

COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO



**DESARROLLO DE PRODUCTO
JOB JOB'S**

PROGRAMA AVANZADO PARA LA FORMACIÓN EMPRESARIAL

AUTORES:

ANGÉLICA MARÍA LANCHEROS CASTRO

IRIS ORIANA GRACIA ALARCÓN

ANGGIE NATALIA RODRIGUEZ OSTIOS

JUAN CAMILO HIGUERA FLECHAS

BOGOTÁ D.C.

2020

COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO



**DESARROLLO DE PRODUCTO
JOB JOB'S**

PROGRAMA AVANZADO PARA LA FORMACIÓN EMPRESARIAL

AUTORES:

ANGÉLICA MARÍA LANCHEROS CASTRO

IRIS ORIANA GRACIA ALARCÓN

ANGGIE NATALIA RODRIGUEZ OSTIOS

JUAN CAMILO HIGUERA FLECHAS

TUTORA:

VIVIANA CAROLINA ROMERO PERALTA

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ D.C.

2020

Tabla De Contenido

| | | |
|--------|---|----|
| 1. | Introducción..... | 1 |
| 1.1. | Objetivos | 2 |
| 1.1.1. | Objetivo general..... | 2 |
| 1.1.2. | Objetivos específicos. | 2 |
| 2. | Presentación De La Generación De Las Cinco Ideas De Producto | 3 |
| 2.1. | Shadow Skin:..... | 3 |
| 2.2. | Desayunitos | 4 |
| 2.3. | ¡BOOM! Imagination:..... | 5 |
| 2.4. | Choco Pasión | 6 |
| 2.5. | Job Jobs: | 7 |
| 3. | Variables de Atractividad y Competitividad Del Mercado Para El Proceso De Tamizado De Los Productos..... | 8 |
| 4. | Tabla De Resultado De Proceso De Tamizaje De Cada Producto | 9 |
| 5. | Presentación Del Producto Ganador..... | 11 |
| 6. | Concepto Del Producto Ganador | 12 |
| 7. | Presentación De Lienzos Trabajados para la Construcción de la Propuesta de Valor y Modelo de Negocios Ganador. | 14 |
| 7.1. | Lienzo de mapa de percepción del cliente..... | 14 |
| | Jóvenes universitarios y adultos mayores pensionados (trabajadores) | 15 |
| 7.2. | Lienzo de propuesta de valor..... | 16 |
| 7.3. | Lienzo CANVAS | 16 |
| 7.4. | Lienzo de posicionamiento de marca..... | 18 |
| 7.5. | Guía montaje pitch..... | 19 |
| 8. | Metodología de Evaluación del Producto | 21 |
| 8.1. | Metodología de evaluación del producto | 21 |
| 8.2. | Objetivo general de la realización de la encuesta | 21 |
| 8.3. | Metodología de la encuesta | 21 |
| 8.4. | Ficha técnica de la investigación | 22 |
| 8.5. | Formato de la encuesta:..... | 22 |
| 9. | Análisis Univariado Encuestas | 26 |
| 9.1. | Análisis univariado encuestas usuarios | 26 |
| 9.2. | Análisis univariado encuesta trabajadores | 36 |
| 10. | Conclusión Del Resultado De Las Encuestas..... | 46 |

| | | |
|-------|--|----|
| 11. | Presentación del P&G y de Inversión Inicial | 47 |
| 12. | Empaque y presentación del producto o Servicio | 51 |
| 12.1. | Logo y Slogan..... | 51 |
| 12.2. | App | 52 |
| 13. | Comunicación BTL..... | 55 |
| 14. | Conclusiones Generales | 56 |
| 15. | Bibliografía..... | 57 |

Tabla De Gráficas

| | |
|--|----|
| Tabla 1, Definición Variables de Atractividad..... | 8 |
| Tabla 2, Definición Variables de Competitividad | 9 |
| Tabla 3, Resultados Variables de Atractividad | 10 |
| Tabla 4, Resultados Variables de Competitividad..... | 10 |
| Tabla 5, Resultados Variables de Atractividad | 10 |
| Tabla 6, Resultados Variables de Competitividad..... | 10 |
| Tabla 7, Cuadro de Atributos, Beneficios y Valor | 12 |
| Tabla 8, Referencias de la marca..... | 18 |
| Tabla 9. Relación de la proposición de valor con el posicionamiento..... | 18 |
| Tabla 10 Guía para montaje de Pitch..... | 19 |
| Tabla 11, Ficha Técnica Encuesta | 22 |
| Tabla 12, Inversión Inicial..... | 47 |
| Tabla 13, P&G Punto de Equilibrio..... | 49 |
| Tabla 14, P&G Proyectado..... | 50 |
| Tabla 15, Ratios..... | 51 |
| Tabla 16, Logo y Slogan | 51 |

Tabla De Ilustraciones

| | |
|--|----|
| Ilustración 1, Shadow Skin Imagen | 3 |
| Ilustración 2, Shadow Skin Logo..... | 3 |
| Ilustración 3, Desayunitos Logo | 4 |
| Ilustración 4, Desayunitos Imagen..... | 4 |
| Ilustración 5, ¡Boom! Imagination Imagen | 5 |
| Ilustración 6, ¡Boom! Imagination Logo | 5 |
| Ilustración 7, Choco Pasión Logo..... | 6 |
| Ilustración 8, Choco Pasión Imagen | 6 |
| Ilustración 9, Job Jobs Imagen | 7 |
| Ilustración 10, Job Jobs Logo..... | 7 |
| Ilustración 11, Total de Ponderación | 11 |
| Ilustración 12, Aplicación Job Jobs | 12 |
| Ilustración 13, Logo y Slogan Job Jobs | 12 |

| | |
|---|----|
| Ilustración 14, Mapa de percepción del Cliente Usuarios..... | 14 |
| Ilustración 15, Mapa de percepción del Cliente Trabajadores | 15 |
| Ilustración 16, Lienzo De Propuesta De Valor..... | 16 |
| Ilustración 17, Lienzo CANVAS..... | 17 |
| Ilustración 18, Pregunta 1 Usuarios..... | 26 |
| Ilustración 19, Pregunta 2 Usuarios..... | 26 |
| Ilustración 20, Pregunta 3 Usuarios..... | 27 |
| Ilustración 21, Pregunta 4 Usuarios..... | 27 |
| Ilustración 22, Pregunta 5 Usuarios..... | 28 |
| Ilustración 23, Pregunta 6 Usuarios..... | 28 |
| Ilustración 24, Pregunta 7 Usuarios..... | 29 |
| Ilustración 25, Pregunta 8 Usuarios..... | 30 |
| Ilustración 26, Pregunta 9 Usuarios..... | 30 |
| Ilustración 27, Pregunta 10 Usuarios..... | 31 |
| Ilustración 28, Pregunta 11 Usuarios..... | 32 |
| Ilustración 29, Pregunta 12 Usuarios..... | 33 |
| Ilustración 30, Pregunta 13 Usuarios..... | 34 |
| Ilustración 31, Pregunta 14 Usuarios..... | 34 |
| Ilustración 32, Pregunta 15 Usuarios..... | 35 |
| Ilustración 33, Pregunta 16 Usuarios..... | 35 |
| Ilustración 34, Pregunta 1 Trabajadores..... | 36 |
| Ilustración 35, Pregunta 2 Trabajadores..... | 36 |
| Ilustración 36, Pregunta 3 Trabajadores..... | 37 |
| Ilustración 37, Pregunta 4 Trabajadores..... | 37 |
| Ilustración 38, Pregunta 5 Trabajadores..... | 38 |
| Ilustración 39, Pregunta 6 Trabajadores..... | 38 |
| Ilustración 40, Pregunta 7 Trabajadores..... | 39 |
| Ilustración 41, Pregunta 8 Trabajadores..... | 40 |
| Ilustración 42, Pregunta 9 Trabajadores..... | 41 |
| Ilustración 43, Pregunta 10-1 Trabajadores | 42 |
| Ilustración 44,Pregunta 10-2a Trabajadores..... | 42 |
| Ilustración 45, Pregunta 10-2b Trabajadores | 43 |
| Ilustración 46, Pregunta 11 Trabajadores..... | 43 |
| Ilustración 47, Pregunta 12 Trabajadores..... | 44 |

| | |
|---|----|
| Ilustración 48, Pregunta 13 Trabajadores..... | 44 |
| Ilustración 49, Pregunta 14 Trabajadores..... | 45 |
| Ilustración 50, Pregunta 15 Trabajadores..... | 45 |
| Ilustración 51, Aplicación Job Jobs 1 | 52 |
| Ilustración 52, Aplicación Job Jobs 2 | 53 |
| Ilustración 53, Aplicación Job Jobs 3 | 54 |
| Ilustración 54, Publicidad Job Jobs..... | 55 |

Resumen

En el presente trabajo se generaron diversas ideas de productos y servicios enfocadas en el mercado colombiano. Cuyo objetivo es idear un producto o servicio que se adapte a las tendencias del mercado y satisfaga las necesidades de sus respectivos consumidores. Por medio de variables de atractividad y competitividad se eligió la aplicación Job Jobs al tener mayor puntuación y los mejores atributos. Posteriormente con la ayuda de herramientas como lienzos de propuesta de valor, cuadros de planeación estratégica, segmentación del mercado, costos de desarrollo de la aplicación y su rentabilidad observamos la viabilidad del proyecto.

Abstract

The following document built product and services ideas for the Colombian market. Their main objective was developing a product or service that adapts to the trends and satisfy customer's needs. Using attractive and competitive variables we choose the app Job Jobs for their higher score and features. Subsequently, with tools as value proposal, strategic planning, market segmentation, developing cost and profitability we evaluated the project viability

Palabra Clave

Desarrollo de producto, variables de atractividad y competitividad, segmentación de mercado, mapa percepción del cliente, propuesta de valor, modelo CANVAS, posicionamiento de marca.

Keywords

Product development, attractive and competitive variables, market segmentation, client perception, value proposal, CANVAS business model, brand position.

1. Introducción

El presente trabajo es acerca sobre la creación de un emprendimiento rosarista siendo trabajo de grado para la opción PAFE (Programa Avanzado para la Formación Empresarial). El cual consta, en primera instancia, sobre la generación de cinco ideas de productos o servicios potenciales, que puedan ser lanzados al mercado colombiano. Estas ideas pasaron por un proceso de tamizaje, que nos permitió escoger la idea más viable siendo Job Jobs el proyecto escogido por su alta atractividad y competitividad. Por medio de las herramientas: i) Lienzo de Mapa de Percepción del Cliente, ii) Lienzo de Propuesta de Valor, iii) Lienzo CANVAS, y iv) Cuadro de Planeación Estratégica, nos permitieron determinar cuáles son nuestros segmentos de clientes, nuestro mercado objetivo, actividades clave y estructura de costos, entre otros.

Posteriormente se realizaron dos tipos de encuestas dirigidas usuarios potenciales y posibles trabajadores, que nos permitieron determinar la aceptación del producto, la claridad del concepto y nuestros rangos de precios, tanto para las actividades básicas, como para tareas profesionales. Finalmente, se realizó un estudio financiero de viabilidad, por medio de un estado de cuentas P&G, donde pudimos determinar los costos, la inversión inicial, punto de equilibrio y periodo de recuperación de la inversión (PRI), dando como resultado una alta atractividad financiera del proyecto.

1.1. Objetivos

1.1.1. Objetivo general.

Identificar y desarrollar un producto o servicio que, siendo innovador, ayude a satisfacer una o algunas necesidades latentes en el mercado colombiano o mundial. Lo anterior, mediante el uso de herramientas propuestas en el transcurso de la materia y la carrera de administración de empresas y administración de negocios internacionales de la Universidad del Rosario.

1.1.2. Objetivos específicos.

- Obtener un producto o servicio que fuese viable, para ser lanzado al mercado colombiano.
- El producto o servicio debe ser de alguna utilidad para las personas o la sociedad.
- El producto o servicio debe tener la capacidad de establecer un posicionamiento; esto mediante la experiencia de los administradores y los posibles lazos que cree con los clientes o usuarios.
- Debe ser de rentabilidad positiva, es decir, que los posibles inversores y trabajadores de la empresa puedan tener rendimientos de esta.

2. Presentación De La Generación De Las Cinco Ideas De Producto

2.1. Shadow Skin:

Ilustración 1, Shadow Skin Imagen



Fuente: (MISKOS, s.f.)

Ilustración 2, Shadow Skin Logo



Fuente: Elaboración propia.

Son unas sombras con diversos colores y pigmentos dirigida a personas con pieles sensibles e inclusive dermatitis, ya no tendrás que elegir entre verte bien, estar a la moda o cuidar tu piel. Nuestras sombras están hechas bajo estándares de calidad que garantizan que tu piel no se irritará y que las podrás utilizar sin preocupaciones siendo tu mirada el centro de atención. Además, te brinda la tranquilidad y confianza de que nuestros productos no son testados con animales. Diviértete con su amplia gama de colores y muéstrale al mundo tu autenticidad.

2.2. Desayunitos

Un servicio de alimentación matutina cerca de tu trabajo o universidad, en la que puedes pedir y pagar los productos desde tu celular, mientras viajas en el transporte público o privado; con desayunos que se acomodan a tus gustos (opciones veganas, bajas en calorías y azúcares, altos en proteína y carbohidratos de rápida absorción) y con empaques biodegradables.

Ilustración 3, Desayunitos Logo



DESAYUNITOS

Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 4, Desayunitos Imagen



Fuente: (BBC, s.f.)

2.3. ¡BOOM! Imagination:

Una repostería que brinda postres saludables, dentro de un ambiente social sofisticado, creando una falsa percepción de la realidad, engañando los sentidos y realizando una experiencia realmente innovadora. Así mismo, los productos se realizarán con dulces bajos en grasas saturadas y calorías vacías capaces de sorprender la percepción visual y gustativa de los comensales. Este juego de colores y formas contrarias tendrá como objetivo crear una experiencia artística en postres que juegue con la mente de los clientes entre los conceptos dulce y salado de forma saludable.

Ilustración 5, ¡Boom! Imagination Imagen



Fuente: (Amura Yachts & Lifestyle, s.f.)

Ilustración 6, ¡Boom! Imagination Logo



Fuente: Elaboración propia.

2.4. Choco Pasión

Mediante la combinación de frutas exóticas colombianas con el chocolate, queremos darte la opción ideal para regalar en ocasiones especiales. Gracias a nuestra variedad de opciones para personalizar tu detalle, ya sea escogiendo la variedad de sabores, así como el empaque y la presentación de los productos, te aseguramos una experiencia nueva e impactante para que le regale a esa persona especial.

Ilustración 7, Choco Pasión Logo



Fuente: Elaboración Propia.

Ilustración 8, Choco Pasión Imagen



Fuente: (Shogren, 2012).

2.5. Job Jobs:

Somos una aplicación dirigida a personas jóvenes y pensionadas, que cuentan con tiempo libre y quieren conseguir dinero extra a cambio de realizar actividades a personas que no cuentan con el tiempo o experiencia. Esta aplicación satisface la necesidad de empleo a jóvenes universitarios y pensionados, así mismo brinda seguridad y confianza a la persona u organización que necesite de la prestación del servicio.

