

**Aplicación Para Búsqueda De Empleo
Mr. Job**

**Leydi Tatiana Cepeda Daza
Juliana Lesmes Perdigón
Mauricio Prieto Beltrán**

**Corporación Unificada Nacional De Educación Superior
(CUN)
Opción De Grado II
Negocios Internacionales
Bogotá
2017**

Tabla de contenido

- 1. Introducción**
- 2. Perfilación de clientes**
 - 2.1 Necesidades**
 - 2.2 Beneficios**
 - 2.3 Soluciones actuales**
 - 2.4 Inconformidades**
 - 2.5 Mercado**
 - 2.5.1 Segmentación del mercado**
 - 2.5.2 PIB (Producto Interno Bruto)**
- 3. Análisis de mercado**
 - 3.1 Entrevistas**
 - 3.2 Análisis cualitativo de las entrevistas**
- 4. Planeación Estratégica generativa**
 - 4.1 Objetivo general**
 - 4.2 Objetivos específicos**
 - 4.3 Justificación**
 - 4.4 Misión**
 - 4.5 Visión**
 - 4.6 Valores Organizacionales**
 - 4.7 Marco legal**
 - 4.8 DOFA**
- 5. Estudio de mercado**
 - 5.1 Objetivo del estudio de mercado**
 - 5.2 Metodología de estudio de mercado**
 - 5.3 Análisis de las encuestas**
- 6. Análisis Pastel**
- 7. Cadena de Valor**
- 8. Estrategia Competitiva**
- 9. Plan de Marketing**
 - 9.1 Estrategia de producto**
 - 9.2 Estrategia de precio**
 - 9.3 Estrategia de publicidad**
 - 9.4 Desarrollo de marca**
- 10. Ventaja Competitiva**
- 11. Ventaja Comparativa**
- 12. Estrategia de promoción**
- 13. Campaña publicitaria**
- 14. Estrategia de distribución**
 - 14.1 Canal de distribución**

- 15. Ejecución comercial**
- 16. Habilidades comerciales y administrativas**
- 17. Proyección de ventas**
- 18. Política de cartera**
- 19. Presupuesto plan de mercado**
- 20. Conclusiones**
- 21. Cibergrafía**

1. Introducción

En la actualidad la mayoría de servicios aplicativos móviles y páginas web dedicadas a la búsqueda de empleo, poseen un papel importante en el desarrollo de la sociedad, se han llegado a convertir en uno de los factores determinantes que toma un individuo al momento de llevar a cabo la búsqueda de empleo, a través, del medio conocido como internet, estos son de gran utilidad, pues ayudan al crecimiento y productividad de la sociedad. Actualmente existen miles de aplicaciones, de todo tipo y tenemos fácil acceso a estas. La aplicación que se desarrollará tendrá un agregado muy importante comparada con las otras debido a que permite buscar el mejor trabajo de acuerdo al perfil profesional, es decir, nos permitirá ejercer cada labor en el área en la que mejor nos desempeñamos, una de las características de nuestra aplicación es que recibiremos notificaciones constantes sobre las empresas interesadas en la hoja de vida.

La finalidad del desarrollo de este proyecto es crear una aplicación que sea que posea un fácil acceso y contribuya a la disminución de desempleo en el país, además de brindarle a cada una de las empresas de tener la oportunidad de contar con un personal que desarrolle cada labor de la mejor manera posible, es decir, que podrá tener acceso a través de esta aplicación para la obtención de personal calificado.

2. Perfilación Clientes (Pentágono)

2.1 Necesidades:

1. Creemos que con nuestra aplicación podremos brindarle un servicio más personalizado a las personas que buscan tener acceso a un empleo adecuado.
2. Creemos agilizar la forma de buscar empleo con un servicio más personalizado ya que al momento de ingresar los datos requeridos se seleccionan las mejores opciones que se relacionen con el perfil de las personas postuladas
3. Creemos que con nuestra la aplicación disminuirémos la búsqueda de personal por parte de las empresas debido a que agilizaremos la contratación de personal mejor capacitado.

2.2 Beneficios:

1. Disminución de personas trabajando en lugares que no acatan todas las labores que podrían desarrollar dentro de su perfil laboral.
2. Disminuir de manera óptima el tiempo al momento de buscar un empleo relacionado con el perfil profesional de las personas
3. Aumentar la calidad del servicio y el crecimiento empresarial a través de la contratación de personal debidamente capacitado en cada uno de los diversos departamentos de las empresas.

2.3 Soluciones actuales

BENCH MARKING			
Empresa	Característica 1 Información acorde al perfil profesional del individuo	Característica 2 La aplicación beneficia al consumidor	Característica 3 Tiene un acceso sencillo al público.

Mr. Job	✓	✓	✓
Computrabajo	X	✓	✓
El empleo	X	✓	✓

Todas estas son aplicaciones dedicadas a la facilitación de búsqueda de empleo para los individuos del país en las diferentes áreas empresariales.

2.4 Inconformidades

1. La contratación de personas con perfil laboral fuera de las funciones que van a desarrollar, generando inconvenientes en el proceso de las actividades de las empresas.
2. El proceso de búsqueda y contratación de personas posee un desempeño fuera de lugar, debido a que no funciona adecuadamente ni permite brindar la información necesaria para la contratación adecuada del personal en las empresas.
3. Poca cantidad de personal debidamente capacitado para desempeñar las funciones, ralentizando los diferentes procesos empresariales que se pueden desempeñar en cada departamento de las compañías.

2.5 Mercado

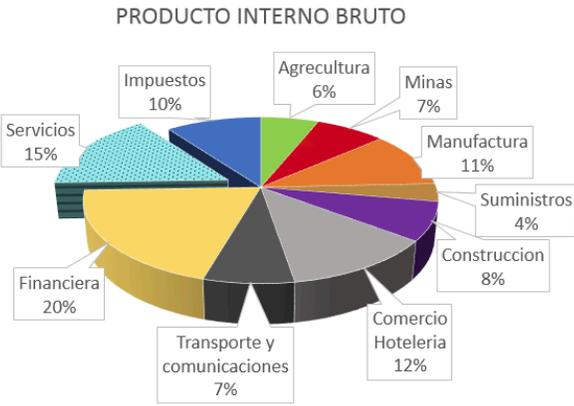
2.5.1 Segmentación del mercado

Nuestra aplicación se enfocará para desempeñar la facilitación de búsqueda de empleo al público y a las empresas del sector privado que requieren de personal capacitado para ocupar los cargos correspondientes, no importa el tamaño ni su actividad económica, para el público será entre las edades de 16 a 50 años, ya sea de género masculino o femenino, comprendiendo los diferentes niveles de educación, pero como mínimo debe poseer educación de bachiller, los individuos deberán estar establecidos a nivel nacional, no existe

discriminación en cuanto a creencias religiosas y la población podrá pertenecer a cualquier estrato social.

