio frente a posibles socios

Ilustración 13. Interés en realizar videos para mostrar su idea de negocio.

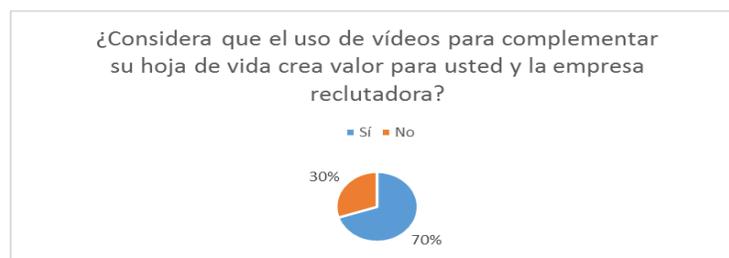


Fuente: Propia

De 155 personas encuestadas, el 73% calificaron entre 5, 4 y 3 su interés en hacer videos para mostrar su idea de negocio; esto significa que los emprendedores estarían dispuestos a usar VOM Job para conseguir socios y poder llevar a cabo su idea de emprendimiento. Este 73% significa una gran oportunidad de mercado para VOM Job pues estaríamos abarcando no solo personas en búsqueda de trabajo, sino también personas interesadas en emprender.

10.11 Percepción de las personas con respecto a los videos y la creación de valor de los mismos para sus hojas de vida

Ilustración 14. Percepción de los videos para la hoja de vida.

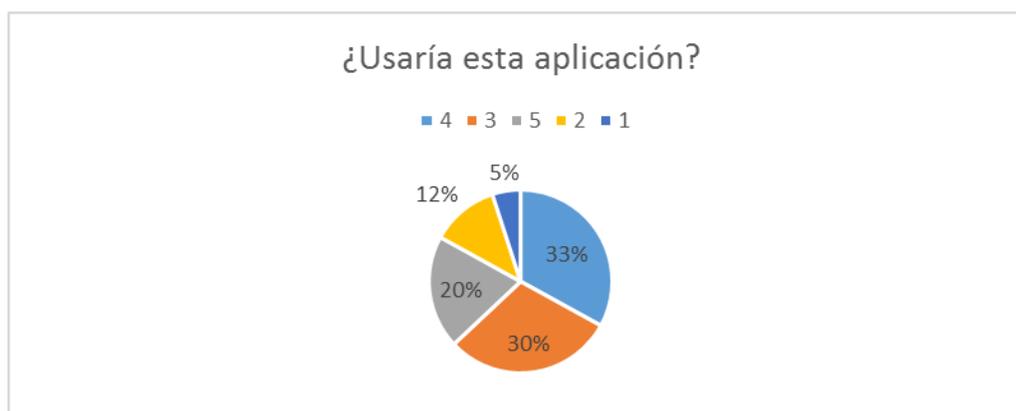


Fuente: Propia

De 155 personas encuestadas, el 70% afirman que los videos complementan y crean valor para sus hojas de vida; lo anterior significa una gran oportunidad para VOM Job ya que los videos serán el medio por el cual nuestros usuarios harán interacción en la aplicación. El hecho de que las personas consideren que los videos generan valor, nos está dando un fuerte argumento para considerar que la aplicación será bien recibida por el mercado ya que es considerado como algo novedoso y positivo para el desarrollo profesional.

10.12 Interés en usar la APP

Ilustración 15. Interés en usar la aplicación.