Ilustración 9, Job Jobs Imagen



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 10, Job Jobs Logo



Fuente: Elaboración propia.

3. Variables de Atractividad y Competitividad Del Mercado Para El Proceso De Tamizado De Los Productos

El paso siguiente es realizar un tamizado de los productos para continuar con el que se considera el más viable. A continuación, se muestran las variables de atractividad en el mercado colombiano, lo cual representa el 40% del tamizado total.

Tabla 1, Definición Variables de Atractividad

| No. | CRITERIO DE EVALUACIÓN | DEFINICION DE LA VARIABLE |
|-----|---|--|
| 1 | ESPERTIZ DE LA FUERZA DE LA VENTA | Nivel de expertise de las fuerzas de ventas que estan en el mercado |
| 2 | FACILIDAD DE USO | Adaptabilidad del producto al consumidor. |
| 3 | LEGISLACIÓN ACTUAL | Busca establecer si la legislación actual, puede obstaculizar el desarrollo de la idea o proyecto. |
| 4 | SALUBRIDAD | Necesidad de cumplir con ciertos requisitos nacionales para mantener sanos los alimentos que se están consumiendo o transportando, o las materias primas del producto. |
| 5 | AMENAZA DE APARICIÓN DE PRODUCTOS SUSTITUTOS | Es un producto que puede desempeñar la misma función que nuestro producto en el mercado. |
| 6 | RIESGO PAÍS | Los cambios en las condiciones económicas políticas y sociales del país pueden convertirse en factores de riesgo que deben considerarse a la hora de evaluar nuestra idea. |
| 7 | NIVEL DE CALIDAD DEMANDADO | Que tan exigente y selectivo es el consumidor o usuario, con respecto a la calidad del producto. |
| 8 | PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES | Los proveedores pueden ser oportunistas y obtener los beneficios del mercado limitando nuestros rendimientos. |
| 9 | CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN DEL MERCADO | Que tan facil es que el producto se acredite en el mercado |
| 10 | INGRESO DE NUEVOS COMPETIDORES | Cuantos proveedores hay con el el mismo producto o con un sustituto. |
| 11 | TAMAÑO DEL MERCADO | Conformado por todos los entes del mercado total que ademas de desear un servicio o bien, están en condiciones de adquirirlas. |
| 12 | POTENCIAL DEL CRECIMIENTO DEL MERCADO | Que tan creciente es el segmento |
| 13 | AGRESIVIDAD DE LA COMPETENCIA | Supuesto del tiempo que podría demorar una empresa como potencial competidor en copiar el producto o servicio. |
| 14 | CANALES DE DISTRIBUCIÓN | Establece que tan atractivo es nuestro producto ó servicio para los canales de distribución que intervienen en su comercialización. |
| 15 | ACCESIBILIDAD DEL MERCADO | La accesibilidad indica la facilidad con la que algo puede ser usado, visitado o accedido en general por todas las personas. |
| 16 | VELOCIDAD DE DIFUSIÓN | Rapidez con la que se necesita hacer difusión del producto dentro de una mercado. |
| 17 | NÚMERO DE COMPETIDORES ACTUALES EN EL MERCADO | Que tantos proveedores estan supliendo el mercado. |
| 18 | INVERSIÓN PUBLICITARIA Y PROMOCIÓN | Necesidad de realizar una inversión en publicidad para el tipo de producto considerado. |
| 19 | NECESIDADES DE LOS CONSUMIDORES | Evalua si ctualmente el cliente cuenta con productos que satisfagan la necesidad a la cual orientamos los beneficios de nuestra idea. |
| 20 | DURABILIDAD DEL PRODUCTO | Esta variable hace referencia al potencial de duración del producto en el mercado. |

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se muestran las variables de competitividad que tienen un peso del 60% en el tamizado final. Estas fueron calificadas según los atributos del producto y lo que se debe tener en cuenta para su lanzamiento y desarrollo.

Tabla 2, Definición Variables de Competitividad

| No. | CRITERIO DE EVALUACIÓN | DEFINICION DE LA VARIABLE |
|-----|--|--|
| 1 | COSTO DEL PRODUCTO | Optimización de costos fijos y variables para ser competitivos en el mercado. |
| 2 | PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES | Presencia en el mercado de proveedores con poder de negociación. |
| 3 | KNOW HOW EXPERIENCIA Y CONOCIMIENTO EN TODAS LAS AREAS | Conocimiento de los integrantes de la empresa en cuanto al Core del negocio y la forma de llevarlo a cabo. |
| 4 | IMPLEMENTACIÓN DE PROMOCIONES | Facilidad de desarrollar ofertas promocionales que contribuya a la comercialización del producto. |
| 5 | ESTRATEGIA DE LANZAMIENTO DEL PRODUCTO | Tácticas que se crean antes de salir al mercado. |
| 6 | SERVICIO POSVENTA | QueLa calidad de servicio que damos luego de la compra del servicio o producto |
| 7 | CAPACIDAD PARA CREAR Y MANTENER CLIENTES | Creación de clientes nuevos y retención de clientes |
| 8 | INNOVACION EN PORTAFOLIO | Que tantas referencias se van incluyendo en el portafolio de productos o servicios |
| 9 | EQUIPO DE VENTAS ESPECIALIZADO | Grupo de ventas calificado |
| 10 | JUST ON TIME | Manejar la cadena de abastecimiento para que el producto o servicio llegue pronto a el cliente o usuario. |
| 11 | INVERSIÓN MARKETING REQUERIDO | % de inversión sobre las ventas para posicionar y mantener el producto o servicio en el mercado |
| 12 | ADECUACIÓN DEL PORTAFOLIO DE LA COMPAÑÍA | El portafolio de la compañía se adecue a las necesidades del mercado. |
| 13 | APPEAL DEL PRODUCTO | Nivel de atractividad de la idea o producto para cautivar a un cliente potencial. |
| 14 | DIFERENCIACIÓN DEL PRODUCTO | Que beneficio y atributo tiene el producto o servicio a diferencia de los demás que se encuentran en el mercado. |
| 15 | PRECIOS EN EL MERCADO | Comparación del posible precio de venta del producto con algunos sustitutos que existen actualmente en el mercado. |
| 16 | CUALIDADES DISTINTIVAS | Capacidad de diferenciación con productos actualmente en el mercado. |
| 17 | FUERZA DE LA COMPETENCIA | Medición de la capacidad de reacción de empresas posibles competidoras. |
| 18 | COMPATIBILIDAD CLIENTE-DISTRIBUIDOR | Compartir los mismos objetivos y estrategias con el distribuidor del producto. |
| 19 | ADECUACIÓN FUERZA DE VENTAS | Nivel de posibilidad de entrenamiento de la fuerza comercial. |
| 20 | NIVEL DE CALIDAD | Calidad respecto a tecnología o propueta de servicio presente en el mercado. |

Fuente: Elaboración propia.

4. Tabla De Resultado De Proceso De Tamizaje De Cada Producto

Posteriormente de realizar las dos matrices con sus debidas calificaciones, se obtiene el resultado de la mejor opción para el proyecto, el cual es Job-Jobs con un puntaje final de 1028. Para la calificación de los productos o servicios que se establecieron en la matriz, se tuvo en cuenta diferentes valores a la hora de establecer la evaluación. De esta manera, se determinó que la variable de atractividad recibiría un valor del 40% y la variable de competitividad un 60%.

Tabla 3, Resultados Variables de Atractividad

| VARIABLES DE ATRACTIVIDAD | CALIFICACIÓN DE LA VARIABLE | | | |
|---|-----------------------------|-------------------|------------------|---------------------|
| | 10 | 30 | 50 | 90 |
| 1. ESPERTIZ DE LA FUERZA DE LA VENTA | EXPERIMENTADO | MUY EXPERIMENTADO | ESPECIALIZADA | MUY ESPECIALIZADA |
| 2. FACILIDAD DE USO | MUY DIFÍCIL | DIFÍCIL | FÁCIL | MUY FACIL |
| 3. LEGISLACIÓN ACTUAL | MUY COMPLICADO | COMPLICADO | NORMAL | FÁCIL |
| 4. SALUBRIDAD | MUY DIFÍCIL | DIFÍCIL | FÁCIL | NO APLICA |
| 5. AMENAZA DE APARCIÓN DE PRODUCTOS SUSTITUTOS | MUY FACIL | FÁCIL | DIFÍCIL | MUY DIFÍCIL |
| 6. RIESGO DEL PAIS | MUY INSEGURO | INSEGURO | SEGURO | MUY SGURO |
| 7. NIVEL DE CALIDAD DEMANDADO | POCO EXIGENTE | EXIGENTE | MUY EXIGENTE | DEMASIADO EXIGENTE |
| 8. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES | BAJO INFLUYENTE | POCO INFLUYENTE | INFLUYENTE | MUY INFLUYENTE |
| 9. CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN DEL MERCADO | BAJO | NORMAL | ALTO | MUY ALTO |
| 10. INGRESO DE NUEVOS COMPETIDORES | MUY ALTO | ALTO | BAJO | MUY BAJO |
| 11. TAMAÑO DEL MERCADO | BAJO | NORMAL | GRANDE | MUY GRANDE |
| 12. POTENCIAL DEL CRECIMIENTO DEL MERCADO | BAJO | POCO POTENCIAL | NORMAL | MUCHO |
| 13. AGRESIVIDAD DE LA COMPETENCIA | MUY ALTA | ALTA | MEDIA | BAJA |
| 14. CANALES DE DISTRIBUCIÓN | BAJO | NORMAL | ALTO | MUY ALTO |
| 15. ACCESIBILIDAD DEL MERCADO | POCA | BAJA | NORMAL | ALTA |
| 16. VELOCIDAD DE DIFUSIÓN | BAJA | NORMAL | ALTA | MUY ALTA |
| 17. NÚMERO DE COMPETIDORES ACTUALES EN EL MERCADO | MUCHOS | ALGUNOS | POCOS | MUY POCOS O NINGUNO |
| 18. INVERSIÓN PUBLICITARIA Y PROMOCIÓN | BAJO | NORMAL | ALTO | MUY ALTO |
| 19. NECESIDADES DE LOS CONSUMIDORES | BAJA | NORMAL | ALTA | MUY ALTA |
| 20. DURABILIDAD DEL PRODUCTO | MENOS DE AÑO | ENTRE Y 2 AÑOS | ENTRE 2 Y 5 AÑOS | MAS DE 5 AÑOS |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4, Resultados Variables de Competitividad

| VARIABLES DE COMPETITIVIDAD | CALIFICACIÓN DE LA VARIABLE | | | |
|---|-----------------------------|-------------------|---------------|-------------------|
| | 10 | 30 | 50 | 90 |
| 1. COSTO DEL PRODUCTO | MUY ALTOS | ALTOS | BAJOS | MUY BAJOS |
| 2. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES | MUY ALTOS | ALTOS | NORMAL | BAJO |
| 3. KNOW HOW EXPERIENCIA Y CONOCIMIENTO EN TODAS LAS AREAS | BAJO | NORMAL | ALTO | MUY ALTO |
| 4. IMPLEMENTACIÓN DE PROMOCIONES | BAJO | NORMAL | ALTO | MUY ALTO |
| 5. ESTRATEGIA DE LANZAMIENTO DEL PRODUCTO | MUY DIFÍCIL | DIFÍCIL | FÁCIL | MUY FACIL |
| 6. SERVICIO POSVENTA | MUY DIFÍCIL | DIFÍCIL | FÁCIL | MUY FACIL |
| 7. CAPACIDAD PARA CREAR Y MANTENER CLIENTES | MUY DIFÍCIL | DIFÍCIL | NORMAL | FÁCIL |
| 8. INNOVACION EN PORTAFOLIO | MUY POCAS | POCAS | ALGUNAS | MUCHAS |
| 9. EQUIPO DE VENTAS ESPECIALIZADO | EXPERIMENTADO | MUY EXPERIMENTADO | ESPECIALIZADA | MUY ESPECIALIZADA |
| 10. JUST ON TIME | EXPERIMENTADO | MUY EXPERIMENTADO | ESPECIALIZADA | MUY ESPECIALIZADA |
| 11. INVERSIÓN MARKETING REQUERIDO | MUY ALTO | ALTO | BAJO | MUY BAJO |
| 12. ADECUACIÓN DEL PORTAFOLIO DE LA COMPAÑÍA | MUY DIFÍCIL | DIFÍCIL | FÁCIL | MUY FACIL |
| 13. APPEAL DEL PRODUCTO | MUY BAJO | BAJO | ALTO | MUY ALTO |
| 14. DIFERENCIACIÓN DEL PRODUCTO | MUY BAJAS | BAJAS | ALTAS | MUY ALTAS |
| 15. PRECIOS EN EL MERCADO | NADA COMPETITIVO | POCO COMPETITIVO | COMPETITIVO | MUY COMPETITIVO |
| 16. CUALIDADES DISTINTIVAS | MUY BAJAS | BAJAS | ALTAS | MUY ALTAS |
| 17. FUERZA DE LA COMPETENCIA | MUY ALTA | ALTA | BAJA | MUY BAJA |
| 18. COMPATIBILIDAD CLIENTE-DISTRIBUIDOR | MUY BAJA | BAJA | ALTA | MUY ALTA |
| 19. ADECUACIÓN FUERZA DE VENTAS | MUY BAJA | BAJA | ALTA | MUY ALTA |
| 20. NIVEL DE CALIDAD | MUY BAJA | BAJA | ALTA | MUY ALTA |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5, Resultados Variables de Atractividad

| IDEA | TOTAL ATRACTIVIDAD |
|---|--------------------|
| 1. Maquillaje | 1260 |
| 2. App de trabajo | 1220 |
| 3. Chocolates con frutas exóticas colombianas | 700 |
| 4. Servicio de alimentación matutina | 740 |
| 5. Repostería con combinación del arte | 740 |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6, Resultados Variables de Competitividad

| IDEA | TOTAL COMPETITIVIDAD |
|---|----------------------|
| 1. Maquillaje | 940 |
| 2. App de trabajo | 900 |
| 3. Chocolates con frutas exóticas colombianas | 1000 |
| 4. Servicio de alimentación matutina | 820 |
| 5. Repostería con combinación del arte | 1060 |

Fuente: Elaboración propia.

5. Presentación Del Producto Ganador

Finalmente, los resultados arrojaron que tanto el producto de Maquillaje Shadow Skin y la aplicación Job Jobs, son los productos más atractivos y competitivos de las 5 ideas. Teniendo en cuenta que la idea de la aplicación tiene un desarrollo menos complejo que la idea del maquillaje, y que la competencia internacional con presencia en el país cuenta con este producto en otros países fuera de Colombia, por lo que su importación puede ser próxima, se decidió optar por Job Jobs.

Ilustración 11, Total de Ponderación

| Total de ponderación sobre % de Atractividad y Competitividad | | | | | |
|---|--------------|----------------|---------------------|-----------------------|------------------|
| LISTA DE NUEVAS IDEAS | ATRACTIVIDAD | COMPETITIVIDAD | Atractividad 40% | Competitividad 60% | PUNTUACIÓN TOTAL |
| Maquillaje | 1160 | 940 | 464 | 564 | 1028 |
| App de trabajo | 1160 | 860 | 464 | 516 | 980 |
| Chocolates con frutas exóticas colombianas | 680 | 1000 | 272 | 600 | 872 |
| Servicio de alimentación matutina | 640 | 840 | 256 | 504 | 760 |
| Repostería con combinación del arte | 740 | 1060 | 296 | 636 | 932 |

Fuente: Elaboración propia.