En este trimestre, la tasa de desempleo para el total nacional se situó en 8,9 %. En este periodo, las ramas que jalónaron la generación de empleo a nivel nacional fueron restaurantes, agricultura y construcción. Por cada empleo por cuenta propia se generaron 1,5 empleos asalariados (formales) en el total nacional.

De otro lado, en la medición de los últimos doce meses, entre mayo de 2016 y abril de 2017, se destacan 34 periodos consecutivos donde el desempleo mantiene tasa de un dígito al ubicarse en 9,1 %, con una tasa de participación de 64,7 % y de ocupación de 58,8%, las más altas de los últimos 16 años.



2.5.2 PIB (Producto Interno Bruto)

Nuestra empresa se enfocará en el desarrollo e implementación del sector de servicios al ser una aplicación que brinda al usuario la facilidad de búsqueda de empleo a través de diversas herramientas que generen una personalización en el proceso, es decir, que contaremos con las capacidades necesarias para orientar de mejor manera a los individuos al momento de buscar empleo.

Siendo así nuestro cliente ideal las personas entre los 16 y 50 años, respectivamente desempleados, con alta sensibilidad ante marketing digital y neuro marketing, además ser un individuo que busque desarrollar sus habilidades desempeñando sus labores en una empresa de acuerdo a estas.

3. Análisis de Mercado

3.1 Entrevista

1. ¿Qué aplicaciones o elementos de búsqueda de empleo conoce?
2. ¿Qué opina acerca de las aplicaciones de búsqueda de empleo actuales?
3. Mencione qué factores tiene en cuenta al momento de buscar empleo.
4. ¿Qué opina de un servicio personalizado para la elección de su perfil laboral?
5. ¿Cómo cree que nuestra aplicación ayudaría para la satisfacción de sus necesidades laborales?

3.2 Análisis cualitativo de las entrevistas.

Mr. Job es un proyecto enfocado en la facilitación de búsqueda de empleo, con la característica de que implementa una serie de herramientas como base para poder no solamente adquirir su hoja de vida y agregarla a una base de datos para las empresas, sino que le permitiría designar en qué área de acuerdo a su profesión usted se desempeña mejor, es decir, le permitirá adquirir un empleo en el que pueda desarrollar sus labores con mayor eficiencia, teniendo en cuenta esto:

1. Gran parte de las personas conoce métodos de adquisición de empleo como los medios de comunicación como la televisión, el periódico y en internet, donde se

encuentran aplicaciones como computrabajo o aplicaciones del SENA para facilitar la adquisición de empleo.

2. Se da un pensamiento acertado acerca de la diversidad de herramientas para búsqueda de empleo, pero además de eso, se encuentra una falencia en algunos de los procesos que estas aplicaciones ponen como requerimiento.
3. Establecen en gran parte que se tiene en cuenta el salario, el horario y la ubicación, sin tener en cuenta el factor de desempeño personal dentro de la empresa.
4. Ven la adquisición de un servicio personalizado como una nueva herramienta que facilitaría el buscar empleo en una sociedad de acuerdo a los diversos medios.
5. Generan positivismo a través de la creación de nuestra aplicación debido a que establecería no solo menor tiempo en la búsqueda sino, debido a que se establecería un empleo que sea acorde a las habilidades del individuo permitiéndole un mejor desempeño dentro de la empresa.

4. Planeación estratégica generativa

4.1 Objetivo general

Generar y crear una aplicación móvil y página web que permita a los usuarios hallar el empleo más adecuado conforme su perfil profesional.

4.2 Objetivos específicos

- Brindar a los consumidores una herramienta para hallar empleo.
- Causar un impacto en la tasa de desempleo de la sociedad.
- Establecer satisfacción por parte de las personas en sus sitios de trabajo.
- Dar a las empresas personal más capacitado para las funciones que necesitan que desarrollen dentro de la organización.

4.3 Justificación

Este proyecto se realiza con el fin de darle una herramienta a la sociedad con la cual puedan facilitar y agilizar el difícil proceso de conseguir un empleo que responda a las habilidades personales que desarrolla cada individuo, es decir, que le permita a las personas adecuarse a un entorno adecuado de trabajo, desarrollando y enfocando en cada una de las empresas de mejor manera cada una de las labores en los diversos departamentos, generando no solamente un rendimiento óptimo en las empresas, sino, también estableciendo y afectando

la satisfacción personal y laboral de los individuos, generando un beneficio tanto para las empresas como para cada uno de los usuarios pertenecientes a estas.

4.4 Misión

Como empresa enfocada en la facilitación de búsqueda de empleo a los individuos, nos enfocamos en mantener nuestras plataformas de la mejor manera posible, disponibles para cualquier individuo que desee utilizarlas, superándonos constantemente en la ayuda de búsqueda de empleo a los individuos.

4.5 Visión

Liderar el mercado a nivel nacional en el año 2022 como empresa dedicada a la búsqueda de trabajo de manera personalizada, reconocida por la ayuda a la disminución de la tasa de desempleo en el país y caracterizada por la calidad de su servicio

4.6 Valores organizacionales

Para cumplir con la misión y visión basamos nuestro accionar en los siguientes principios y valores.

Honestidad:

- Actuar siempre con rectitud y veracidad; cumplir con el correcto proceder en el desempeño de los cargos y en todos los actos: servicial, oportuno, amable, culto,

esmerado, escrupuloso, disciplinado, intachable, pertinente y considerado, cabal, justo, moral y no generando dudas respecto a lo que se espera de este.

- Cumplir siempre con el trabajo, utilizar el tiempo laboral para realizar las tareas propias del cargo con el mejor esfuerzo y esmero, haciendo buen uso de los recursos y evitando el desperdicio y con el cuidado debido.
- Al actuar con rectitud y en el uso, manejo, y protección de los bienes de la organización contra cualquier pérdida, despilfarro, uso indebido, irregularidad o acto ilegal.
- Al hacer un escrupuloso en el manejo de los recursos económicos, entregando siempre cuentas claras y sin dar lugar a malos entendidos.