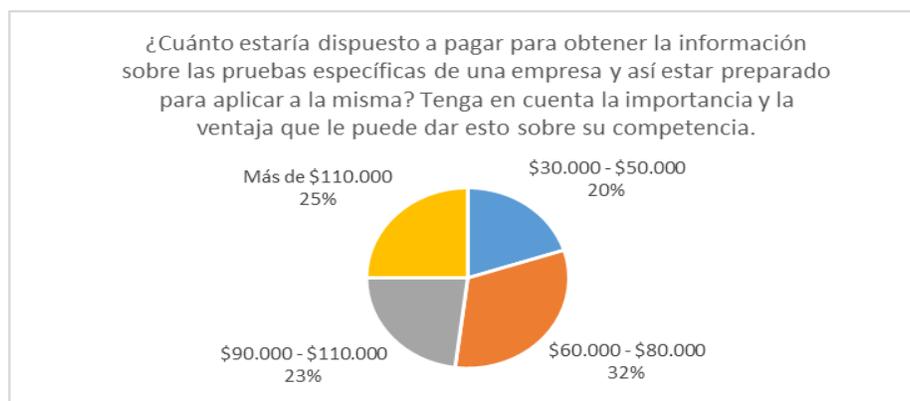


Fuente: Propia

Según los resultados de la encuesta, las personas mostraron gran interés en usar esta aplicación. De 155 personas encuestadas, el 83% calificaron entre 3, 4 y 5 su interés en usar la aplicación, lo cual significa que estarían interesados en el uso de la misma y esto se traduce en una oportunidad significativa en el mercado para esta idea.

10.13 Disposición a pagar del posible mercado

Ilustración 16. Disposición a pagar del posible mercado.



Fuente: Propia

Según los resultados de la encuesta, no podemos determinar con claridad cuanto estaría dispuesto a pagar el mercado por el uso de esta aplicación. Sin embargo, se puede ver que la mayoría de las personas dijeron estar dispuestas a pagar entre \$60.000 y \$80.000 pero este precio es muy bajo teniendo en cuenta que Eempleo.com cobra a los usuarios VIP \$185.000 IVA incluido (Eempleo.com, s.f.).

10.14 Percepción de innovación sobre la aplicación

Ilustración 17. Percepción de innovación sobre la App.



Fuente: Propia

De 155 personas encuestadas, el 76% consideraron esta idea como innovadora. Este resultado es muy importante pues nos permite establecer que existe una necesidad en el mercado con respecto a la búsqueda de empleo y nos ratifica que nuestra idea puede satisfacer esta necesidad

11. ANÁLISIS DE RESULTADOS ENTREVISTAS A EMPRESARIOS

Para lograr evaluar la viabilidad de la aplicación en el mercado, tuvimos que testear a empresas, así como a personas, puesto que estas son igualmente entes muy importantes para el desarrollo de nuestra idea. Para hacer lo anterior desarrollamos una corta entrevista en donde el objetivo principal fue evaluar y definir qué tan interesadas estarían las empresas en adquirir esta aplicación como medio para realizar sus procesos de reclutamiento.

11.1 Modelo de entrevista

ENTREVISTA A EMPRESAS

1. ¿De qué tamaño es la empresa y cómo es considerada en el mercado?
2. ¿Cómo es su proceso de reclutamiento actualmente?
3. (Definir concepto). ¿Qué opina sobre esta aplicación?
4. ¿Considera que esta aplicación, con su servicio, le agregaría valor a su proceso de selección y reclutamiento?
5. ¿Estaría dispuesto a pagar por hacer parte de esta aplicación?
6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente?
7. ¿Conoce alguna otra aplicación que ofrezca este mismo servicio?

ENTREVISTA PARA VERIFICAR ACEPTACIÓN

1. McKinsey & Company

Entrevistado: Luis Medina – Visual Aids Controller and recruitment

1. ¿De qué tamaño es la empresa y cómo es considerada en el mercado?

McKinsey & Company es la consultora estratégica más grande a nivel mundial con más de 17.000 empleados a la fecha. Es reconocida en el mercado por ser la encargada de apoyar a las empresas de cualquier sector en temas de cualquier índole con el fin de ayudarlas a mejorar sus rentabilidades y rendimientos.

2. ¿Cómo es su proceso de reclutamiento actualmente?

Actualmente nuestro proceso de selección reclutamiento se hace por medio de nuestra página WEB y por medio de los portales Elempleo.com y LinkedIn. Se publican las ofertas laborales

con sus respectivos requerimientos y se reciben las hojas de vida de las personas. Luego de esto se procede a hacer el primer filtro y se hace la citación para las pruebas iniciales, en el caso de VA. Luego, después de aprobar pruebas, viene el proceso de entrevistas y finalmente se llega al proceso de contratación

10. (Definir concepto). ¿Qué opina sobre esta aplicación?