6. Concepto Del Producto Ganador

Ilustración 12, Aplicación Job Jobs



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 13, Logo y Slogan Job Jobs



Fuente: Elaboración propia.

Job-Jobs es una aplicación dirigida a personas que cuentan con tiempo libre y quieren conseguir dinero extra a cambio de realizar actividades a personas que no cuentan con el tiempo o la experiencia. Esta aplicación satisface la necesidad de empleo a jóvenes universitarios y pensionados, así mismo brinda seguridad y confianza a la persona u organización que necesite de la prestación del servicio.

Tabla 7, Cuadro de Atributos, Beneficios y Valor

| Cuadro de Atributos, Beneficios y Valor | |
|---|---|
| Atributos: | <ul style="list-style-type: none"> • Disponible en Android y IOS • Fácil de usar • Seguridad y confiabilidad |

| | |
|--------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con métodos de pago para el empleador (tarjeta de crédito, débito, baloto, efecty) • Conectividad entre empleador, empleado y servicio al cliente de la app |
| Beneficios: | <ul style="list-style-type: none"> • Genera dinero extra a jóvenes universitarios y pensionados • Mediante personal capacitado y experimentado realiza tareas y actividades de manera segura, efectiva y confiable • Ahorro de tiempo a personas ocupadas • Filtrar y aceptar el personal |
| Valor: | <ul style="list-style-type: none"> • Plataforma única en Colombia • Innovadora • Brinda oportunidades a jóvenes con poca experiencia, empleo a personas pensionadas • Facilitador de vida • Desarrollo de tareas rápidas y efectivas en dónde se invierta tiempo para recibir dinero o dinero para suplir una necesidad • Mejora la calidad de vida |

Fuente: Elaboración propia.

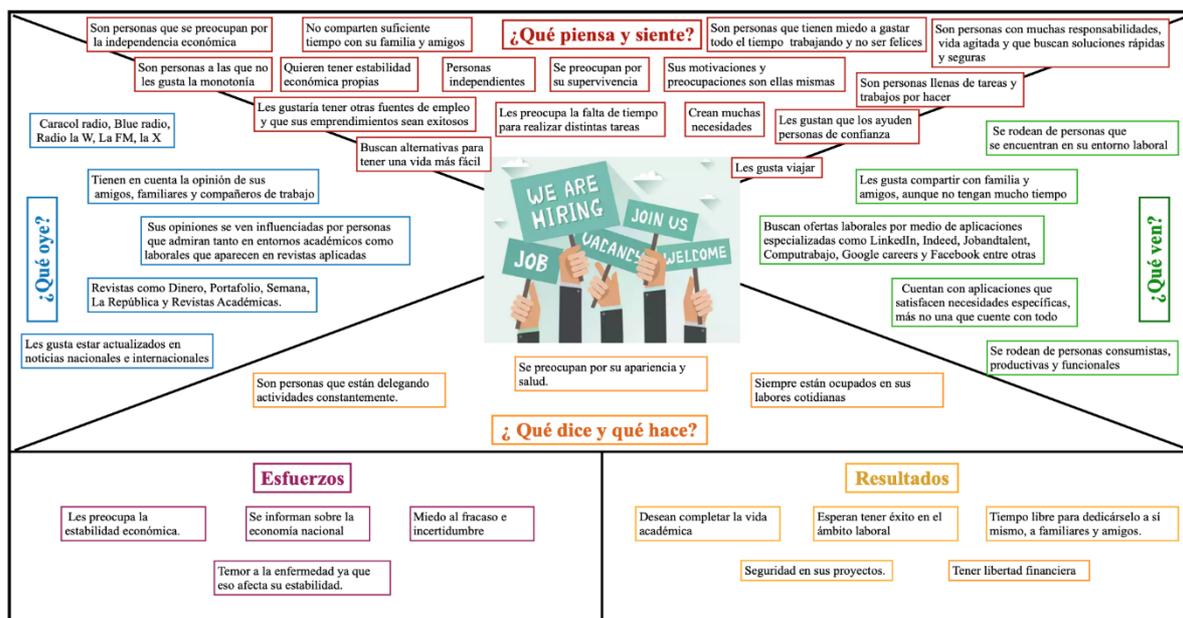
7. Presentación De Lienzos Trabajados para la Construcción de la Propuesta de Valor y Modelo de Negocios Ganador.

7.1. Lienzo de mapa de percepción del cliente

Este lienzo nos permite conocer a profundidad el comportamiento de los usuarios de la plataforma, para nuestro trabajo lo dividimos entre los empleadores, quienes van a ofertar trabajos y actividades a realizar y los jóvenes universitarios y adultos mayores quienes se encargarán de prestar el servicio. Para la realización del lienzo indagamos a profundidad mediante entrevistas, sus comportamientos, gustos, preferencias, opiniones necesidades y hábitos.

Usuarios

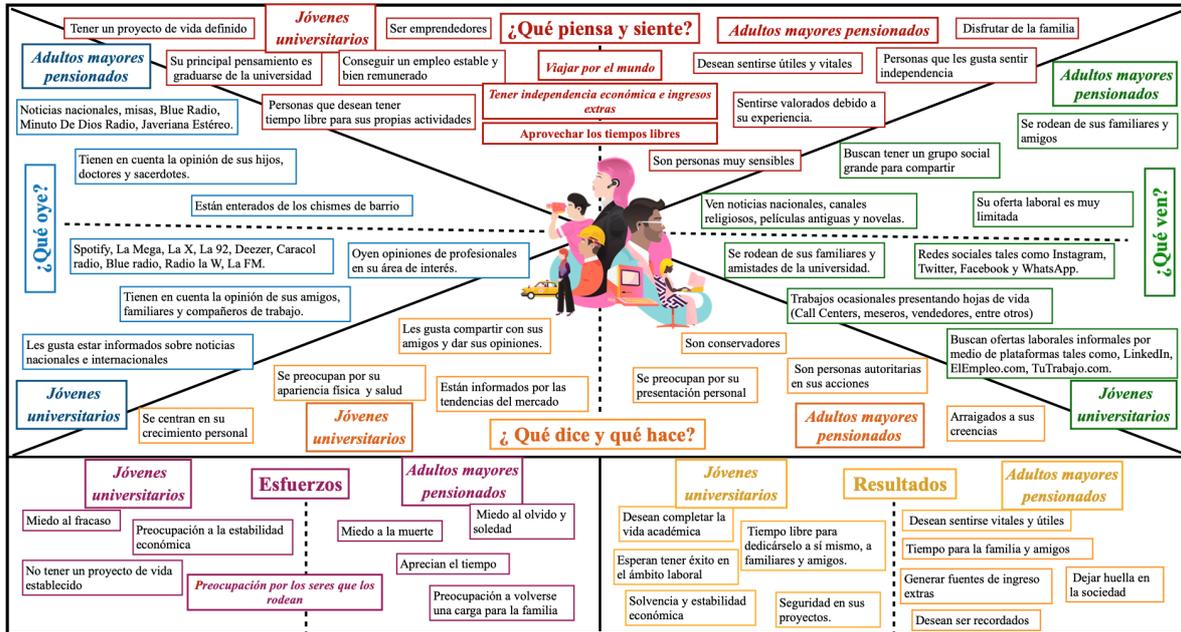
Ilustración 14, Mapa de percepción del Cliente Usuarios



Fuente: Elaboración propia.

Jóvenes universitarios y adultos mayores pensionados (trabajadores)

Ilustración 15, Mapa de percepción del Cliente Trabajadores

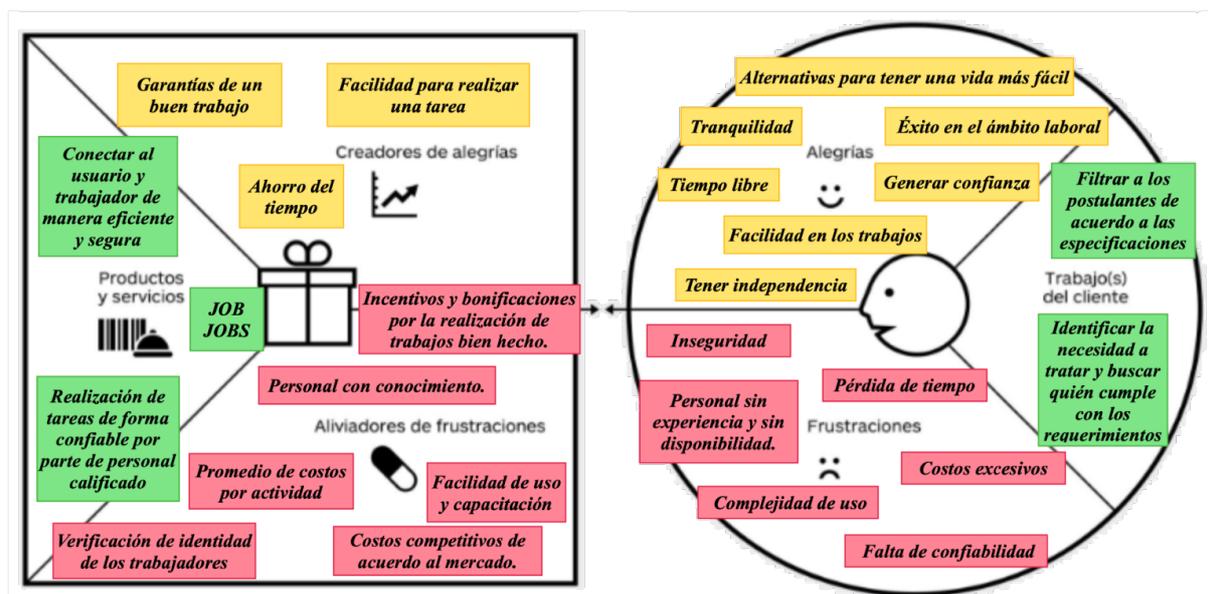


Fuente: Elaboración propia.

7.2. Lienzo de propuesta de valor

La siguiente matriz nos permite dar respuesta a las frustraciones y alegrías de los clientes potenciales, siendo nosotros creadores de alegrías y aliviadores de frustraciones, respecto a sus necesidades. Así mismo nos permite prestar un servicio de calidad y seguro de acuerdo con sus requerimientos.

Ilustración 16, Lienzo De Propuesta De Valor



Fuente: Elaboración propia.

7.3. Lienzo CANVAS

El lienzo CANVAS nos permite identificar los aspectos más importantes de Job Jobs, tales como nuestra propuesta de valor que nos afirma que es una aplicación confiable y segura que brinda trabajo de alta calidad, la cual se dirige a personas entre 18 a 60 años que tengan disposición y tiempo para realizar diversas actividades. Los clientes se beneficiarán de relación pre y posventa, notificación por actividades, incentivos frecuentes y un trato rápido y eficaz, nos daremos a conocer por medio de plataformas digitales tales como Google Play, App Store y redes sociales.

Adicionalmente, nuestras actividades clave para ofrecer el mejor servicio serán la validación de identidad y datos personales, la conexión entre las personas que desean realizar un trabajo y adquirirlo. Así mismo, los recursos y socios clave también son parte importante

del lienzo. Nuestra estructura de costos está basada en la programación web, la creación de la aplicación, dominio, hosting, capacitación del personal, publicidad, marketing, base de datos, equipos tecnológicos, entre otros. Finalmente, la fuente de ingresos se basa en un 10% de ganancia para Job Jobs por actividad realizada y el pago se realizará por medio de tarjetas de crédito, débito, giros, PSE y consignaciones bancarias.

Ilustración 17, Lienzo CANVAS

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|--|-------------|---------|-----------|---------------|------------------------|-----|----------------------|---------|-------------------|--|----------|--|--|--|
| <p>Socios clave</p> <ul style="list-style-type: none"> -Call center (Tercerizados) -Universidades seleccionadas -Cooperativas y asociaciones de pensionados  | <p>Actividades clave</p> <ul style="list-style-type: none"> -Intermediario entre las personas que desean realizar un trabajo y adquirirlo. (Oferta y demanda de empleo) -Validación de identidad y datos personales. -Poner en contacto al usuario final con alguno de nuestros trabajadores seleccionados. -Bases de datos actualizadas con información de nuestros clientes que han usado nuestra herramienta para realizar publicidad y remarketing <p>Recursos claves</p> <p>Personal: Adultos mayores pensionados aptos para hacer el acompañamiento en empresas. Jóvenes universitarios. Programador y diseñador.</p> <p>Capital: Aportación de los socios</p> <p>Infraestructura: Call Center Oficina</p> <p>Tecnología: Dominio Aplicación virtual Computadores</p>  | <p>Propuesta valor</p> <p>Job Jobs es una aplicación dirigida a personas que no cuentan con tiempo libre y buscan personal de calidad. Nos comprometemos a conectar nuestros usuarios con personal confiable y calificado para que realicen sus tareas de manera rápida y segura.</p>  | <p>Relación con clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> -Plan CRM para mantener un contacto de remarketing -Notificación por actividad -Incentivos por frecuencia de uso -Trato rápido y eficaz -Relación automatizada -Relación pre y posventa -Canales de vía digital (email marketing y whatsapp marketing) para dar información de nuestros servicios  <p>Canales de distribución comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> - Google Play - Aplicación Job Jobs - Redes sociales (Instagram, Facebook, YouTube entre otros) - Publicidad ATL (Revistas, Radio y televisión)  | <p>Segmento de clientes</p> <p>Personas entre 18 a 60 años de estratos 4,5 y 6 de la ciudad de Bogotá con alto poder adquisitivo sin disposición o tiempo para realizar diversas actividades.</p>  | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>Estructura de costos</p> <table border="0"> <tr> <td>Programador web y de aplicación</td> <td>Capacitación del personal</td> </tr> <tr> <td>Dominio</td> <td>Call center</td> </tr> <tr> <td>Hosting</td> <td>Impuestos</td> </tr> <tr> <td>Base de datos</td> <td>Publicidad y marketing</td> </tr> <tr> <td>ARL</td> <td>Equipos tecnológicos</td> </tr> <tr> <td>Abogado</td> <td>Muebles y enseres</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Gestoría</td> </tr> </table>  | | Programador web y de aplicación | Capacitación del personal | Dominio | Call center | Hosting | Impuestos | Base de datos | Publicidad y marketing | ARL | Equipos tecnológicos | Abogado | Muebles y enseres | | Gestoría | <p>Fuente de ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> - La aplicación se quedará con el 10% por actividad realizada - Sugerir precio dependiendo el promedio del mercado para evitar los sobrecostos y Dumping. - El pago se realizará por medio de tarjetas de crédito/ débito, PayPal, giros, PSE y consignaciones bancarias.  | | |
| Programador web y de aplicación | Capacitación del personal | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Dominio | Call center | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Hosting | Impuestos | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Base de datos | Publicidad y marketing | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ARL | Equipos tecnológicos | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Abogado | Muebles y enseres | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Gestoría | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Fuente: Elaboración propia.