Respeto:

- No invadir el espacio y los derechos propios de otra u otras.
- Trato educado y digno que reconoce la igualdad y diversidad de las personas, evitando las discriminaciones, siendo consecuentes con la palabra dada, aceptando las opiniones de los demás, y evitando las actuaciones y comentarios que puedan molestar.
- Reconocer que los trabajadores con su esfuerzo y los accionistas con la aportación de sus recursos y ahorros hacen posible la existencia de la empresa y su desarrollo.

Responsabilidad Empresarial:

- Conocer y cumplir los deberes y obligaciones de puesto que desempeña, con la normativa interna, procedimientos, plazos etc.

- Conocer los parámetros con base en los cuales se evaluará su desempeño y al asumir las consecuencias de las acciones y decisiones.
- Aceptar por cuenta propia el valor que entraña el desempeñar la función de manera adecuada, por parte del personal.
- Cumplir con la asistencia y ser puntuales en el horario de trabajo.

Responsabilidad Ambiental:

- Minimizar aquellos impactos sociales que pueden surgir en el desarrollo de la actividad, mitigar y adaptarse al cambio climático, y buscar la protección de la biodiversidad.

Compromiso:

- Esfuerzo, respeto, vinculación personal con la empresa y sobre todo, mejora en la productividad y los resultados.
- Identificación con la empresa a través de una conexión emocional con la organización, la marca, su filosofía o la cultura.
- Coherencia entre lo que se comunica externamente a los consumidores y lo que se comunica internamente a los empleados.
- Fidelidad por “agradecimiento” y “dependencia” y no por cohesión e identificación.

Liderazgo:

- Influencia para satisfacer objetivos y necesidades de la empresa.
- Sentido del mismo para proponer, investigar, relevar importancia a problemáticas, sentido de pertenencia, promover nuevas ideas.

Trabajo en Equipo:

- Contribuir al desarrollo y ejecución de nuevas ideas.
- Trabajar conjuntamente en cuanto a las proyecciones de la empresa.
- Apoyar a los demás trabajadores, contribuyendo a su labor de manera relevante en caso de que lo necesite.

4.7 Marco legal

ESTATUTOS BÁSICOS SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA
CIUDAD Y FECHA DE EMISIÓN DEL DOCUMENTO, 15 de marzo de 2016 Por
medio del presente documento privado, ¹ REDACCIÓN EMISORES²

³ NOMBRE ⁴	IDENTIFICACIÓN			⁵ DOMICILIO ⁶
	Tipo de Identificación	Número	Lugar de Expedición	
Leydi Tatiana Cepeda Daza	Cédula de Ciudadanía	1.031.172.992	Bogotá D.C.	Bogotá D.C.
Juliana Lesmes Perdigón	Cédula de Ciudadanía	1.091.677.086	Ocaña	Bogotá D.C.
Mauricio Prieto Beltrán	Cédula de Ciudadanía	1.030.679.000	Bogotá D.C.	Bogotá D.C.

Manifestamos con la firma de este documento **nuestra** voluntad de constituir una sociedad comercial del tipo: Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), la cual se registrará por los siguientes estatutos:

CAPÍTULO I

NOMBRE, NACIONALIDAD, DOMICILIO, OBJETO Y DURACIÓN DE LA SOCIEDAD

ARTÍCULO 1. NOMBRE, NACIONALIDAD Y DOMICILIO.

La sociedad se denomina **MR. JOB SAS**. Es una sociedad comercial por acciones simplificada, de nacionalidad colombiana. El domicilio principal de la sociedad es la ciudad de **Bogotá D.C.** La sociedad podrá crear sucursales, agencias y establecimientos por decisión de su Asamblea General de Accionistas.

ARTÍCULO 2. OBJETO:

La sociedad puede realizar, en Colombia y en el exterior cualquier actividad lícita, comercial o civil

ARTÍCULO 3. DURACIÓN. La sociedad tendrá vigencia indefinida.

CAPÍTULO II

CAPITAL Y ACCIONES

ARTÍCULO 4. CAPITAL AUTORIZADO, SUSCRITO Y PAGADO

VALOR NOMINAL DE LAS ACCIONES	\$ 30.000)
CLASE DE ACCIONES	Nominativas y Ordinarias
CAPITAL AUTORIZADO	
No. DE ACCIONES	VALOR TOTAL
10.000	300.000.000
CAPITAL SUSCRITO	

No. DE ACCIONES	VALOR TOTAL
8.000	240.000.000
CAPITAL PAGADO	
No. DE ACCIONES	VALOR TOTAL
5.000	⁷ 150.000.000 ⁸

ARTÍCULO 5. DERECHOS DERIVADOS DE CADA ACCIÓN.

Cada acción nominativa confiere los siguientes derechos a su propietario: a) El de deliberar y votar en la Asamblea de Accionistas de la Sociedad; b) El de percibir una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los beneficios sociales establecidos por los balances de fin de ejercicio; c) El de negociar las acciones con sujeción a la ley y a los estatutos; d) El de inspeccionar libremente los libros y papeles sociales, dentro de los cinco (5) días hábiles anteriores a la fecha en que deban aprobarse los balances de fin de ejercicio, en los eventos previstos en el artículo 20 de la ley 1258 de 2008; y e) El de recibir, en caso de liquidación de la sociedad, una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los activos sociales, una vez pagado el pasivo externo de la sociedad.

CAPÍTULO III.

DIRECCIÓN, ADMINISTRACIÓN, REPRESENTACIÓN Y REVISORÍA FISCAL DE LA SOCIEDAD

ARTÍCULO 6. ÓRGANOS SOCIALES:

La dirección de la sociedad es ejercida por la Asamblea General de Accionistas o, de modificarse su composición accionaria en tal sentido y de conformidad con la ley, lo será por su único accionista. La administración y representación legal está a cargo del Representante legal.

ARTÍCULO 7. DIRECCIÓN DE LA SOCIEDAD: ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS.

La Asamblea se compone de los accionistas inscritos en el Libro de Registro de Acciones, o de sus representantes o mandatarios reunidos en el domicilio social o fuera de él, con el quórum y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. La asamblea ejerce las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio. La asamblea será convocada por el representante legal mediante comunicación escrita que incluirá el orden del día correspondiente a la reunión convocada, dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles. Para deliberar en cualquier tipo de reunión, se requerirá de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones suscritas. En cualquier tipo de reunión, la mayoría decisoria estará conformada por el voto favorable de un número singular o plural de accionistas que represente al menos la mitad más una de las acciones presentes. Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito.