Considero que es una muy buena idea ya que en muchas ocasiones son igual de importantes las habilidades de expresión oral de las personas que la misma experiencia de su hoja de vida. Me parece una idea innovadora y diferencial ya que actualmente, en ningún proceso de selección, me he visto enfrentado a videos donde las personas muestren su perfil profesional desde su perspectiva. Cada uno sabe que puede resaltar de su personalidad y de su vida profesional y con un buen video, bien logrado, se podrían destacar muchas más cosas que en la misma hoja de vida. Adicional, para mí sería un primer filtro mucho más efectivo pues ya podría ver como son las personas incluso antes de conocerlas en persona. Me evitaría perder tiempo y ser más eficiente en el proceso de reclutamiento.

3. ¿Considera que esta aplicación, con su servicio, le agregaría valor a su proceso de selección y reclutamiento?

Podría agregar valor en la medida que es una nueva forma de buscar a candidatos y puede llegar personas diferentes.

4. ¿Estaría dispuesto a pagar por hacer parte de esta aplicación?

Si.

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente?

Máximo \$300.000 por la descarga y no pagaría mensualmente ningún valor a menos que sea para llegar a personas en específico por ofertas en específico. Es decir, pagaría si tuviera una necesidad de reclutamiento rápido o algo por el estilo

6. ¿Conoce alguna otra aplicación que ofrezca este mismo servicio?

En realidad no conozco ningún otro portal que ofrezca este mismo servicio.

Análisis McKinsey

McKinsey es una multinacional que, según la entrevista, respaldaría nuestra aplicación pues considera que es una idea diferencial. El señor Luis, coordinador de reclutamiento, afirma que es una idea muy positiva pero recalca que la hoja de vida es necesaria. Es muy bueno poder hacer el primer filtro de las personas viendo sus videos pues allí se destacan muchas características que en la hoja de vida en sí misma no se pueden demostrar; sin embargo afirma que, para buscar a las personas, es necesario poder ver las hojas de vida completas, tal cual se hace hasta este momento. Solo de esta manera existiría un diferencial real en la aplicación pues sería un valor agregado a lo que ya se hace hoy en día en las bolsas de trabajo.

Por otro lado, el señor Luis afirma que no pagaría más de 300.000 por descargar la aplicación y este pago lo haría solo una vez. Adicional, nos hace saber que estaría dispuesto a pagar algo extra si llegase a necesitar una vacante urgente o un cargo en específico en un corto tiempo.

2. Alpina Productos Alimenticios S.A.

Según nos cuenta **Giovanna Peñaranda** Coordinadora de Reclutamiento en Alpina, cuando se encuentran buscando un candidato para un cargo, lo primero es comunicar a los Alpinistas la disponibilidad del mismo, para el reclutamiento externo se utilizan diferentes plataformas de Empleo, como se hace por medio de plataformas como el Empleo.com, seguido de assessments, grupales y después una entrevista directa con sus futuros jefes.

Al explicar en qué consiste VOM Job, primero afirma que no conoce ninguna plataforma que utilice videos como un medio de presentación a un cargo y considera que es una buena opción para el proceso de reclutamiento de practicantes. Alpina contrata al año más de 60 practicantes, y para la selección del mismo se dirigen a las principales Universidades del país, dando charlas y estando en ferias académicas, con el fin de conseguir los mejores candidatos. Entrevistan, semestralmente, más de 500 personas por medio de assessments grupales, seguido de diferentes pruebas. Lo que nos cuenta, es que VOM Job sería una muy buena herramienta para estas personas que cuentan con muy poca experiencia laboral y lo que buscan en esta organización es personalidad y actitud para aprender, y esto se puede demostrar muy bien por medio de videos.