7.4. Lienzo de posicionamiento de marca

Tabla 8, Referencias de la marca

| Referencias de la marca | |
|--------------------------------|--|
| Esencia de la marca | Confiabilidad, calidad y seguridad |
| Personalidad y valores | Joven, responsable, moderna, confiable, dinámica, flexible |
| Promesa de la marca | Tú trabajo, en buenas manos. |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 9. Relación de la proposición de valor con el posicionamiento

| Relación de la proposición de valor con el posicionamiento | |
|---|--|
| Para | Personas con poder adquisitivo sin disposición o tiempo para realizar diversas actividades. |
| Valor de | Valoran el tiempo, tecnología y calidad. |
| Necesidad sin cubrir | Búsqueda de alternativas para tener una vida más fácil, tiempo libre y sus diligencias al día. |
| Nombre | JOB-JOBS. |
| Es | Aplicación pionera de oferta y demanda de empleo para jóvenes universitarios y pensionados. |
| Que (sólo brinda) | Brinda facilidad para contratar personas que facilitan tu vida. |
| Por qué porque | Hay innovación calidad y confianza para los trabajos a realizar en la aplicación. |
| Comportamiento que se intenta modificar | Búsqueda de trabajo. |

Fuente: Elaboración propia.

7.5. Guía montaje pitch

Tabla 10 Guía para montaje de Pitch

| Guía para montaje de Pitch | |
|-------------------------------------|--|
| Rúbricas | Descripción |
| Problemática | No existe una conexión entre personas que requieran tareas con personas que tengan las habilidades y disponibilidad para hacerlas. Los colombianos en promedio tienen 2 horas y 39 minutos de tiempo libre al día (DANE, 2018), tiempo en el cual no alcanzan a realizar todas sus tareas. Mientras que en Colombia existen aproximadamente 570.000 estudiantes y 356.000 pensionados (DANE, 2018a) de pensionados con tiempo libre y en disposición de realizar actividades a cambio de dinero. |
| Solución | Una plataforma que conecta a personas activamente digitales, que desean invertir tiempo en realizar actividades, con personas que desean invertir dinero para tener más tiempo disponible |
| Novedad en la Solución | Nuestra aplicación es la primera en Colombia que une a personas sin tiempo disponible para realizar tareas con personas con habilidades y tiempo para realizarlas. Permitiendo que los jóvenes universitarios y adultos mayores en capacidad de trabajar puedan realizar estas tareas a cambio de dinero. |
| Impacto en la propuesta | A nivel social apoyamos a los jóvenes universitarios que necesiten algún tipo de ingreso extra sin tener que trabajar de tiempo completo, al igual que a los adultos mayores, para que continúen siendo activos y realizando las actividades en las cuales tengan experiencia y quieran aplicar sus conocimientos. |
| Factibilidad de la propuesta | Para la implementación de la aplicación requerimos de un grupo de programadores y un diseñador que nos permitan conectar a nuestros usuarios con los trabajadores mediante una App fácil y segura de usar. Como alternativa a la aplicación se podría implementar un sitio web con las mismas características de la aplicación. Así mismo vamos a |

| | |
|-----------------------|---|
| | implementar filtros para nuestros usuarios y trabajadores con el fin de garantizar su propia seguridad y validación de datos. |
| Idoneidad | Job Jobs pertenece al sector de tecnología y servicios, es una empresa que impacta positivamente la sociedad mediante lazos que generen empleo e incrementando la calidad de vida de las personas, siendo una empresa rentable. Busca expandirse en primera instancia a Bogotá, luego por toda Colombia y posteriormente Latinoamérica, siendo la aplicación número uno en prestación de servicios y búsqueda de empleo para jóvenes universitarios y adultos mayores aptos para trabajar. |
| Sostenibilidad | Nuestra aplicación es innovadora, segura, única en Colombia y auto sostenible, que genera sus propios ingresos por medio del 10% de ganancia por cada tarea realizada a nuestros clientes. |
| Pitch | ¿Sabían que, según el DANE (DANE, 2018), los colombianos en promedio tienen 2 horas y 39 minutos de tiempo libre al día, por lo cual no alcanzan a realizar todas sus tareas, actividades o diligencias? En Bogotá hay aproximadamente 570.000 estudiantes matriculados en universidades privadas (Ministerio de Educación Colombia, 2018) y 356.000 pensionados (DANE, 2018a), de ellos la mayoría cuenta con tiempo libre y está en búsqueda de ingresos extras que no les abarque todo el tiempo. Por esta razón decidimos crear Job Jobs, una aplicación que conecta a estos estudiantes y pensionados que desean invertir tiempo para tener dinero, con personas que desean tener más tiempo disponible y pueden pagar estos servicios. Todo se realiza de una manera simple, donde los usuarios publican una tarea y los trabajadores aplican a la oferta que sea de su interés, dependiendo de sus habilidades o experiencia. Nuestra aplicación es pionera en Colombia, no solo te ofrece servicios de mensajería, también realizamos cualquier trabajo que puedas necesitar, desde actividades básicas hasta profesionales o técnicas. |

Fuente: Elaboración propia.

8. Metodología de Evaluación del Producto

8.1. Metodología de evaluación del producto

Se realizó una encuesta de manera virtual dividida en 2, una enfocada a los usuarios que deseen contratar los servicios y otra para los que desean realizar las tareas a cambio de dinero. La encuesta dirigida a los usuarios consta de 16 preguntas y se realizó a un total de 77 personas, y la encuesta para los trabajadores consta de 15 preguntas realizadas a 53 personas. Lo anterior con el fin determinar el segmento demográfico, si existe claridad en el concepto del producto para los clientes, su intención de compra y el valor que estarían dispuestos a pagar.

8.2. Objetivo general de la realización de la encuesta

La encuesta tuvo como fin, observar la respuesta de los posibles clientes al concepto del producto, y determinar si existe una aceptación o rechazo frente a la idea de emprendimiento, además de la completa claridad del proyecto.

8.3. Metodología de la encuesta

Se realizaron 2 encuestas, una enfocada a los usuarios que deseen contratar los servicios y otra para los trabajadores, estas se realizaron a hombres y mujeres de diferentes rangos y de distintas locaciones en el territorio colombiano.

8.4. Ficha técnica de la investigación

Tabla 11, Ficha Técnica Encuesta

| FICHA TÉCNICA DE LAS HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS DE LA INVESTIGACIÓN | |
|---|---|
| VARIABLE | JOB JOBS |
| HERRAMIENTA | Encuestas digitales a posibles clientes potenciales de diferentes rangos de edad, sexo y localización. |
| TECNICA DE MUESTREO | Simple y Estratificado |
| MUESTRA | 2 encuestas: Usuarios: 77 personas Trabajadores: 53 personas |
| TARGET | Personas entre 18 a 60 años de estratos 4,5 y 6 de la Bogotá con poder adquisitivo sin disposición o tiempo para realizar diversas actividades. |
| DURACIÓN | Entre 5 y 10 min |
| FECHA DE REALIZACIÓN | Desde el sábado 1 de mayo de 2020, hasta el jueves 8 de mayo de 2020. |

Fuente: Elaboración propia.

8.5. Formato de la encuesta:

8.5.1. Preguntas encuesta usuarios.

¿Cuál es su género?

- * Masculino
- * Femenino
- * No me identifico

Rango de Edad

- * 18 - 25
- * 26 - 35
- * 36- 45
- * 46 - 55
- * 55 – 66
- * Mayor de 67

En donde reside

- * Bogotá
- * Medellín
- * Cali
- * Eje Cafetero

* Costa Caribe

* Otra:

Estado civil

* Soltero (a)

* Casado (a)

* Unión libre

* Separado (a)

* Viudo (a)

* Otro: Por Favor especifique

¿Cuál es su ocupación?

* Empleado (a)

* Independiente

* Estudiante

* Pensionado (a)

* Ama (o) de Casa

* Otro (Por favor especifique)

Cuales es su nivel de ingreso o mensualidad

* Entre \$500.000 y \$999.999

* Entre \$1'000.000 y \$1'800.000

* Entre \$1'800.001 y \$2'500.000

* Entre \$2'500.001 y \$4'999.999

* Más de \$5'000.000

¿Según su recibo de la luz indique cuál es su estrato socioeconómico?

* 1 – 2

* 3 - 4

* 5 - 6

Considera que cuenta con tiempo suficiente para realizar todas sus actividades (antes de cuarentena)

* Si

* No

* A veces

Job Jobs es una aplicación dirigida a personas que cuentan con tiempo libre y quieren conseguir dinero extra a cambio de realizar actividades a personas que no cuentan con el tiempo o experiencia. Esta aplicación satisface la necesidad de empleo a jóvenes universitarios y pensionados, así mismo brinda seguridad y confianza a la persona u organizaciones que necesiten de la prestación del servicio. ¿Hay claridad en el concepto de la marca?

* Si

* No, ¿Por qué?

¿Usted usaría la aplicación?

* Si

* No

Si usted respondió afirmativamente la pregunta anterior qué sería lo más relevante al momento de usar la aplicación.

- * Seguridad
- * Precio
- * Tiempo de respuesta
- * Fácil uso de la aplicación
- * Otro (¿cuál?)

¿Si la respuesta anterior fue negativa, indique el por qué?

¿Qué actividades le gustaría que realizaran por usted?

- * Limpieza
- * Paseador de perros
- * Jardinería
- * Trasteos
- * Eventos y fotografía
- * Arreglos varios
- * Asesorías legales y contables
- * Asesorías comerciales
- * Trabajos universitarios
- * Apoyo en Office
- * Mentorías para emprendedores por parte de los pensionados
- * Tutorías
- * Otros

¿Con qué frecuencia contrataría alguno de los servicios de la aplicación?

- * Diariamente
- * Semanalmente
- * Mensualmente
- * Anualmente

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio básico de nuestra aplicación? (precio promedio de 3 horas)

- * Entre \$15.000 y \$25.000 COP
- * Entre \$25.000 y \$35.000 COP
- * Entre \$35.000 y \$45.000 COP
- * Más de \$45.000 COP

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un trabajo específico de un profesional pensionado o mentoría en cuestiones de emprendimiento por una persona con experiencia?

- * Entre \$60.000 y 70.000 COP
- * Entre \$70.000 y \$90.000 COP
- * Entre \$90.000 y \$100.000 COP
- * Más de \$100.000 COP

Nuestra aplicación está dirigida para la ciudad de Bogotá, a futuro, ¿En qué ciudades le gustaría que estuviera presente?

* Medellín

* Cali

* Pereira

* Cartagena

* Barranquilla

* Bucaramanga

* Manizales

* Otra: Cuál

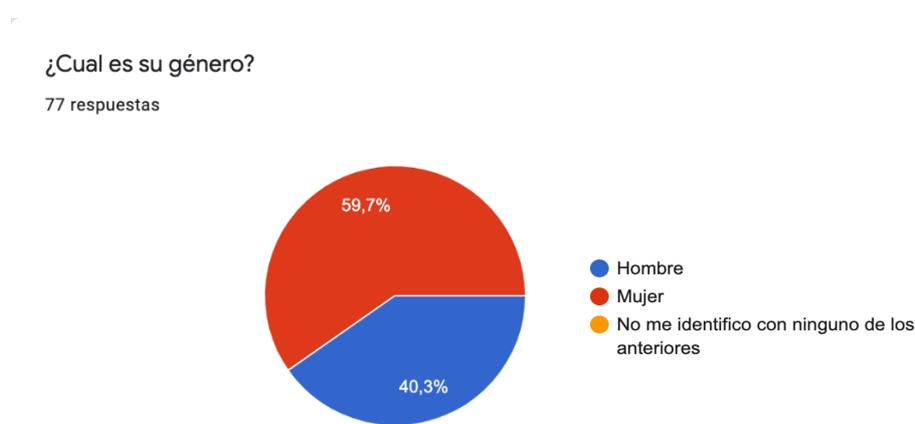
9. Análisis Univariado Encuestas

9.1. Análisis univariado encuestas usuarios

9.1.1. Análisis pregunta 1 de encuesta a usuarios.

En esta gráfica se puede evidenciar que el 59,7% de las personas encuestadas son mujeres y el 40,3% son hombres.

Ilustración 18, Pregunta 1 Usuarios

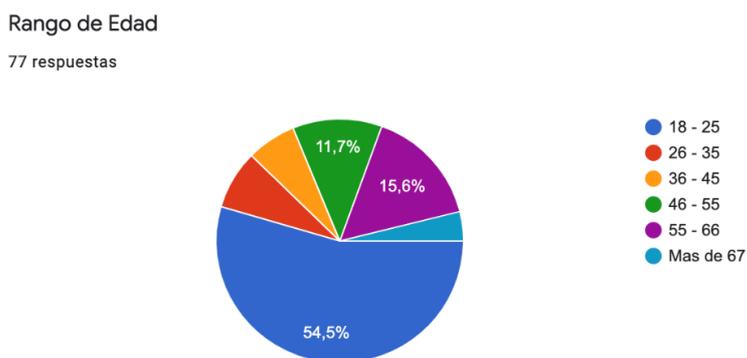


Fuente: (Usuarios, 2020) Respuesta 1.

9.1.2. Análisis pregunta 2 de encuesta a usuarios.

Con relación a la gráfica del rango de edad, el porcentaje más representativo fueron de personas que tienen entre 18 a 25 años con un 54,5%, seguido por personas que cuentan con 55 a 66 años con un porcentaje del 15,6%. Finalmente, el tercer valor más representativo es personas que tienen 46 a 55 años con un porcentaje de 11,7%.

Ilustración 19, Pregunta 2 Usuarios

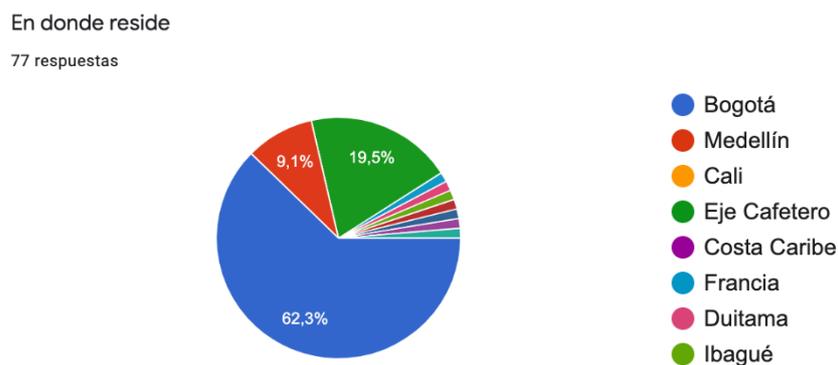


Fuente: (Usuarios, 2020) Respuesta 2.

9.1.3. Análisis pregunta 3 de encuesta a usuarios.

En la siguiente gráfica se puede evidenciar que de las personas encuestadas la mayoría vive en Bogotá con un 62,3%, en segundo lugar, el Eje cafetero 19,5% y por último en Medellín con un 9,1%.