ARTÍCULO 8. ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN LEGAL DE LA SOCIEDAD

La administración y representación legal de la sociedad está en cabeza del representante legal, **quien tendrá un suplente que podrá reemplazarlo en sus faltas absolutas, temporales o accidentales**

La representación legal puede ser ejercida por personas naturales o jurídicas, la Asamblea General de Accionistas, designará a los representantes legales por el período que libremente determine o en forma indefinida, si así lo dispone, y sin perjuicio de que los nombramientos sean revocados libremente en cualquier tiempo.

ARTÍCULO 9. FACULTADES DE LOS REPRESENTANTES LEGALES⁹

Los representantes legales pueden celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y funcionamiento de la sociedad.

ARTÍCULO 10. REVISORÍA FISCAL.

La sociedad no tendrá Revisor Fiscal mientras no esté obligada por la Ley. De llegar a encontrarse en los supuestos legales que hacen obligatoria la provisión de dicho cargo, se procederá a la designación por parte de la asamblea general de accionistas, y su nombramiento se efectuará con posterioridad a la constitución de la sociedad.

CAPÍTULO IV

ESTADOS FINANCIEROS, RESERVAS Y DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES

ARTÍCULO 11. ESTADOS FINANCIEROS Y DERECHO DE INSPECCIÓN.

La sociedad tendrá ejercicios anuales y al fin de cada ejercicio social, el 31 de diciembre, la Sociedad deberá cortar sus cuentas y preparar y difundir estados financieros de propósito general de conformidad con las prescripciones legales y las normas de contabilidad establecidas, los cuales se someterán a la consideración de la Asamblea de Accionistas en su reunión ordinaria junto con los informes, proyectos y demás documentos exigidos por estos estatutos y la ley.

Tales estados, los libros y demás piezas justificativas de los informes del respectivo ejercicio, así como éstos, serán depositados en las oficinas de la sede principal de la administración, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles al señalado para su aprobación.

ARTÍCULO 12. RESERVA LEGAL:

De las utilidades líquidas de cada ejercicio la sociedad destinará anualmente un diez por ciento (10%) para formar la reserva legal de la sociedad hasta completar por lo menos el cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito.

ARTÍCULO 13. UTILIDADES, RESERVAS Y DIVIDENDOS.

Aprobados los estados financieros de fin de ejercicio, la Asamblea de Accionistas procederá a distribuir las utilidades, disponiendo lo pertinente a reservas y dividendos. La repartición de dividendos se hará en proporción a la parte pagada del valor nominal de las acciones. El pago del dividendo se hará en efectivo, en las épocas que defina la Asamblea de Accionistas al decretarlo sin exceder de un año para el pago total; si así lo deciden los accionistas en Asamblea, podrá pagarse el dividendo en forma de acciones liberadas de la

misma sociedad. En este último caso, no serán aplicables los artículos 155 y 455 del Código de Comercio.

CAPÍTULO V

DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

ARTÍCULO 14. CAUSALES DE DISOLUCIÓN.

La sociedad se disolverá ante la ocurrencia de cualquiera de las siguientes causales:

Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuera prorrogado mediante documento inscrito en el registro mercantil antes de su expiración.

1. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social.
2. Por la iniciación del trámite de liquidación judicial.
3. Por las causales previstas en los estatutos.
4. Por la voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único.
5. Por orden de autoridad competente.
6. Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo de cincuenta por ciento del capital suscrito.

ARTÍCULO 15. LIQUIDACIÓN.

Llegado el caso de disolución de la sociedad, se procederá a la liquidación y distribución de los bienes de acuerdo con lo prescrito en la ley en relación con las sociedades de responsabilidad limitada.

ARTÍCULO 16. LIQUIDADOR.

Hará la liquidación la persona o personas designadas por la Asamblea de Accionistas. Si no se nombrara liquidador, tendrá carácter de tal del Representante Legal.

ARTÍCULO 17. SUJECIÓN A LAS NORMAS LEGALES.

En cuanto al desarrollo y término de la liquidación, el liquidador o los liquidadores se sujetarán a las normas legales vigentes en el momento de efectuarse la liquidación.

CAPÍTULO VI

RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

ARTÍCULO 18. ARBITRAMENTO.

Todas las diferencias que ocurran a los accionistas entre sí, o con la sociedad o sus administradores, en desarrollo del contrato social o del acto unilateral, incluida la impugnación de determinaciones de asamblea o junta directiva con fundamento en cualquiera de las causas legales, será resuelta por un tribunal arbitral compuesto por **3 Arbitros que decidirán en Derecho**, designados por el Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Bogotá. El tribunal sesionará en el Centro antes mencionado y se sujetará a las tarifas y reglas de procedimiento vigentes en él para el momento en que la solicitud de arbitraje sea presentada.

CAPÍTULO VII

REMISIÓN

ARTÍCULO 19. REMISIÓN NORMATIVA.

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 4 del Código de Comercio y 45 de la ley 1258 de 2008, en lo no previsto en estos estatutos la sociedad se registrará por lo dispuesto en la ley 1258 de 2008; en su defecto, por lo dispuesto en las normas legales aplicables a las

sociedades anónimas; y en defecto de éstas, en cuanto no resulten contradictorias, por las disposiciones generales previstas en el Título I del libro Segundo del Código de Comercio.

CAPÍTULO VIII

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

ARTÍCULO 1. TRANSITORIO. NOMBRAMIENTOS.

Hasta cuando la Asamblea disponga lo contrario, sin perjuicio de las facultades de elección y remoción consagradas en estos estatutos, se hacen los siguientes nombramientos:

Representante Legal Principal

Se designa en este cargo a: **Leydi Tatiana Cepeda Daza**, identificado con la **Cédula de Ciudadanía No. 1.031.172.992 de Bogotá D.C.**.

La persona designada como Representante Legal **Suplente MODO DE ACEPTACIÓN DEL CARGO**

Representante Legal Suplente

Se designa en este cargo a: **Mauricio Prieto Beltran**, identificado con la **Cédula de Ciudadanía No. 1.030.679.008 de Bogotá D.C.**.