Dice que Alpina estaría dispuesta a pagar, esto depende de la eficiencia en el reclutamiento, asegurando que conseguiremos las personas más aptas para el cargo y que además de eso haremos la mejor segmentación, pues para la prueba final son más o menos 400 personas para elegir 30 (Semestralmente) en este proceso de reclutamiento.

3. Multinacional Farmacéutica Grupo Sanofi

Daniela Tiuso Villamil Coordinadora reclutamiento Grupo Sanofi.

Multinacional Farmaceutica Grupo Sanofi (Genfar) Hablamos con xxxx coordinadora de reclutamiento del Grupo Sanofi, y nos cuenta que VOM Job es el tipo de plataformas que se encuentran buscando en este momento, pues están buscando una plataforma que les ayude a ahorrar tiempo y a agilizar el procesos de reclutamiento. Les gusta mucho la idea de utilizar videos como primer filtro del proceso de reclutamiento, pero considera que el mejor camino sería que las organizaciones entregaran las preguntas y que los candidatos las respondan por medio de

videos en esta plataforma. Después de realizar los filtros indicados presentar 3 candidatos ideales para el cargo. Dice que estaría dispuesta a adquirir esta plataforma, nunca lo había pensado como una aplicación pero considera que es muy útil por las nuevas tendencias del mercado. Afirma que pagaría máximo 300.000 mensual por este servicio, pues es lo que actualmente paga a plataformas como El Empleo.com.

4. Colfondos

1. De qué tamaño es la empresa y como es considerada en el mercado?

Colfondos es una empresa colombiana grande, cuenta con más de mil empleados y es considerada exitosa y la AFP más rentable en el mercado.

2. Como es su proceso de reclutamiento actualmente?

Primero se reciben las hojas de vida, luego como primer filtro se llama a entrevista a las personas que sean aptas para el cargo, luego los aspirantes que continúen en el proceso tienen una segunda entrevista con quien sería su jefe inmediato, luego se realiza la visita domiciliaria y por último se realiza la firma del contrato.

3. Qué opina sobre esta aplicación?

Me parece una gran idea porque resultaría mucho más práctico para nosotros como empresa, considero que después de ver los videos sería más reducido el número de personas que se tomarían en cuenta para el cargo, lo cual nos ahorraría mucho tiempo.

4. Considera que esta aplicación, con su servicio, le agregaría valor a su proceso de selección y reclutamiento?

Sí, porque como ya mencioné anteriormente, el proceso que en algunas veces es demorado y tedioso, sería mucho más rápido.

5. Estaría dispuesto a pagar por hacer parte de esta aplicación?

Si

6. Cuanto estaría dispuesto a pagar mensualmente?

No más de 400.000 pesos

7. Conoce alguna otra aplicación que ofrezca este servicio?

No, ninguna

Análisis Colfondos

VOM JOB si es viable porque es una aplicación que es considerada como un método más rápido, confiable y efectivo y que simplifica el trabajo que tiene que hacer una compañía al momento de elegir a las personas adecuadas para un algún cargo.

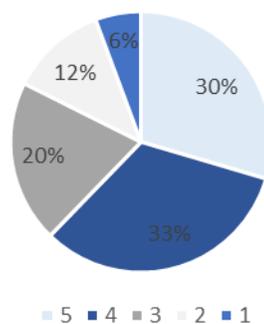
En general, a pesar de que no es una muestra representativa, la respuesta fue positiva de las 5 encuestas realizadas el 60% considero que este tipo de aplicación generaría valor para las organizaciones y que además estarían dispuestas a adquirirlo. Esto es una respuesta muy importante para el desarrollo de nuestra aplicación pues para el desarrollo de esta aplicación es fundamental entender si esta no solo agrega valor para nuestro consumidor sino para nuestro principal aliado que serían las grandes empresas y/o multinacionales.

12. ANÁLISIS DE RESULTADOS

12.1 Intención de compra

Ilustración 18. Intención de compra.