Ilustración 20, Pregunta 3 Usuarios

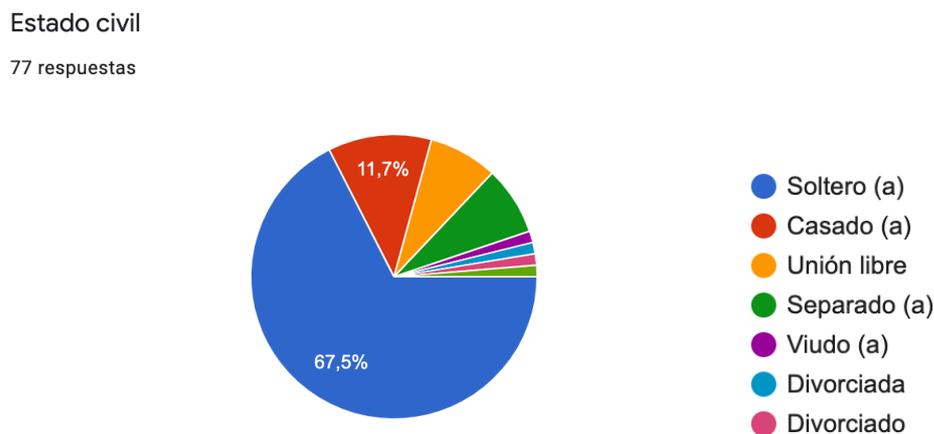


Fuente: (Usuarios, 2020) Respuesta 3.

9.1.4. Análisis pregunta 4 de encuesta a usuarios.

Con relación al estado civil las dos categorías más relevantes son personas solteras con un 67,5% seguido por personas casadas con un 11,7%.

Ilustración 21, Pregunta 4 Usuarios



Fuente: (Usuarios, 2020) Respuesta 4.

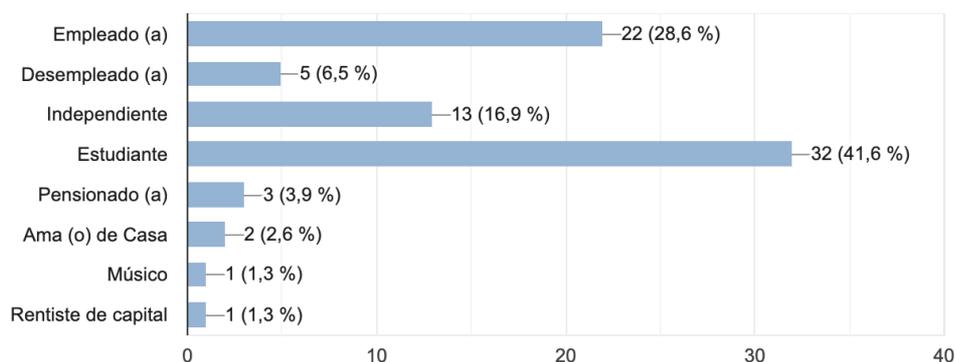
9.1.5. Análisis pregunta 5 de encuesta a usuarios.

Con relación a las personas encuestadas, la mayoría son estudiantes que representaron un 41,6% y el 28,6% están laborando como empleados, seguido por personas independientes con un 16,9%, adicionalmente se puede evidenciar que queda 12.9% distribuido en pensionado, ama(o) de casa y otros.

Ilustración 22, Pregunta 5 Usuarios

¿Cuál es su ocupación?

77 respuestas



Fuente: (Usuarios, 2020) Respuesta 5.

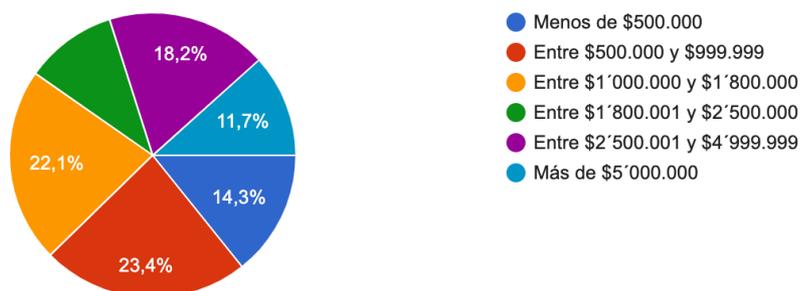
9.1.6. Análisis pregunta 6 de encuesta a usuarios

Respecto al ingreso, la mayoría de las personas tienen un salario o mensualidad entre \$500.000 y 999.999 con un 23,4% siendo así el mayor porcentaje de toda la gráfica, seguido por personas que devengan entre \$1'000.000 y 1'800.000 con un 22,1% y finalmente el tercer rubro más importante es de 18,2% mostrando personas que generan ingresos entre \$ 2'500.001 y \$4'999.999.

Ilustración 23, Pregunta 6 Usuarios

Cuales es su nivel de ingreso o mensualidad

77 respuestas



Fuente: (Usuarios, 2020) Respuesta 6.

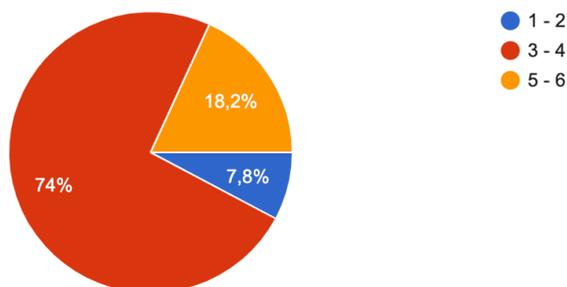
9.1.7. Análisis pregunta 7 de encuesta a usuarios.

Según la gráfica, se puede evidenciar que el mayor porcentaje se encuentra en los estratos socioeconómicos 3 y 4 con un porcentaje del 74% seguido por el estrato 5 y 6 con un valor del 18,2%.

Ilustración 24, Pregunta 7 Usuarios

¿Según su recibo de la luz indique cuál es su estrato socioeconómico?

77 respuestas



Fuente: (Usuarios, 2020) Respuesta 7.

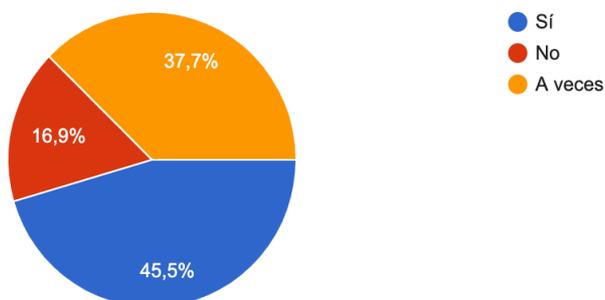
9.1.8. Análisis pregunta 8 de encuesta a usuarios.

Con relación al tiempo disponible que tienen las personas que realizaron esta encuesta, el 45,5% manifestó que sí tendría la disponibilidad para ejecutar actividades adicionales, el 37,7% expresó que solo ocasionalmente y el 16,9% dijo que no.

Ilustración 25, Pregunta 8 Usuarios

Considera que cuenta con tiempo suficiente para realizar todas sus actividades (antes de cuarentena)

77 respuestas



Fuente: (Usuarios, 2020) Respuesta 8.

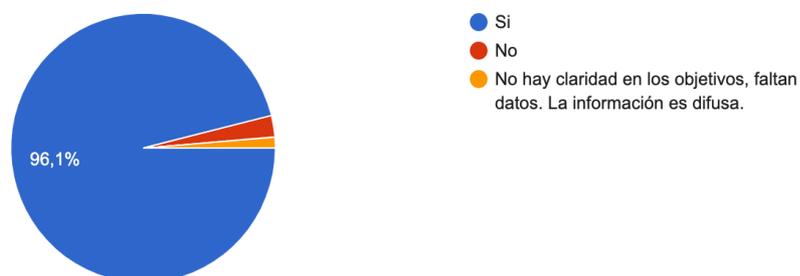
9.1.9. Análisis pregunta 9 de encuesta a usuarios

En la siguiente gráfica observamos el porcentaje de entendimiento respecto al concepto de la aplicación, en la cual el 96,1% de los encuestados entendieron el concepto, el 2,6% no y el 1,4% considera que la información es difusa.

Ilustración 26, Pregunta 9 Usuarios

Job Jobs es una aplicación dirigida a personas que cuentan con tiempo libre y quieren conseguir dinero extra a cambio de realizar actividades a personas que no cuentan con el tiempo o experiencia. Esta aplicación satisface la necesidad de empleo a jóvenes universitarios y pensionados, así mismo brinda seguridad y confianza a la persona u organizaciones que necesiten de la prestación del servicio. ¿Hay claridad en el concepto de la aplicación?

77 respuestas



Fuente: (Usuarios, 2020) Respuesta 9.

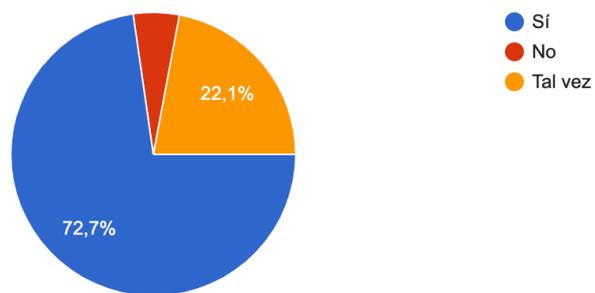
9.1.10. Análisis pregunta 10 de encuesta a usuarios.

Pudimos determinar que el 72,7% de los encuestados utilizarían la aplicación, el 22% tal vez y el 5,2% no. Podemos concluir que tiene un gran nivel de aprobación, sin embargo, debemos buscar estrategias para atraer a un mayor número de clientes potenciales.

Ilustración 27, Pregunta 10 Usuarios

¿Usted usaría la aplicación?

77 respuestas



Fuente: (Usuarios, 2020) Respuesta 10.

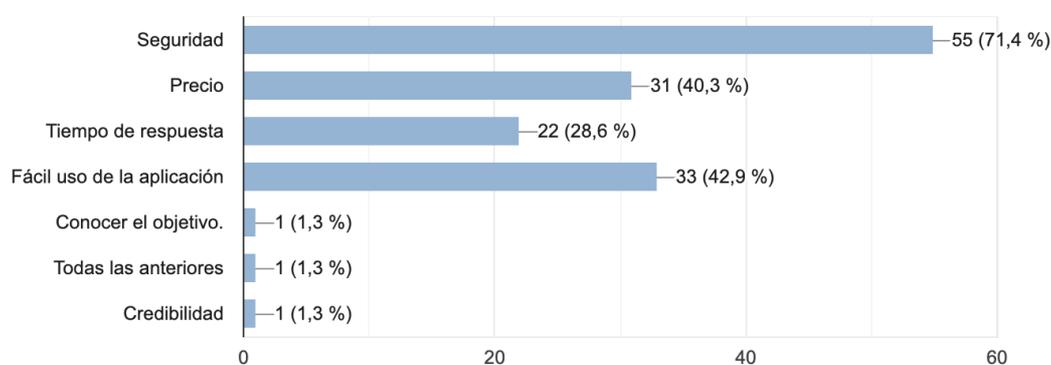
9.1.11. Análisis pregunta 11 de encuesta a usuarios.

Para los potenciales usuarios de la aplicación, lo más relevante a la hora de utilizar Job Jobs es la seguridad, seguida de la facilidad de uso de la aplicación y el precio. Adicionalmente pudimos observar el punto de vista de los encuestados que no utilizarían la aplicación, en lo cual responden que no confiarían en las personas que les prestarán el servicio.

Ilustración 28, Pregunta 11 Usuarios

Si usted respondió afirmativamente la pregunta anterior qué sería lo más relevante al momento de usar la aplicación.

77 respuestas



Si respondió no indique por que

4 respuestas

No me interesaría invertir mi tiempo prestando el servicio y no confiaría en las personas para recibir el servicio a cambio

Falta información, para tomar una decisión.

Por qué no tengo tiempo extra para dedicar a otras cosas de las que ya le ocupo

Por qué no me gusta pasar mi tiempo pegada a la tecnología

Fuente: (Usuarios, 2020) Respuesta 11.

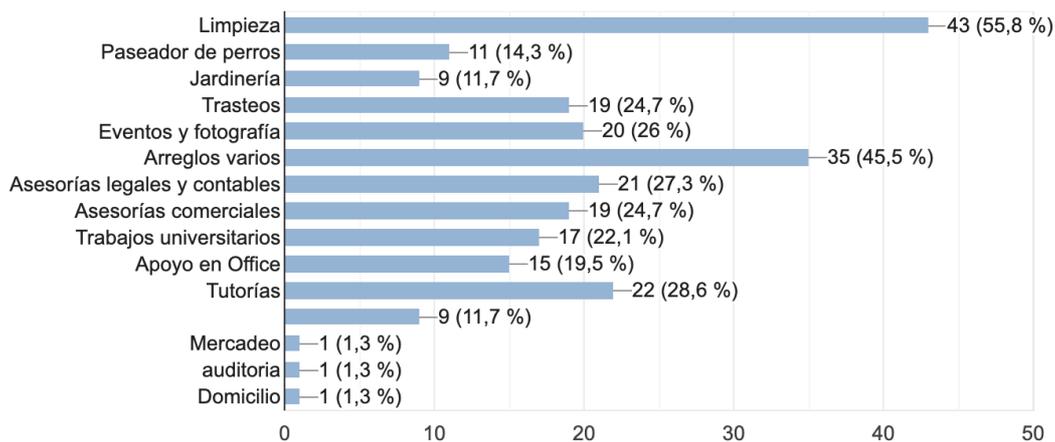
9.1.12. Análisis pregunta 12 de encuesta a usuarios.

La principal actividad en la cual los usuarios potenciales no tienen tiempo o no quieren realizar, es la limpieza siendo del 55,8% de los encuestados, seguido de arreglos varios con 45,5% y tutorías que es del 28,6%.

Ilustración 29, Pregunta 12 Usuarios

¿Qué actividades le gustaría que realizaran por usted?

77 respuestas



Fuente: (Usuarios, 2020) Respuesta 12.

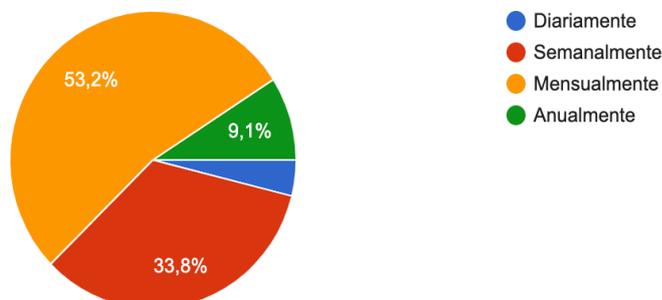
9.1.13. Análisis pregunta 13 de encuesta a usuarios.

La mayor frecuencia con la que nuestros usuarios contratarán personal para realizar las actividades es mensualmente, con un 53,2%, seguido de 33,8% que representa a la frecuencia semanal.

Ilustración 30, Pregunta 13 Usuarios

¿Con qué frecuencia contrataría alguno de los servicios de la aplicación?

77 respuestas



Fuente: (Usuarios, 2020) Respuesta 13.

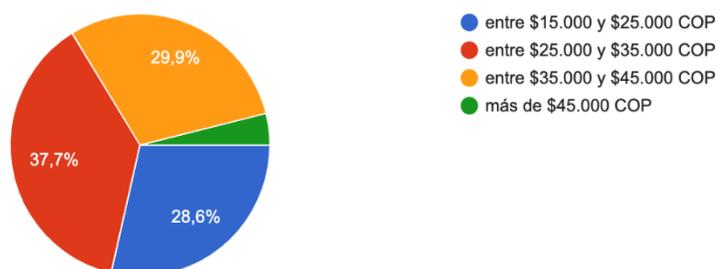
9.1.14. Análisis pregunta 14 de encuesta a usuarios.