La persona designada como Representante Legal **Suplente MODO DE ACEPTACIÓN DEL CARGO**

4.8 DOFA

DEBILIDADES	FORTALEZAS
--------------------	-------------------

<ul style="list-style-type: none"> ● No contamos con todos los recursos para sacar al mercado la aplicación. ● Hay muchas aplicaciones en el mercado y hay que trabajar mucho para no pasar desapercibidos. ● Fondos limitados para crear y promocionar el producto. Una App bien hecha cuesta dinero. Hay que tener en cuenta la inversión en capital, promoción, mantenimiento y posibles actualizaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Novedoso producto. ● Facilidad de uso. ● La App no ocupan mucho espacio en el disco duro. ● La App es un producto fácilmente actualizable.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ● Apertura de nuevos sectores empresariales. El mercado en crecimiento y posicionamiento. ● Introducción en el sector de las aplicaciones. ● Gran numero potencial de compradores si se tiene acceso a un mercado global. ● Cliente satisfecho. ● El precio no es problema para la decisión de compra de los usuarios ya que la aplicación puede ser gratuita. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Sector lleno de competidores. ● Elevado ritmo de innovación del sector ● El mercado desconoce el hecho de que haya nuevas tendencias tecnologías. ● Duda en el modelo de la App.

5. Estudio de mercado

5.1 Objetivo del estudio de mercado

Identificar de manera adecuada en qué sectores es conveniente la llegada de nuestra aplicación al mercado, la manera en que impactará y la forma en que conviene tratarla conforme lo que espera el mercado.

5.2 Metodología de estudio de mercado

Desarrollamos una encuesta vía virtual para identificar ciertos aspectos en el mercado que nos ayudarán a verificar la necesidad de nuestra aplicación y página web en el mercado. Permittiéndonos identificar las necesidades del mercado respecto a nuestra aplicación y página web e implementando las diversas tecnologías de la información y la comunicación, además de facilitarnos la información de conocer qué demanda existe en nuestro mercado, la tabulación de dichas encuestas se encuentra en un archivo anexo. A continuación, se presentan las encuestas que se elaboraron, la aplicación, gráficos resultantes y sus análisis concluyentes:

Modelo de encuesta

Mr. Job

Se realiza este formulario con la finalidad de desarrollar los conocimientos básicos del interés en el mercado sobre si existe el interés sobre una aplicación que realice la búsqueda de empleo de acuerdo al perfil profesional de manera adecuada.

***Obligatorio**

Nombre y Apellidos *

1. ¿En qué rango de edad se encuentra? * Marca solo un óvalo.
 - Entre 16 y 25 años
 - Entre 26 y 35 años
 - Entre 36 y 50 años
 - Otro
2. ¿Qué tan frecuentemente está usted en busca de empleo? *
Marca solo un óvalo.
 - Cada 6 meses
 - Cada año
 - Cada 5 años
 - Nunca
3. ¿Tiene usted un empleo estable? * Marca solo un óvalo.
 - Sí
 - No
4. ¿Qué método es el que más utiliza para obtener empleo? *
Marca solo un óvalo.
 - Internet
 - Periódico
 - Conocidos
 - Otros

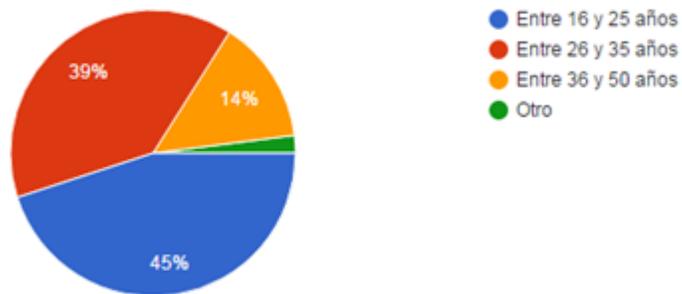
5. ¿Le interesaría una aplicación que le ayude a buscar empleo de acuerdo a su perfil profesional? *

Marca solo un óvalo.

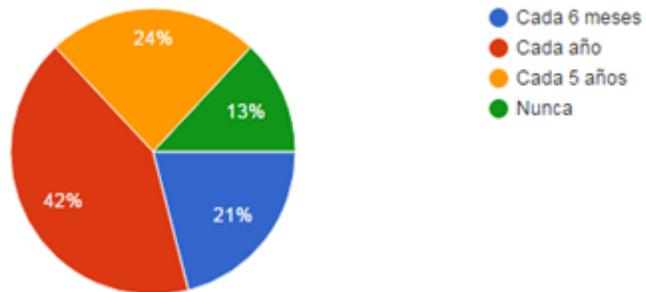
- Sí
 No

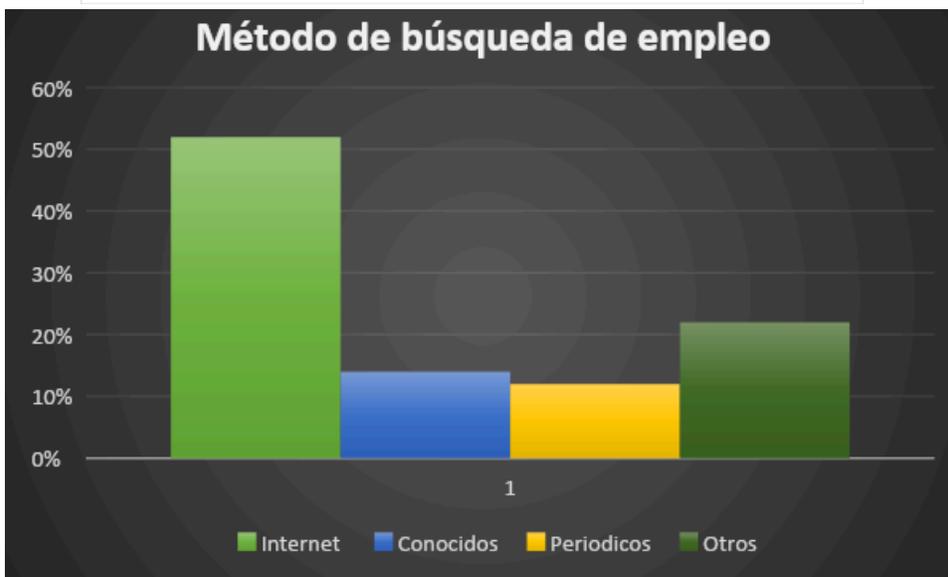
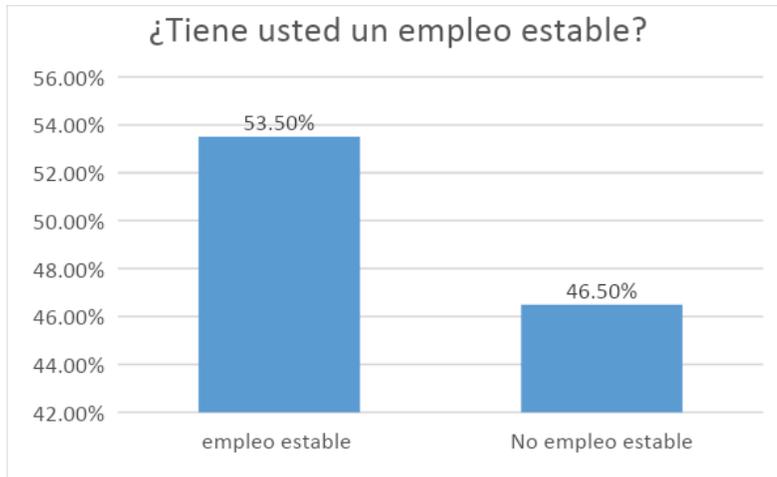
Gráficas:

¿En qué rango de edad se encuentra? (100 respuestas)



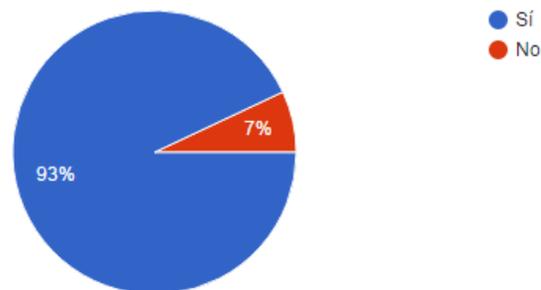
¿Qué tan frecuentemente está usted en busca de empleo? (100 respuestas)





¿Le interesaría una aplicación que le ayude a buscar empleo de acuerdo a su perfil profesional?

(100 respuestas)



5.3 Análisis concluyente de las encuestas

- En el rango entre 26 y 35 años se encuentra la mayor cantidad de personas encuestadas en las que el 67% de esta población, es decir 31 personas, no poseen un empleo estable.
- Del 53.5% de las personas que poseen un empleo estable el 45% de estas personas tienen contrato máximo a un año, por tanto, estarían también estas en el grupo de un empleo no estable debido al término de este contrato.
- El 93% de la población encuestada estaría interesada en acceder a nuestras plataformas para obtener un empleo de acuerdo a su perfil profesional.
- El 52%% de la población realiza búsqueda de empleo vía internet
- El 48,7% de las personas entre los 26 y 35 años mantienen su búsqueda de empleo cada año de igual manera, es decir, que persiste una tasa de desempleo rápida.

6. Análisis Pastel

Político

Político

- Estabilidad política
- Política Fiscal
- Política Bienestar social

Político
42 Presidentes en 30 años
Actualmente existe una ola de corrupción en la cual se vieron involucrados la mayoría de américa latina, por parte de la empresa odebrecht, por otra parte, se acusa a la campaña del presidente Juan Manuel Santos de ser financiada en las elecciones del año 2010 por esta entidad.
Política Fiscal: Por la crisis económica el gobierno se vio obligado a incrementar los impuestos.
En efectos sociales la tasa de desempleo creció y en nivel de pobreza aumento.

Económico

Político

- Inflación
- Desempleo
- Ciclos Económicos

Crisis económica, se considera que los peores años de la economía colombiana han sido el 2015 y 2016, hay varias razones, 1. La caída del precio del petróleo, este afecta en gran parte ya que la mayoría de divisas provienen del sector de la minería. 2. El bajo consumo en los hogares y de la inversión privada. 3. La revaluación del peso colombiano.
Debido a la reforma tributaria que se implementó el año 2017, el poco incremento en salario mínimo, hace que las personas se vean limitadas ya que al haber un incremento en el IVA y un salario que no es suficiente para los gastos, tendrán que consumir menos.

Socio-cultural

- Demografía
- Consumismo
- Forma de vida
- Distribución de la renta

Socio-cultural

Gasto público en investigación
Avances Tecnológicos

Se han creado nuevas canales de venta gracias a los avances tecnológicos. Sin embargo, aún no se hace un monto de inversiones estimado para tener un país con una generación de investigadores. Debido al desarrollo tecnológico se difunde la información más rápido y de manera efectiva, además es más fácil llegar al consumidor final y que este conozca sobre la marca.

Ambiental

Se realizó un acuerdo en París, en el cual el país se comprometió y se puso unos objetivos llegar en cinco años a una tasa de deforestación de cero en el Amazonas y reducir para el 2030 en 20 % las emisiones del país.

Se ha venido creando una mayor conciencia ambiental, debido a que se ve el gran deterioramiento del ecosistema, las empresas están comprometidas a reparar los daños que le causan al medio ambiente, tienen una responsabilidad social, las personas también evitan malgastar el agua, la luz, reciclar y no votar la basura a la calle, sin embargo, aún falta mucha conciencia.

7. Cadena de valor

ACTIVIDADES DE APOYO	INFRAESTRUCTURA: Planificación, finanzas, contabilidad, control de costos, temas legales y fiscales.		
	RECURSOS HUMANOS: Todo lo relacionado con el personal, Contrataciones, capacitación, motivación.		
	DESARROLLO TECNOLÓGICO, Por medio de las TICS se desarrollará mejoras en los procesos, transformación del negocio e incluir el marketing digital.		
ACTIVIDADES PRIMARIAS	<ul style="list-style-type: none"> ● Recepción y almacenaje de la información de las personas desempleadas 	<ul style="list-style-type: none"> ● Publicidad ● Promoción ● Políticas de precio 	<ul style="list-style-type: none"> ● Relación con el cliente ● Asesoría ● Tramites
	LOGISTICA INTERNA	MARKETING Y VENTAS	SERVICIO AL CLIENTE

8. Estrategia competitiva

La aplicación va a estar diseñada para suplir las necesidades del mercado, tendrá un valor agregado que será la creación de un perfil profesional personalizado de acuerdo a las capacidades de cada persona y lo que necesidades el mercado empresarial, esto es debido a que las aplicaciones existentes no cuentan con esta opción y las personas pierden su tiempo en empleos que no quedan satisfechos con sus capacidades ya que su perfil no es el adecuado, además de garantizar el encontrar empleo estable de acuerdo a las habilidades del individuo.