¿Que tan interesado estaría en comprar esta aplicación? Siendo 1 nada interesado y 5 muy interesado



Fuente: Propia

Según los resultados que arroja la encuesta, el 62% de las personas están interesadas en comprar VOM Job. Calificando 4 y 5 su interés de compra de esta aplicación. Lo cual significa una gran oportunidad para el desarrollo de esta aplicación, pues esta respuesta es positiva para más de la mitad de los encuestados.

12.2 Segmentos de mercado

Para el desarrollo de esta aplicación es necesario tener en cuenta el segmento de dos mercados diferentes: las empresas y los usuarios (las personas en busca de empleo o de socios).

1. Definición del segmento empresarial:

Empresas multinacionales o nacionales pero grandes (con más de 100 empleados), ubicadas en la capital o en las ciudades más importantes del país

2. Definición del segmento de usuarios

Personas jóvenes entre los 22 y 35 años, de estratos 3,4 y 5. Técnicos, tecnólogos o profesionales que busquen entrar a trabajar a una de las grandes empresas del mercado (empresas nacionales o multinacionales) o que busquen conseguir socios para desarrollar sus ideas de negocio.

12.3 Precio estimado

Según los resultados obtenidos y algunas investigaciones realizadas, se estima el precio para tres tipos de clientes de nuestra aplicación:

1. **Usuarios:** entendemos usuarios como aquellas personas en busca de empleo. Para ellos el precio será de \$180.000 al año.

2. **Empresas:** para definir el precio de empresas tuvimos en cuenta el precio que pagan las mismas a elempleo.com, el cual es \$7'000.000 de pesos al año. VOM JOB, al ser una aplicación nueva en el mercado, pero sin dejar a un lado que ofrece una propuesta de valor muy interesante, decidimos que el precio para este segmento será \$2'300.000 al año.

3. **Socios:** para este segmento decidimos dejar un precio promedio, así que este será \$150.000 al año para ser parte de esta red de socios.

12.4 Nivel de diferenciación, innovación percibida por el cliente

Medio nivel de diferenciación, lo que más llamó la atención de los usuarios es poder encontrar solo grandes empresas y/o encontrar socios para las personas que buscan emprender, y para el caso de las compañías, el video como primer filtro fue muy llamativo.

12.5 Identificación de productos competidores y sustitutos

Para la mayoría de la muestra encuestada, VOM JOB es una idea innovadora y consideran que esta agrega valor a la búsqueda de su desarrollo profesional (76% de las personas encuestadas); sin embargo, según los resultados, nuestros mayores competidores serían los portales de empleo Elemplo.com y LinkedIn. A pesar de que estos portales no ofrecen la opción de coaching con el enfoque que nosotros estamos ofreciendo, son las plataformas que nuestro segmento de mercado usa para satisfacer la necesidad de empleo que tienen.

12.6 Se deben hacer ajustes al producto/ servicio ofrecido, ¿por qué?

Inicialmente si tuvimos que ajustar al producto y fue por eso que hicimos una segunda encuesta donde incluimos el concepto con el tema del coaching, el cual fue una de las sugerencias que obtuvimos en nuestra primera encuesta, y esta segunda encuesta nos aclaró el concepto del producto y pudimos llegar a fortalecer la idea mucho mejor, con argumentos y situaciones reales que nos llevaron a mejorar nuestro producto.

13. CORRECCIÓN DE LA PROPUESTA DE VALOR

Con VOM JOB buscamos posicionarnos como la alternativa más eficiente e innovadora de búsqueda de trabajo, enfocado en las necesidades e insights de nuestro target. Dando a conocer a VOM JOB como la marca aliada de los Millenials, gracias a la ayuda complementaria en el proceso de selección de empleo en Multinacionales y/o Empresas grandes. Se trata de un coaching especializado según la empresa que desee ingresar.

Adicionalmente seremos el primer buscador de empleo en generar feedback de assessments, entrevistas, y pruebas psicotécnicas logrando que nuestros clientes entiendan que factores u oportunidades de mejora tienen para próximos procesos. . Convirtiéndonos en el buscador preferido de nuestro consumidor.