Para actividades básicas como limpieza, arreglos varios, tutorías, sacar el perro entre otras, el 37,7% de los usuarios están dispuestos a pagar entre \$25.000 y \$35.000 mil pesos, mientras que el 29,9% pagarían entre \$35.000 y \$45.000 mil pesos

Ilustración 31, Pregunta 14 Usuarios

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio básico de nuestra aplicación? (precio promedio de 3 horas)

77 respuestas



Fuente: (Usuarios, 2020) Respuesta 14.

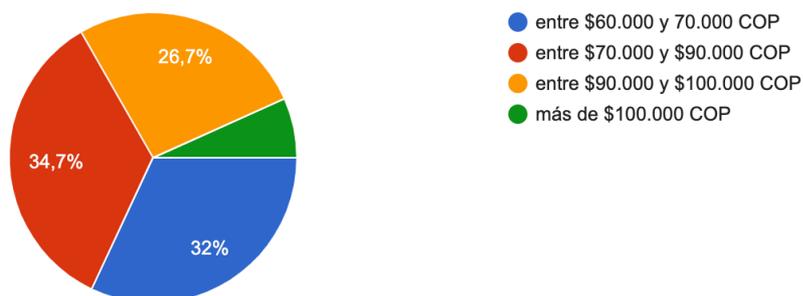
9.1.15. Análisis pregunta 15 de encuesta a usuarios.

Por realizar trabajos específicos con profesionales ya sean mentorías, asesorías legales, contables y comerciales, entre otras, el 34,7% de los usuarios están dispuestos a pagar entre \$70.000 y \$90.000 pesos y el 32% de los encuestados entre \$60.000 y \$70.000 mil pesos.

Ilustración 32, Pregunta 15 Usuarios

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un trabajo específico de un profesional pensionado o mentoría en cuestiones de emprendimiento por una persona con experiencia?

75 respuestas



Fuente: (Usuarios, 2020) Respuesta 15.

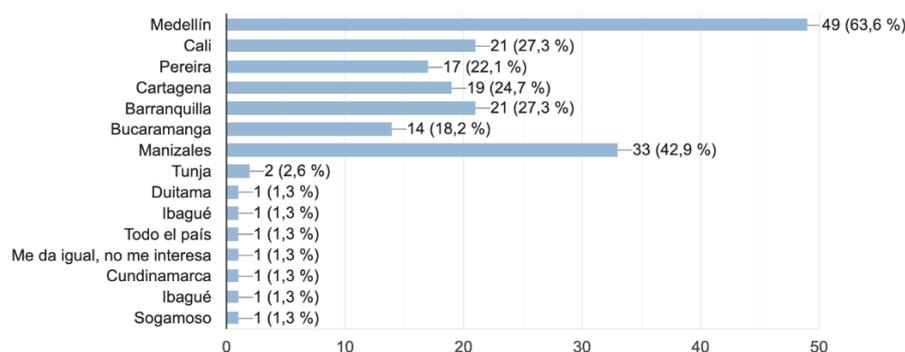
9.1.16. Análisis pregunta 16 de encuesta a usuarios.

Job Jobs va dirigida principalmente a la ciudad de Bogotá, sin embargo, a futuro nos gustaría expandirnos, siendo Medellín, Manizales y Cali las ciudades con mayor potencial y en donde a nuestros futuros usuarios les gustaría que estuviese presente.

Ilustración 33, Pregunta 16 Usuarios

Nuestra aplicación está dirigida para la ciudad de Bogotá, a futuro, ¿En qué ciudades le gustaría que estuviera presente?

77 respuestas



Fuente: (Usuarios, 2020) Respuesta 16.

9.2. Análisis univariado encuesta trabajadores

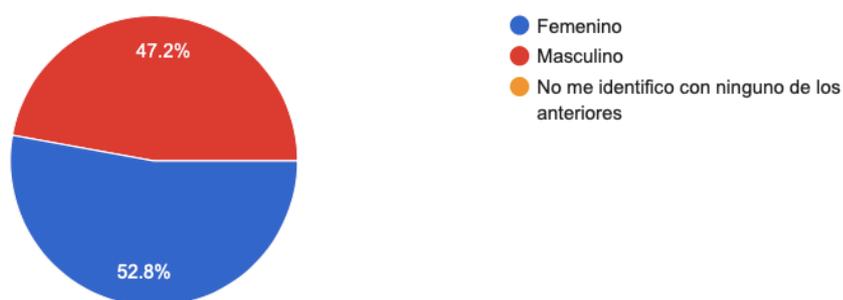
9.2.1. Análisis pregunta 1 de encuesta a trabajadores.

La gráfica evidencia que el 52,8% de los encuestados son mujeres y el 47,2% restante son hombres.

Ilustración 34, Pregunta 1 Trabajadores

¿Cuál es su género?

53 respuestas



Fuente: (Trabajadores, 2020). Respuesta 1.

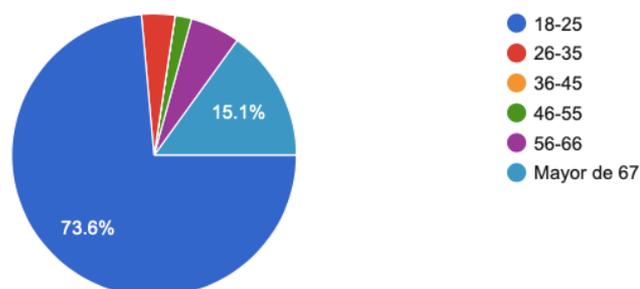
9.2.2. Análisis pregunta 2 de encuesta a trabajadores.

De los encuestados el 73,6% tienen edades entre los 18-25 años, el 15,1% son mayores de 67, el 5,7% están entre los 56-66 años, el 3,8% entre 26- 35 años y el 1,9% entre 46-55 años.

Ilustración 35, Pregunta 2 Trabajadores

Rango de edad

53 respuestas



Fuente: (Trabajadores, 2020). Respuesta 2.

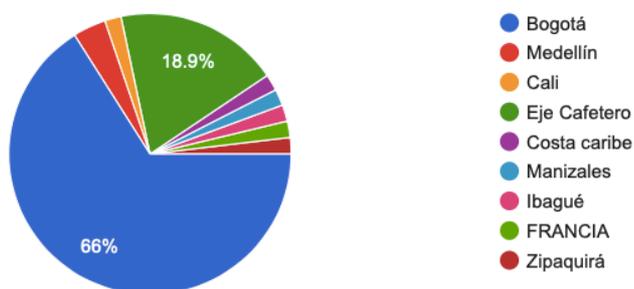
9.2.3. Análisis pregunta 3 de encuesta a trabajadores.

De las personas que respondieron la encuesta, el 66% reside en la ciudad de Bogotá, el 20,8% en ciudades del eje cafetero, el 3,8% en Medellín y el 9,4% reside en ciudades como Cali, ciudades de la costa caribe, Ibagué, Zipaquirá y una persona respondió que reside fuera de Colombia en Francia.

Ilustración 36, Pregunta 3 Trabajadores

¿En dónde reside?

53 respuestas



Fuente: (Trabajadores, 2020). Respuesta 3.

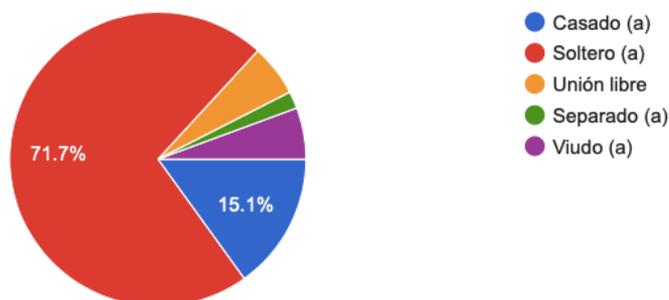
9.2.4. Análisis pregunta 4 de encuesta a trabajadores.

En la encuesta se pudo evidenciar que el 71,7% son solteros, el 15,1% son casados, el 1,9% separados y para viudos y unión libre se evidenció un 5,7% para ambos.

Ilustración 37, Pregunta 4 Trabajadores

Estado Civil

53 respuestas



Fuente: (Trabajadores, 2020). Respuesta 4.

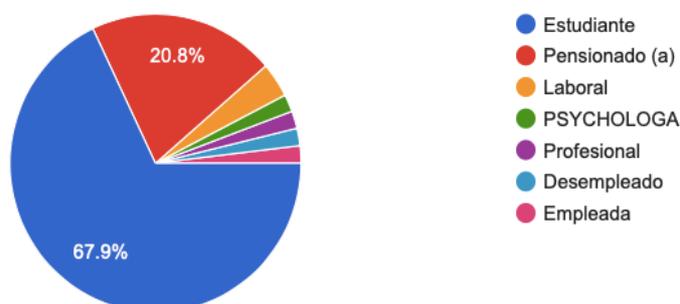
9.2.5. Análisis pregunta 5 de encuesta a trabajadores.

El 67,9% son estudiantes, el 20,8% pensionados, el 9,5% afirma estar trabajando y el 1,9% es desempleado.

Ilustración 38, Pregunta 5 Trabajadores

¿Cuál es su ocupación?

53 respuestas



Fuente: (Trabajadores, 2020). Respuesta 5.

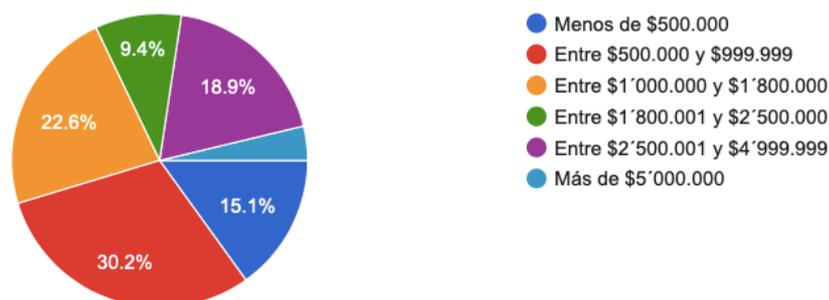
9.2.6. Análisis pregunta 6 de encuesta a trabajadores.

El ingreso más representativo se encuentra entre \$500.000 y \$999.999 con un 30,2%, le sigue entre \$1'000.000 y \$1'800.000 con un 22,6%, el 18,9% tiene ingresos entre \$2'500.001 y \$4'999.999, el 15,1% tiene ingresos de menos de \$500.000, el 9,4% entre \$1'800.001 y \$2'500.000 y el menos representativo es el 3,8% que obtienen ingresos de más de \$5'000.000.

Ilustración 39, Pregunta 6 Trabajadores

¿Cuál es su nivel de ingreso o mensualidad?

53 respuestas



Fuente: (Trabajadores, 2020). Respuesta 6.

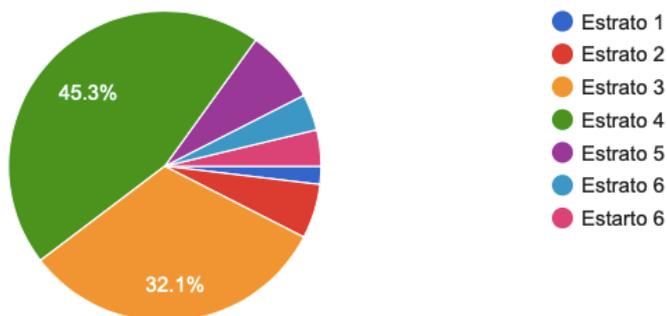
9.2.7. Análisis pregunta 7 de encuesta a trabajadores.

El 45,3% de los encuestados reside en estrato 4, el 32,1% en estrato 3, el 7,5% en estrato 5, el 5,7 % en estrato 2, el 1,9% en estrato 1 y el 7,6% en estrato 6.

Ilustración 40, Pregunta 7 Trabajadores

¿En sus recibos de servicios públicos, en qué estrato socioeconómico reside?

53 respuestas



Fuente: (Trabajadores, 2020). Respuesta 7.

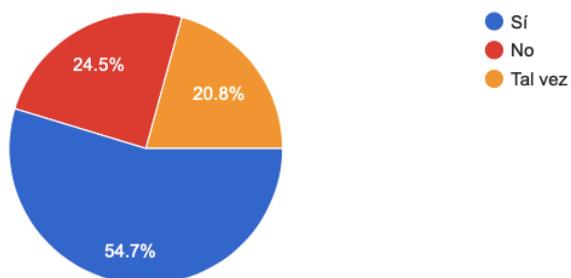
9.2.8. Análisis pregunta 8 de encuesta a trabajadores.

El 54,7% de los encuestados afirmó tener tiempo libre para realizar actividades que lo beneficien económicamente, el 24,5% afirmó no tenerlo y el 20,8% no está seguro.

Ilustración 41, Pregunta 8 Trabajadores

¿Cuenta usted con tiempo libre para realizar actividades que lo beneficien económicamente? (Aparte de sus actividades principales como estudio, trabajo, etc)

53 respuestas



Fuente: (Trabajadores, 2020). Respuesta 8.

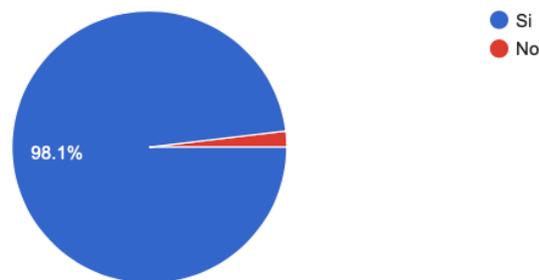
9.2.9. Análisis pregunta 9 de encuesta a trabajadores.

Según los datos, podemos ver que el concepto para la mayoría es claro, por lo no necesitamos mayores correcciones en este.

Ilustración 42, Pregunta 9 Trabajadores

Job Jobs es una aplicación dirigida a personas que cuentan con tiempo libre y quieren conseguir dinero extra a cambio de realizar actividades a personas que no cuentan con el tiempo o experiencia. Esta aplicación satisface la necesidad de empleo a jóvenes universitarios y pensionados, así mismo brinda seguridad y confianza a la persona u organizaciones que necesiten de la prestación del servicio. ¿Hay claridad en el concepto de la marca?

53 respuestas



Si respondió No, ¿Por qué?

1 respuesta

No da claridad del tipo fe trabajo que habría que hacer

Fuente: (Trabajadores, 2020). Respuesta 9.

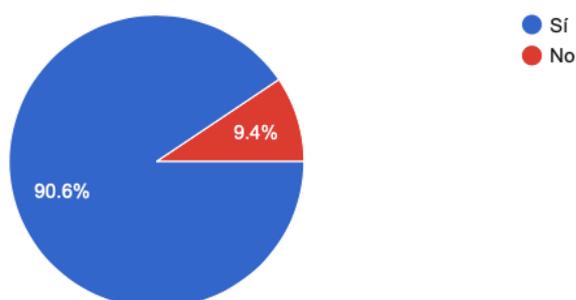
9.2.10. Análisis pregunta 10 de encuesta a trabajadores.