9. Plan de Marketing

9.1 Estrategia de producto

De acuerdo a lo obtenido en la metodología de estudio de mercado (encuestas vía virtual) hemos decidido desarrollar una página web y una aplicación de trabajo que ayude a las personas no solamente a ubicarse en una empresa de acuerdo sino también a permanecer en estas, la aplicación funcionará inicialmente en dispositivos Android, en computadoras y en dispositivos iphone.

9.2 Estrategia de precio

Nuestra aplicación y página web tendrán un acceso gratuito en el que como tal quienes pagarán serán las empresas que postulan qué tipo de empleado buscan y con qué perfil preferencialmente lo contratarían, teniendo en cuenta esto también existiría una versión paga de nuestra aplicación y web a la que accederían los usuarios generando que ubiquemos con mayor prioridad sus perfiles en las empresas correspondientes.

9.3 Estrategia de publicidad

Implementaremos principalmente publicidad en las diferentes redes sociales, debido a que funcionaríamos vía virtual nos convendría más realizar la publicidad por estos medios, en redes sociales como lo son Instagram, Facebook, Twitter, entre otras. Además, es de vital importancia tener en cuenta el mensaje que se busca transmitir, un mensaje que brinde la seguridad y confianza al consumidor de que llevaremos a cabo de la mejor manera posible el cumplimiento de sus necesidades

9.4 Desarrollo de la marca

Teniendo en cuenta la temática que se busca desarrollar en la sociedad, el papel que quiere llevar a cabo la empresa y la identidad comercial que estamos buscando, decidimos siguiente logo, slogan y marca



10. Ventaja Competitiva

Actualmente existen alrededor de quince agencias de empleo digitales solamente en Bogotá, entre las que destaca elemplo y computrabajo, ambas poseen características similares, sin embargo, al ser gratuita y de mayor calidad computrabajo es líder respecto a esas empresas, se destaca como tal en la eficiencia de entrega de hojas de vida a las empresas y la velocidad en que estas contactan con los usuarios, con más de 100 organizaciones a las que les brinda sus servicios, es clave, lo que brinda Mr. Job, además de lo mismo que otras agencias, garantiza empleo además de brindar con seguridad uno en el que las personas encajen de manera adecuada de acuerdo a sus habilidades.

11. Ventaja Comparativa

A través de la utilización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) e implementando diversas tendencias de neuro marketing y marketing digital se contará con clientes de manera más idónea y sencilla, logrando conectar con los clientes de manera más sencilla debido a que se cumple respectivamente, a través del desarrollo de nuestra herramienta que con facilidad podemos asignar a las personas a su empleo adecuado.

12. Estrategia de promoción

Fomentar el uso de marketing viral a través de las diversas redes sociales logrando así generar un impacto de manera continua en la sociedad, implicando al mismo tiempo la utilización del neuromarketing, debido al valor agregado generar una mayor confianza por parte de los usuarios y estipulando de mejor manera que los individuos recuerden nuestra marca. A través del uso de cuentas premium para nuestra aplicación y página web

brindaremos prioridad a estos usuarios en la búsqueda de empleo, bajo un costo adicional, es decir, se asegura el conseguir el empleo, bajo un término de tiempo menor.

13. Campaña Publicitaria



MR. JOB
"Pensando en tus necesidades"

CONTACTO:
+57 319 466 27 66

PÁGINA WEB:
[HTTP://GOO.GL/U10EFB](http://goo.gl/U10EFB)



MR. JOB

LA HERRAMIENTA QUE FACILITA TU VIDA

Buscando la disminución de desempleo y teniendo en cuenta la importancia de explotar al máximo de las habilidades, desarrollamos una aplicación que no solamente facilita la búsqueda de empleo sino que también te ayuda a ubicarte de mejor manera en un empleo de acuerdo a tus capacidades.

ACCEDER A NUESTRO
SITIO WEB

**BUSCA TU EMPLEO IDEAL
DE ACUERDO A TUS FORTALEZAS.**

"El verdadero valor humano es levantarse luego de caer, es brillar lo que todos haremos, con cada fruto de trabajo y de esfuerzo".



ANALIZAMOS TU PERFIL

Realizaremos un chequeo a tus habilidades con el objetivo de conocer en qué te desempeñas de mejor manera logrando así definir cuál es la zona en que más te beneficiaría trabajar.



ESTABLECEMOS CONDICIONES

Las únicas condiciones que se establecen es cumplir debidamente con las citas en caso de obtener una entrevista de empleo.



FILTRAMOS EMPLEOS

Te mostramos la variedad de empresas que participan en nuestra aplicación para que puedas aplicar a estos, teniendo en cuenta tus habilidades y que eres un probablemente aceptado en este empleo.