14. CANVAS

Ilustración 19. Canvas.

<p>1. Socios clave: Nuestros aliados estratégicos son los usuarios y las empresas que nos ayudan a enriquecer el sistema, actualizando la información constantemente, y los proveedores tecnológicos.</p>	<p>2. Actividades clave: La constante retroalimentación de la plataforma tecnológica y el adecuado funcionamiento de esta, la gestión efectiva y oportuna de soporte técnico, así como también mantener el contacto relacional con los clientes.</p>
<p>4. Propuesta de valor</p> <p>Plataforma completamente interactiva la cual busca crear una mayor conexión entre nuestro cliente y su trabajo soñado. El coaching será nuestra ventaja competitiva. Buscamos entrenar a las personas para que logren entrar en las empresas que sueñan y mejoren sus habilidades, tales como Excel. Adicionalmente, haremos feedback a cada una de las pruebas presentadas. Nuestros principales aliados serán las empresas grandes y multinacionales entendiendo el interés de nuestro cliente objetivo hacia este tipo de organizaciones.</p>	

1. Estructura de costos:

Los costos más representativos para crear esta aplicación serán los siguientes:

- Desarrollador WEB \$2'000.000. Según diferentes cotizaciones hechas por la página WORKANA, donde se encuentran hospedados varios FREELANCERS, el promedio de cobro de un desarrollador será 2 millones. Incluye creación de la APP y de una página WEB.
- Servidor para alojar videos: Amazon WEB Services ofrece un servicio llamado Amazon EC2. Este servicio se paga bajo demanda, es variable. Para el desarrollo de esta APP compraríamos el m4.2xlarge en el cual se pueden hospedar 32 GB. Su costo es de \$0,983 por hora. Entre mayor sea el hosting de videos, más económico será para nosotros.
 - Permisos para hacer parte de las tiendas virtuales:
 - o Google Play: Es el market Mobile donde están alojadas todas aquellas aplicaciones móviles que pueden utilizarse en dispositivos que tengan un sistema operativo Android. Costo: El costo por aparecer en Google Play es de 25 dólares, y se paga una vez.
 - o App Store: Es el market Mobile donde están alojadas todas las Apps que funcionan para los dispositivos Apple (iPhone / IPads). Costo: El costo por poder publicar apps en App Store es de 99dólares, y es renovable de forma anual.
- Gastos de mercadeo y publicidad \$1'500.000. Estos costos pueden depender de diferentes variables y es uno de los más importantes ya que crear una aplicación no es muy difícil, la tarea difícil es lograr dar a conocer la aplicación y que muchas personas la descarguen.

9. Fuente de ingresos: La disposición de pagar de nuestros dos tipos de clientes (usuarios y empresas) es la siguiente:

- Usuarios: entiéndase usuarios como aquellos millenials en búsqueda de su empleo soñado o del socio para su negocio. Estos usuarios no tienen mucha disposición a pagar por la descarga de la aplicación. En realidad estos usuarios estarían más interesados en pagar para ser parte de la sección de socios y emprendedores de la aplicación. Los ingresos de los usuarios serían los siguiente:

Fuente. Propia

15. MODELO FINANCIERO

15.1 Calculo del punto de equilibrio

Tabla 10. Punto de equilibrio

INVERSIONES	VALOR
DESARROLLO APP	\$ 50.000.000,00

COSTOS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
SERVIDORES	\$ 252.720,00	\$ 3.032.640,00
NOMINA		
Gtes. de Manejo	\$ 9.000.000,00	\$ 108.000.000,00
MERCADEO Y PUBLICIDAD	\$ 5.000.000,00	\$ 114.300.000,00
TRANSPORTE	\$ 300.000,00	\$ 3.600.000,00
MANTENIMIENTO	\$ 1.250.000,00	\$ 15.000.000,00

COSTOS + INVERSION	
Total	\$ 293.932.640,00

INGRESOS	EMPRESAS	USUARIOS	SOCIOS
Por persona	\$ 2.300.000,00	\$ 180.000,00	\$ 150.000,00
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 293.932.640,00	\$ 293.932.640,00	\$ 293.932.640,00