Teniendo en cuenta los datos, vemos que la idea es gratamente aceptada con un 90,6% de la población encuestada. Además de esto, la motivación más grande para trabajar con nosotros es el dinero, con una aprobación del 89,6%.

Ilustración 43, Pregunta 10-1 Trabajadores

¿Estaría dispuesto en trabajar con nosotros?

53 respuestas



Fuente: (Trabajadores, 2020). Respuesta 10.

Ilustración 44, Pregunta 10-2a Trabajadores

Si respondió No, ¿Por qué?

5 respuestas

Por que tengo ocupados los fines de semana ocupados con mi hijo

No tengo claro el servicio

Ya trabajo

Ya cumplí mi ciclo de productividad

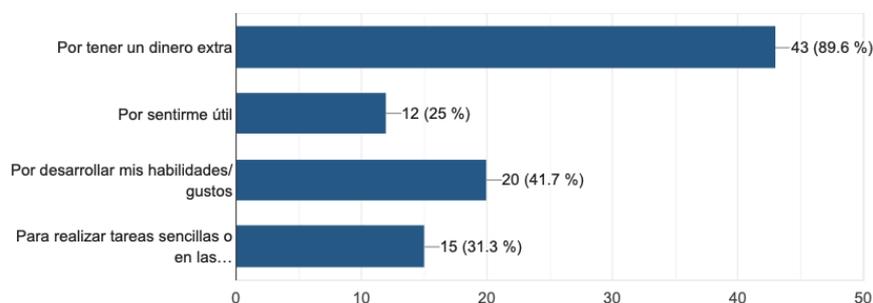
porque no necesito mas dinero

Fuente: (Trabajadores, 2020). Respuesta 10-2a.

Ilustración 45, Pregunta 10-2b Trabajadores.

Si la respuesta fue sí, ¿por qué le gustaría trabajar con nosotros?

48 respuestas



Fuente: (Trabajadores, 2020). Respuesta 10-2b.

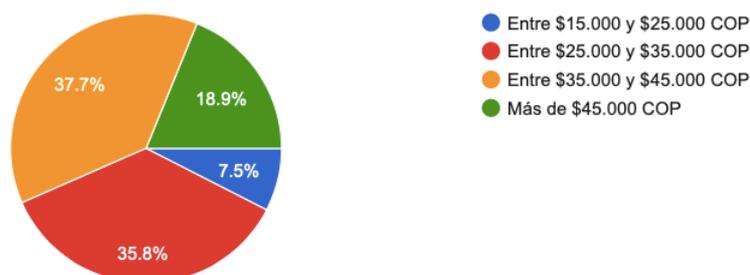
9.2.11. Análisis pregunta 11 de encuesta a trabajadores.

Por realizar un trabajo básico, es decir un trabajo como jardinería, paseador de perros, ayuda en trasteos, entre otros, el 7.5% cobraría entre \$15.000 y \$25.000 COP, el 35,8% cobraría entre \$25.000 y \$35.000 COP, el 37,7% estaría dispuesto a cobrar entre \$35.000 y \$45.000 COP y un 18,9% cobraría más de \$45.000 COP.

Ilustración 46, Pregunta 11 Trabajadores.

Nuestra aplicación retiene un pequeño porcentaje (entre un 10% y 20%) del precio que estipule el oferente, que varía según la actividad que se realice, basados en esto, ¿Cuánto estaría dispuesto a cobrar por realizar una tarea básica (limpieza, jardinería, trasteos, arreglos, entre otros) Precio promedio por trabajar 3 horas

53 respuestas



Fuente: (Trabajadores, 2020). Respuesta 11.

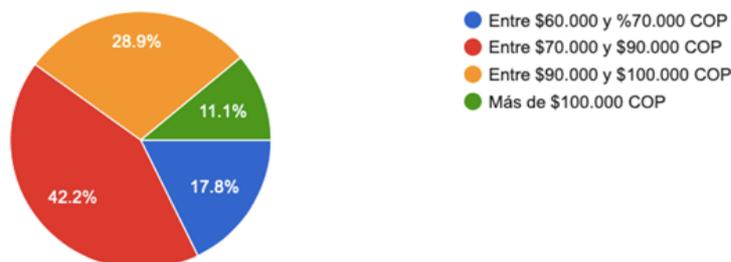
9.2.12. Análisis pregunta 12 de encuesta a trabajadores.

Por realizar un trabajo profesional, el 17.8% cobraría entre \$60.000 y \$70.000 COP, el 42,2% cobraría entre \$70.000 y \$90.000 COP, el 28,9% estaría dispuesto a cobrar entre \$90.000 y \$100.000 COP y un 11,1% cobraría más de \$100.000 COP

Ilustración 47, Pregunta 12 Trabajadores.

Nuestra aplicación retiene un pequeño porcentaje (entre un 10% y 20%) del precio que estipule el oferente, que varía según la actividad que se realice, basados en esto, ¿Cuánto estaría dispuesto a cobrar por realizar una tarea profesional (mentorías para emprendedores) ?

45 respuestas



Fuente: (Trabajadores, 2020). Respuesta 12.

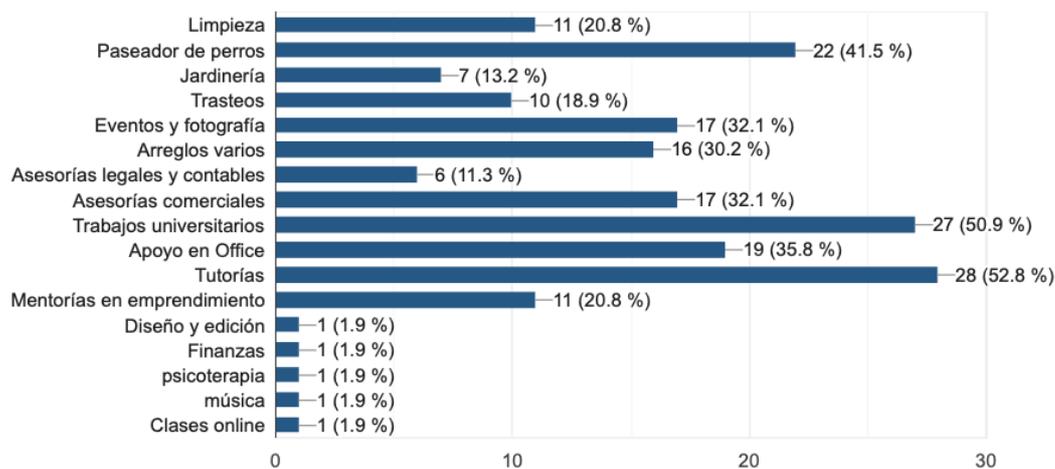
9.2.13. Análisis pregunta 13 de encuesta a trabajadores

Las tareas que más se les facilitan a los encuestados es: paseador de perros con un 41,5%, trabajos universitarios con un 50,9% y tutorías con un 52,8%.

Ilustración 48, Pregunta 13 Trabajadores

¿Qué actividad se le facilita realizar ?

53 respuestas



Fuente: (Trabajadores, 2020). Respuesta 13.

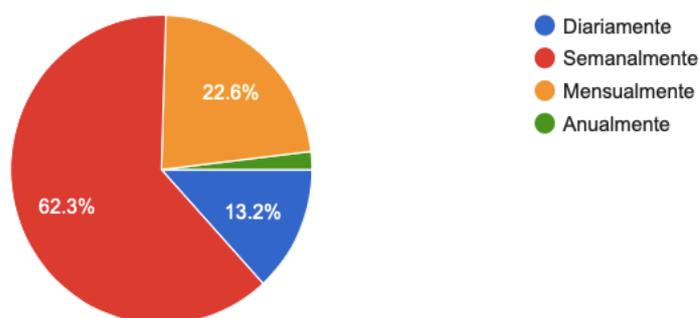
9.2.14. Análisis pregunta 14 de encuesta a trabajadores.

Los encuestados demostraron que: el 13,2% estaría en disposición de realizar algún trabajo con una frecuencia diaria, el 62,3% lo haría con una frecuencia semanal, el 22,6% lo haría de manera mensual y el 1,9% lo haría una vez al año.

Ilustración 49, Pregunta 14 Trabajadores.

¿Con qué frecuencia realizaría trabajos o servicios de la aplicación?

53 respuestas



Fuente:

(Trabajadores, 2020). Respuesta 14.

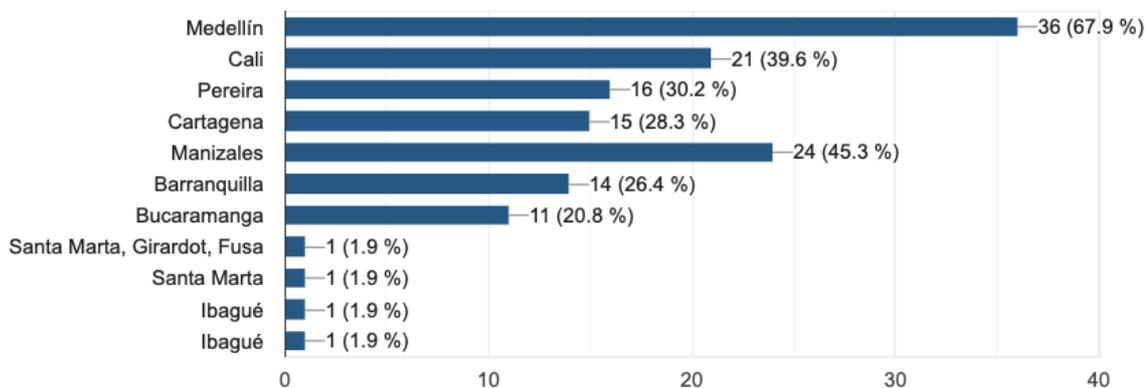
9.2.15. Análisis pregunta 15 de encuesta a trabajadores

Las ciudades aparte de Bogotá que más les gustaría que tuvieran este servicio son: Medellín con un 67,9%, Manizales con un 45,3% y Cali con un 39,6%.

Ilustración 50, Pregunta 15 Trabajadores

Nuestra aplicación está dirigida para la ciudad de Bogotá, a futuro, ¿En qué ciudades le gustaría que estuviera presente?

53 respuestas



Fuente: (Trabajadores, 2020). Respuesta 15.

10. Conclusión Del Resultado De Las Encuestas.

Al realizar las dos encuestas, dirigidas a los usuarios de nuestra aplicación y los trabajadores, encontramos que nuestros potenciales usuarios residen en la ciudad de Bogotá, son de estratos 3 y 4, y se encuentran entre 18 y 25 años y 55 y 66 años. Al igual que los futuros empleados, el mayor porcentaje vive en Bogotá. Los empleados serán pensionados y estudiantes los cuales cuentan con edades entre 18 y 25, y mayores de 67, siendo el mayor porcentaje estudiantes con un 67,9% y pensionados el 20,8%. Los ingresos tanto de los usuarios de la aplicación oscilan entre los \$500.000 y \$2.000.000 de pesos. Lo más relevante a la hora de usar los servicios de Job Jobs: es la seguridad, precio y fácil uso de la aplicación.

Aproximadamente el 50% de los encuestados no cuentan con tiempo suficiente para realizar todas sus actividades, por lo cual necesitan de una persona que les ayude, las tareas más solicitadas son limpieza, arreglos varios, tutorías, asesorías legales, contables y comerciales, sin embargo, las tareas que más se les facilitan a los trabajadores son pasear perros, hacer tutorías y trabajos universitarios por lo cual debemos buscar mayor número de trabajadores para poder responder con la demanda del mercado.

La frecuencia de uso en cuanto a la encuesta de usuarios será mensual y en cuanto a los trabajadores será semanal, lo que nos permitirá responder a las actividades planteadas. Con ambas encuestas hicimos un promedio de precios por 3 horas de trabajo las cuales arrojaron que para tareas básicas como limpieza sería de \$35.000 y de \$70.000 para tareas con profesionales.

A futuro la próxima ciudad para expandirnos sería Medellín, seguida de Manizales, Cali y Barranquilla. En ambas encuestas la claridad en el concepto de la aplicación fue superior al 95% sin embargo, debemos seguir mejorando la explicación de la aplicación y sus funcionalidades.

Finalmente, vemos viable la creación de la aplicación ya que tiene un alto nivel de aceptación y de entendimiento tanto de usuarios como de trabajadores, existen necesidades para suplir en la ciudad de Bogotá y personas interesadas en trabajar. Así mismo, habitantes de Medellín, Cali y Manizales les gustaría que también funcionara en sus ciudades.

11. Presentación del P&G y de Inversión Inicial.

Para el caso de JOB JOBS, en la inversión inicial se planteó un capital de trabajo para la creación de la aplicación, el cual consta de: i) 8 meses de salario para 4 programadores (1 jefe de programación, 1 programador IOS, 1 programador Android y 1 Auxiliar de programación), ii) 5 meses de trabajo para la planta administrativa, compuesta por 4 empleados, iii) 3 meses para la creación de los contratos, constitución de la empresa, los estatutos y demás labores del abogado, iv) salario y capacitación de 2 empleados de servicio al cliente, v) muebles, enseres, equipos y computadores, y vi) activos intangibles necesarios para la creación de la página, la plataforma y la aplicación.

Tabla 12, Inversión Inicial

| Referencia del Insumo | Costo en pesos/unit | | |
|-----------------------------|---------------------|------------|----------------|
| computadores | \$ 1,719,000 | 7 unidades | \$ 12,033,000 |
| mesas | \$ 700,000 | 3 unidades | \$ 2,100,000 |
| sillas | \$ 120,000 | 7 unidades | \$ 840,000 |
| microondas | \$ 250,000 | 1 unidad | \$ 200,000 |
| Front (2 personas) | \$ 3,000,000 | 2 meses | \$ 6,000,000 |
| personal admin (4 personas) | \$ 6,500,000 | 5 meses | \$ 49,075,000 |
| personal (4 personas) | \$ 12,500,000 | 8 meses | \$ 151,000,000 |
| Abogado | \$ 3,500,000 | 3 meses | \$ 10,500,000 |
| Capacitación personal | \$ 750,000 | 2 personas | \$ 1,500,000 |
| Hosting | \$ 500,000 | 12 meses | \$ 6,000,000 |
| Dominio | \$ 550,000 | 1 año | \$ 600,000 |
| Licencias | \$ 300,000 | 12 meses | \$ 3,600,000 |
| Ingreso AppStore | \$ 388,200 | 1 año | \$ 388,200 |
| Total | | | \$ 243,448,000 |
| Total/12meses | | | \$ 20,287,333 |

Fuente: Elaboración propia.

El precio sugerido por los encuestados para las tareas básicas es de \$35.000 COP, (este precio es aproximado, el cual se obtiene de tomar el valor por hora del salario mínimo, multiplicado por 3 horas, que es lo que es el promedio de horas que demora en realizar una tarea básica) y el precio sugerido por los encuestados para las tareas técnicas o profesionales fue de \$85.000 COP. Con base en los anteriores datos, el cálculo de la inversión inicial, los costos, los gastos y teniendo en cuenta que el margen de ganancias por tarea realizada para JOB JOBS es del 10%; pudimos calcular que nuestros ingresos tienen que ser de \$33'417.091.5 COP mensuales. Es decir que, se tendrían que realizar 6,683 tareas básicas mensuales (que constan del 70% del número las ventas) y 1,179 tareas técnicas o profesionales mensuales (que representan el 30% del número de ventas) para generar \$ 23,391,964.09 COP y \$ 10,025,127.47 COP respectivamente.

Tabla 13, P&G Punto de Equilibrio

| P&G de Producto en Punto de Equilibrio | | |
|---|----------------------|---------------------------|
| | Valores | % De Participación |
| Ingresos | \$ 33,417,092 | |
| Por Ventas | \$ 33,417,092 | |
| Costos | \$ 25,000,000 | 75% |
| Personal (4 personas) | \$ 12,500,000 | 37% |
| Personal administrativo (4 personas) | \$ 6,000,000 | 18% |
| Front (2 personas) | \$ 3,000,000 | 9% |
| Abogado | \$ 3,500,000 | 10% |
| Gastos | \$ 8,020,855 | 24% |
| Publicidad | \$ 3,000,000 | 9% |
| Arriendo y Admón. | \$ 2,500,000 | 7% |
| Luz | \$ 300,000 | 1% |
| Agua | \$ 300,000 | 1% |
| Seguro | \$ 250,000 | 1% |
| Imprevisto (5%) | \$ 1,670,855 | 5% |
| nopbt (Antes de impuestos) | 396,237 | 1% |
| Impuestos | 142,645 | |
| nopat (Después de impuestos) | 253,592 | 1% |
| Capital Invertido | \$ 20,287,333 | |
| Capital de inversión dif 12 meses | \$ 20,287,333 | |
| WACC | 1.3% | |
| Cargo por capital | \$ 253,592 | |
| EVA | \$ (0) | 0% |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14, P&G Proyectado

| P&G Proyectado de Producto | | |
|---------------------------------------|----------------------|---------------------------|
| | Valores | % De Participación |
| Ingresos | \$ 56,169,100 | |
| Por Ventas | \$ 56,169,100 | |
| Costos | \$ 25,000,000 | 45% |
| Personal (4 personas) | \$ 12,500,000 | 22% |
| Personal administrativo (4 personas) | \$ 6,000,000 | 11% |
| Front (2 personas) | \$ 3,000,000 | 5% |
| Abogado | \$ 3,500,000 | 6% |
| Gastos | \$ 9,158,455 | 16% |
| Publicidad | \$ 3,000,000 | 5% |
| Arriendo y Admón. | \$ 2,500,000 | 4% |
| Luz | \$ 300,000 | 1% |
| Agua | \$ 300,000 | 1% |
| Seguro | \$ 250,000 | 0% |
| Imprevisto (5%) | \$ 2,808,455 | 5% |
| nopbt (Antes de impuestos) | \$ 22,010,645 | 39% |
| Impuestos | \$ 7,923,832 | |
| nopat (Después de impuestos) | \$ 14,086,813 | 25% |
| Capital Invertido | \$ 20,287,333 | |
| Capital de inversión dif 12 meses | \$ 20,287,333 | |
| WACC | 1.25% | |
| Cargo por capital | \$ 253,592 | |
| EVA | \$ 13,833,221 | 68% |

Fuente: Elaboración propia.

En este caso, proyectamos el 1% en ventas mensuales del potencial mercado bogotano, el cual, según la Secretaria Distrital de Planeación de Bogotá es de 1,123,382 habitantes, los cuales pertenecen a hogares de estratos 4, 5 y 6 (Secretaria Distrital de Planeación, 2017). Por lo tanto, en nuestras proyecciones obtendríamos un total de 11,234 ventas mensuales, los cuales

7,864 (70% de las ventas) son de tareas básicas, que representan \$27,522,859 COP y 3,370 ventas mensuales (el 30%) generarían \$28,646,241 COP, que sumarian un total de \$ \$56,169,100 COP de ingresos mensuales. Con esta proyección, tendríamos un periodo de recuperación de la inversión de 17 meses, 8 días y 11 horas.

Teniendo en cuenta los anteriores datos, nos arrojaron los siguientes indicadores:

Tabla 15, Ratios

| | |
|---------------|--------------|
| EVA/CI | 68% |
| ROIC | 56% |
| WACC | 1.25% |

Fuente: Elaboración propia.

12. Empaque y presentación del producto o Servicio

12.1. Logo y Slogan

Tabla 16, Logo y Slogan



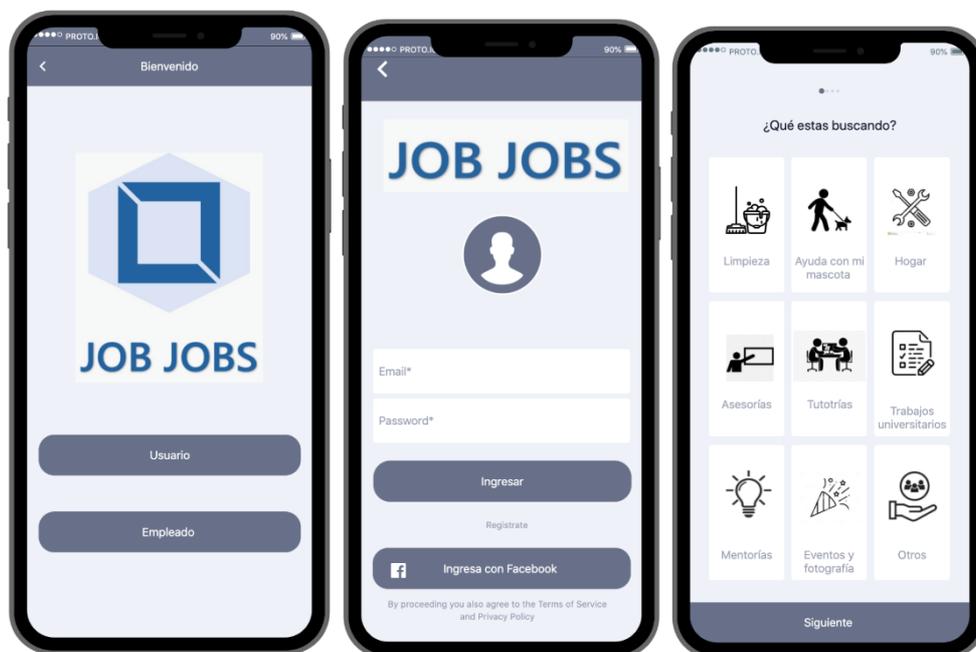
Fuente: Elaboración propia.

El logo de la aplicación Job Jobs se basa en las tonalidades azules, lo que representa sinceridad, calma, tranquilidad y profesionalismo, lo cual simboliza el valor de nuestra aplicación y su

diferenciador, ya que somos una aplicación segura y con profesionales capacitados. Además, es uno de los colores más utilizados para productos tecnológicos.

12.2. App

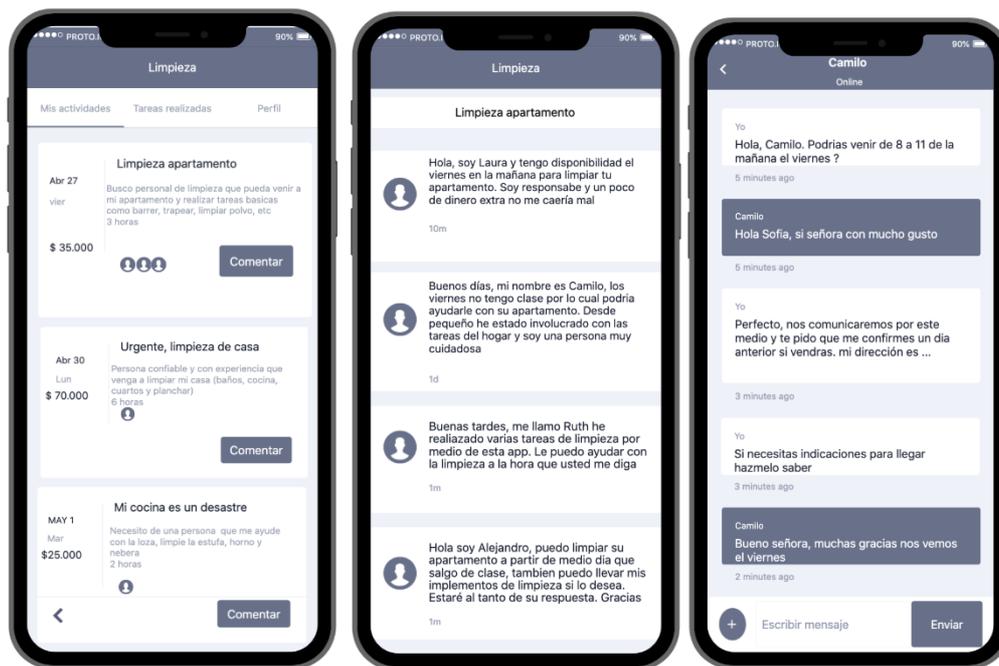
Ilustración 51, Aplicación Job Jobs 1



Fuente: Elaboración propia.

La aplicación Job Jobs está dirigida tanto para usuarios como trabajadores, dependiendo a la categoría que pertenezca y el registro ingresa a la aplicación. Si el usuario es nuevo puede crear su cuenta de manera gratuita dejando los datos personales o ingresando por Facebook. Una vez el usuario o el empleado ingrese a la aplicación selecciona el servicio a realizar o el servicio que requiere, entre ellos esta limpieza, ayuda con mascotas, hogar (arreglos, jardinería), Asesorías (jurídicas, comerciales, contables), tutorías, trabajos universitarios, mentorías (emprendimiento) eventos y fotografía, y otros en donde el usuario puede poner otro tipo de tareas que no estén presentes.

Ilustración 52, Aplicación Job Jobs 2



Fuente: Elaboración propia.

Una vez seleccionado el servicio, en este caso limpieza el usuario de la plataforma postea la tarea que necesita que realicen, con los detalles de la actividad, el día solicitado, las horas y el precio que pagará. Los trabajadores verán estas solicitudes y de acuerdo con sus preferencias elegirán la actividad que quieran realizar. Una vez los trabajadores elijan la tarea harán comentarios en donde describen cuáles son sus habilidades y por qué deben escogerlos. El usuario, quien posteo el servicio es el encargado de escoger al trabajador que desee y se contactará con él, vía chat; en este chat le dará las últimas indicaciones como direcciones entre otros.

Una vez hecha la tarea, el usuario calificará el servicio, y dejará quejas, sugerencias o reclamos. Posteriormente realizará el pago de la actividad al trabajador.

Ilustración 53, Aplicación Job Jobs 3



Fuente: Elaboración propia.

13. Comunicación BTL

Ilustración 54, Publicidad Job Jobs



Lo que sea que necesites, te ayudaremos



JOB JOBS
Tu trabajo, en buenas manos

Fuente: Elaboración propia.

14. Conclusiones Generales

Durante el desarrollo de la aplicación Job Jobs pudimos determinar que se requiere de \$243.448.000 COP como inversión inicial. De los cuales serán usados para pagar nómina de 10 trabajadores, un abogado, adecuaciones mínimas de las oficinas y compra de activos intangibles para la creación de la página, de la plataforma y de la aplicación. Partiendo de esto nuestros ingresos serán por medio de la realización de diferentes actividades, en donde la aplicación se quedará con un 10% del valor de la tarea a realizar.

Por lo que necesitamos ventas mensuales de 6,683 de tareas realizadas en un rango de 3 horas en promedio, las tareas básicas con un precio de aproximado de \$35,000 COP y 1,179 tareas técnicas o profesionales con un precio aproximado de \$85,000 COP para llegar a punto de equilibrio. Teniendo en cuenta que una tarea profesional que abarca los servicios de consultorías, asesorías y mentorías, y una tarea básica prestaría servicios de limpieza, acompañamiento con mascotas y arreglos del hogar.

De esta forma, para cumplir nuestras metas proyectamos que en el primer año llegaríamos al 1% del potencial mercado objetivo, siendo personas entre 25 y 60 años de los estratos 4,5 y 6 de la ciudad de Bogotá. En cifras representa 7.864 ventas de servicios básicos mensual y 3.370 ventas de servicios profesionales, generando ingresos netos mensuales de \$56,169,100 COP, con estos datos obtendremos las siguientes ratios: EVA: 68%, ROIC: 56%, un WACC de: 1,25% y un Periodo de Recuperación de la Inversión de 17 meses, 8 días y 11 horas.

Finalmente, podemos concluir que el proyecto de la aplicación JOB JOBS es financieramente viable y atractiva para el mercado bogotano, ya que permite una conexión segura entre personas sin tiempo suficiente y en disposición de adquirir servicios, que les permita disminuir su carga laboral con personas profesionales y confiables que puedan en realizar sus tareas a cambio de dinero.

15. Bibliografía

- DANE. (2018a). Censo Nacional de Población y Vivienda 2018 [Conjunto de datos]. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivienda-2018>
- DANE. (2018b). Encuesta Nacional de Uso de Tiempo [Conjunto de datos]. Recuperado de https://sitios.dane.gov.co/enut_dashboard/#!/
- Ministerio de Educación Colombia. (2018). Información Poblacional - SNIES [Conjunto de datos]. Recuperado de <https://hecaa.mineducacion.gov.co/consultaspublicas/content/poblacional/index.jsf>
- Secretaria Distrital de Planeación. (2017). Encuesta Multiproposito 2017 [Conjunto de datos]. Recuperado de <http://www.sdp.gov.co/gestion-estudios-estrategicos/estudios-macro/encuesta-multiproposito/encuesta-multiproposito-2017>
- Trabajadores, E. J. (8 de mayo de 2020). *Google Forms*. Recuperado de Google: <https://docs.google.com/forms/d/1HIthwxWiGkR17g8Cpc-N8dmgCuO00nj4tq8RRRGzhl/edit?usp=sharing>
- MISKOS. (s.f.). *MISKOS 35 colores profesional maquillaje sombra de ojos palets Shimmer mate sombra de ojos Set Cosmético Paleta #35 Series*. Recuperado el 2020, de Amazon : <https://www.amazon.com/MISKOS-Professional-Eyeshadow-Pallets-Cosmetic/dp/B07Q4VQ6Y1>
- BBC. (s.f.). *Healthy breakfast recipes*. Recuperado el 2020, de BBC good food : <https://www.bbcgoodfood.com/recipes/collection/healthy-breakfast>
- Amura Yachts & Lifestyle. (s.f.). *Gastronomia Molecular*. Recuperado el 2020, de Pinterest: <https://co.pinterest.com/pin/527343437596584942/>
- Shogren, G. (2012). *La teología de la caja de chocolate [Estudios en 1a de Corintios]*. Recuperado el 2020, de Razón de la esperanza : <https://razondelaesperanza.com/2012/06/02/la-teologia-de-la-caja-de-chocolate-1-cor-321-23-estudios-en-1a-de-corintios/amp/>
(Usuarios, Google Forms , 2020)
- Usuarios, E. J. (8 de Mayo de 2020). *Google Forms* . Obtenido de Google: <https://docs.google.com/forms/d/11i9v84RvAHtnMOHU3koz4TLKRCF6KOUhSunbHJoX0sA/edit>