PUNTO DE EQUILIBRIO REPARTIDO	51	653	392
--------------------------------------	-----------	------------	------------

Fuente. Propia

15.2 Proyección de ventas e interés propuesto

Tabla 11. Proyección de ventas

INTERESES			DTF ACTUAL
ESPERADO POR EL INV	13%		7,06%
M.F	7%		
INFLACION	6,0%		
K DE TRABAJO	100,0%		Costos totales
IMPUESTO DE RENTA	34%		

PRODUCTOS A VENDER	UNIDADES	PRECIO	TOTAL
- EMPRESAS	72	\$ 2.300.000,00	\$ 164.602.278,40
- USUARIOS PREMIUM	914	\$ 180.000,00	\$ 164.602.278,40
- SOCIOS EMPRENDER	549	\$ 150.000,00	\$ 82.301.139,20

Fuente. Propia

Se espera superar en un 15% el punto de equilibrio en el primer año. Para esto, habrá una inversión importante en mercadeo y publicidad

15.3 Flujo neto de Efectivo

Tabla 12. FNE

FLUJO NETO EFECTO	A 0	A 1	A 2	A 3	A 4	A 5
+ INGRESOS		\$ 411.505.696,00	\$ 489.691.778,24	\$ 587.630.133,89	\$ 705.156.160,67	\$ 846.187.392,80
- COSTOS		\$ 243.932.640,00	\$ 258.339.168,00	\$ 291.753.801,60	\$ 330.756.169,92	\$ 376.398.108,38
- DEPRECIACIONES		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
- COSTO INTERESES PARA INV.		\$ 38.211.243,20	\$ 38.211.243,20	\$ 28.658.432,40	\$ 19.105.621,60	\$ 9.552.810,80
= UTILIDAD GRABABLE		\$ 129.361.812,80	\$ 193.141.367,04	\$ 267.217.899,89	\$ 355.294.369,15	\$ 460.236.473,61
- IMPUESTO DE RENTA		\$ 43.983.016,35	\$ 65.668.064,79	\$ 90.854.085,96	\$ 120.800.085,51	\$ 156.480.401,03
= UTILIDAD NETA		\$ 85.378.796,45	\$ 127.473.302,25	\$ 176.363.813,93	\$ 234.494.283,64	\$ 303.756.072,59
+ DEPRECIACIONES		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
- ABONO A CAPITAL		\$ -	\$ 73.483.160,00	\$ 73.483.160,00	\$ 73.483.160,00	\$ 73.483.160,00
= FLUJO OPERACIONAL		\$ 85.378.796,45	\$ 53.990.142,25	\$ 102.880.653,93	\$ 161.011.123,64	\$ 230.272.912,59
INVERSION FIJA	\$ 50.000.000,00					
INVERSION CAPITAL DE TRABAJO	\$ 282.143.883,20	\$ -	\$ 23.861.822,80	\$ 29.449.557,52	\$ 36.089.127,66	\$ -
PRESTAMO	\$ -					
= FLUJO INVERSION NETA	\$ 332.143.883,20	\$ -	\$ 23.861.822,80	\$ 29.449.557,52	\$ 36.089.127,66	\$ -
RECUPERACION INVERSION FIJA						\$ 50.000.000,00
REC DE CAPITAL DE TRABAJO						\$ 371.544.391,18
DEUDAS						\$ -
VALOR DE CONTINUIDAD						\$ 1.771.330.096,81
= VALOR RESIDUAL						
FLUJO EFEC TOTAL NETO	\$ (332.143.883,20)	\$ 85.378.796,45	\$ 30.128.319,45	\$ 73.431.096,41	\$ 124.921.995,97	\$ 230.272.912,59
PRI		(\$ 256.587.426,17)	(\$ 232.992.532,72)	(\$ 182.101.099,44)	(\$ 105.484.099,81)	\$ 19.498.811,49

Fuente. Propia

15.4 Evaluación del proyecto

Tabla 13. Evaluación del proyecto

INTERES ESPERADO	13%
INTERES FINANCIERO	7%
INFLACION	6%
VP INGRESOS	\$ 351.642.694,69
VP INVERSION	\$ 332.143.883,20
VP NETO	\$ 19.498.811,49
B/C	\$ 1,05870591776
TIR	14,905244% EA
TVR	12,454174% EA

Fuente. Propia

El valor presente neto del proyecto es positivo y la TIR supera el interés ofrecido al inversionista por lo tanto el proyecto es viable para su realización.

15.5 Tabla de amortización de la inversión

Tabla 14. Amortización de la inversión

TABLA DE AMORTIZACION	A 0	A 1	A 2	A 3	A 4	A 5
CUOTA		\$ 38.211.243,20	\$ 111.694.403,20	\$ 102.141.592,40	\$ 92.588.781,60	\$ 83.035.970,80
INTERES		\$ 38.211.243,20	\$ 38.211.243,20	\$ 28.658.432,40	\$ 19.105.621,60	\$ 9.552.810,80
ABONO CAPITAL			\$ 73.483.160,00	\$ 73.483.160,00	\$ 73.483.160,00	\$ 73.483.160,00
SALDO	\$ 293.932.640,00	\$ 293.932.640,00	\$ 220.449.480,00	\$ 146.966.320,00	\$ 73.483.160,00	\$ -

Fuente. Propia

Pagaremos la inversión en 5 años con el primer año de gracia. El inversionista nos presta \$293'932.640 pesos y al termino de 5 años habrá recibido, con una tasa del 13% EA, \$427'671.991,20, teniendo una rentabilidad del 31%

16. CONCLUSIONES

1. Se realizó una investigación acerca de las probabilidades que el mercado brinda para la creación y el desarrollo de las aplicaciones, y se ha expuesto con más detenimiento aquella que hemos considerado la más adecuada teniendo en cuenta las ventajas que cada una ofrecía.

2. En el proyecto realizado se ha logrado desarrollar una aplicación que funciona como una bolsa de empleo para los Millennials (VOM JOB), que les permite, enfocado en sus necesidades y deseos, emprender o ingresar a una compañía grande. Se ha descrito el método y los recursos que se van a utilizar para su creación, así como los diversos retos que supone desarrollarla.

3. Por último, podemos decir que se han conseguido alcanzar todos los objetivos propuestos inicialmente.

17. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alarcon, D., & Larraz, I. (31 de 05 de 2015). Conozca a los 'Millennials', ¿la generación que salvará al planeta? *El Tiempo*.

Banco de la República. (12 de Septiembre de 2016). *Banco de la República*. Obtenido de <http://www.banrep.gov.co/economia/pli/bie.pdf>

Dinero, R. (2016). Mipymes generan alrededor del 67% del empleo en Colombia. *Dinero*.

Economía y negocios del periódico El Tiempo. (Junio de 2016). En junio la tasa de desempleo subió y se ubicó en 8,9 %. *El Tiempo*.

Eempleo.com. (s.f.). *Eempleo.com*. Obtenido de www.eempleo.com

García R., J. C., & Medina, E. L. (27 de Enero de 2016). Los 'millennials', una población marcada por la tecnología. *El Tiempo*.

Ortega, C. A. (Diciembre de 2015). *Youngmarketing.co*. Obtenido de <http://www.youngmarketing.co/millennials-empleados-o-emprendedores/>

Pérez Uribe, R. I., & Ramírez, M. (2014). ¿Por qué fracasan las PyMEs en Colombia? *Dinero*.

Redacción. (Febrero de 2016). *Puro Marketing*. Recuperado el Septiembre de 2016, de <http://www.puromarketing.com/47/26355/millennials-prefieren-nuevos-medios-digitales-antes-television-radio-tradicional.html>

Revista Dinero. (2016). Los estereotipos de los millennials que no necesariamente aplican en Colombia. *Dinero*.