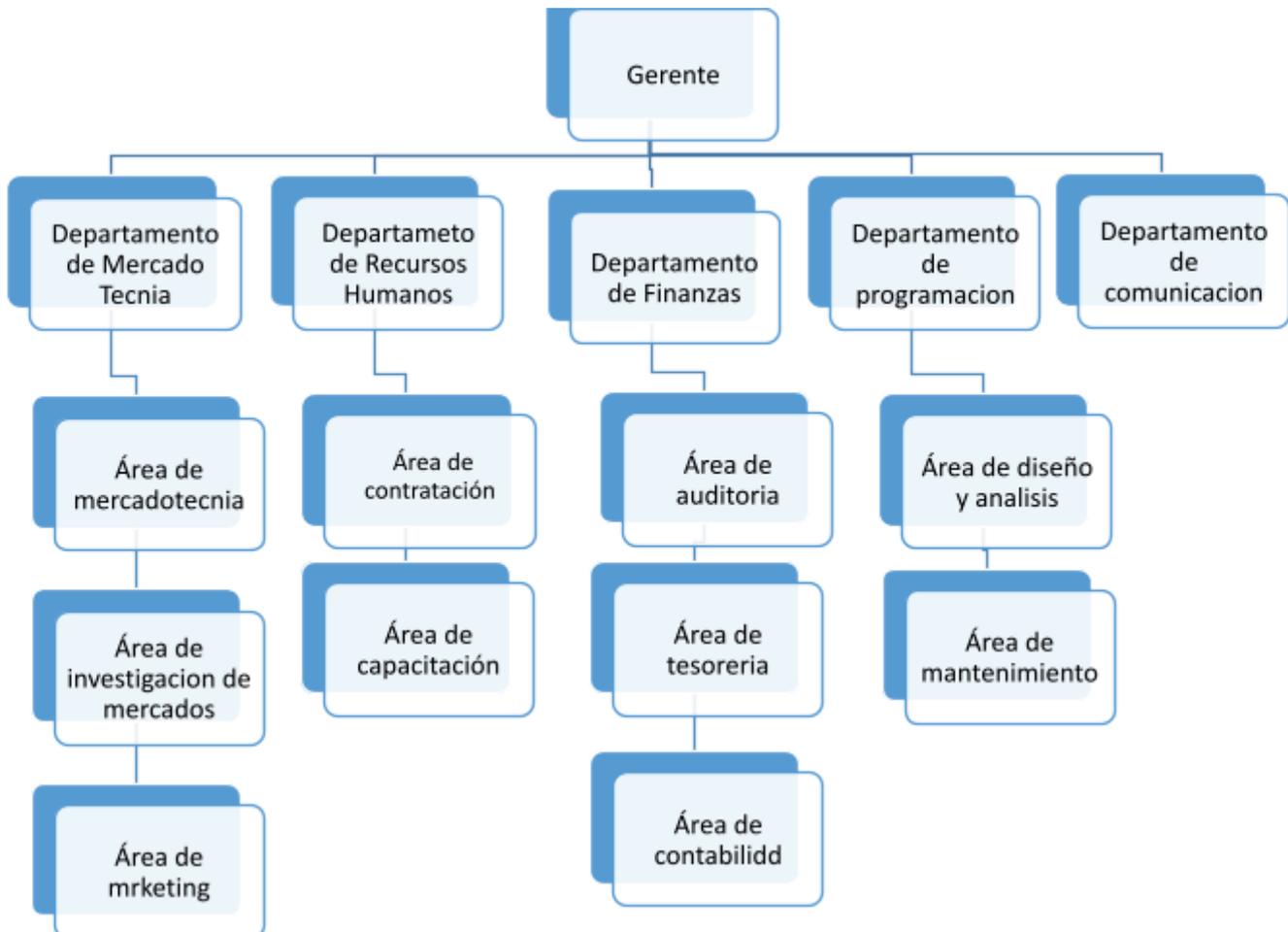
URL DE VIDEO PUBLICITARIO: <https://youtu.be/2pFqkfBNSCs>

14. Estrategia de distribución

14.1 Canales y Logística

Nuestra estrategia es la implementación de un canal directo debido a que nuestra aplicación nos brinda herramientas, facultades y estrategias ya que como es una aplicación puede cubrir diferentes lugares del país así que permite tener contacto de manera rápida con nuestro cliente, que pueden ser las empresas que buscan capital humano o las personas que buscan un empleo estable y que se ajuste a sus capacidades.

15. Ejecución comercial



16. Habilidades comerciales y administrativas

- **Habilidad social:** respecto a esto tenemos gran facilidad de comunicación y búsqueda de empresas y personas interesadas en invertir en nuestra aplicación. Teniendo en cuenta la manera en que se atenderán a los usuarios de nuestra aplicación brindando un buen servicio al cliente.
- **Trabajo en equipo:** Al realizar de diversas maneras cada función y realizar una combinación de cada una de las destrezas del personal de la empresa podemos brindar calidad de trabajo y al mismo tiempo fomentar un mejor ambiente laboral.
- **Elocuencia:** Al fomentar de manera adecuada esta habilidad podemos brindar mayor capacidad de convencimiento tanto a nuestros usuarios, como a las empresas interesadas en postular sus vacantes empresariales.

17. Proyección de ventas

\$ 30.233.151 es el precio de nuestro presupuesto para empezar a funcionar como empresa, por tanto, se necesitarán vender los siguientes productos de las siguientes maneras:

- Realizar 270 postulaciones de vacantes cada una por un valor de \$ 116.000, para un total de \$ 31.320.000.
- Generar 150 contrataciones de personas con una tarifa por persona contratada de \$ 37.500 con un total de \$ 5.625.000.

- Esto nos generaría un total de ingresos de \$ 36.945.000 dejando un margen de utilidad de \$ 6.711.849.

18. Política de cartera

Se podrá acceder de manera gratuita a la aplicación y las versiones premium pueden acceder a través de los diferentes medios de pago como PayPal, tarjetas débito o crédito, tarjetas regalo de la Google Playstore, la tarifa a cobrar por vacante publicada sería de COL\$116.000. Se ofrecerá a los demandantes el producto buscador, que permite seleccionar hojas de vida mediante diferentes filtros dentro de las bases de datos de Mr. Job. Este servicio tiene una tarifa mínima de COL\$ 37.500 por cada búsqueda contratada.

19. Presupuesto plan de mercado

- **Banco:** 1.800.000
- **Maquinaria y equipo:** 10.000.000
- **Poner aplicación en playstore** \$ 100.000
- **Aplicación en el appstore (Membresía de un año)** \$490.000
- **Hosting y dominio web (Anual)** \$300.000
- **Ingeniero de sistemas y diseñador web** 4.000.000
- **Mantenimiento** 737.717
- **Administrador de contenido** 1.200.000
- **Experto en mercadeo y publicidad** 1.500.000
- **Asistente de experto en mercadeo** 737.717
- **Profesional en contaduría** 1.800.000

- **Asistente de contaduría** 737.717
- **Psicólogo** 1.300.000
- **Servicios públicos:** 1.000.000
- **Arriendo:** 4.800.000

Total: 30.233.151

22. Conclusiones

1. La implementación de nuevas herramientas tecnológicas para la disminución del desempleo en el país es una clave fundamental que puede proyectarse de manera positiva, logrando dar un progreso en la sociedad de manera continua.
2. De acuerdo a los procesos legales correctos, está en toda la función de desarrollar dicha aplicación para beneficio de la sociedad, generando suficiente tanto como para ganar como para funcionar para las empresas y las personas naturales.
3. La implementación de las cinco estrategias de marketing (Producto, precio, plaza, promoción, publicidad) son de vital importancia en el desarrollo de cualquier idea puesto que definen la identidad de la empresa tanto lo que se es y lo que se desea ser.

21. Cibergrafía

1. es.wix.com
2. www.mobincube.com/es
3. www.graphicex.com
4. www.logopond.com
5. www.behance.com
6. <http://mauricioprieto999.wixsite.com/mrjob>
7. <http://mobincube.mobi/HDDQYJ> (Solo para celulares)
8. Código QR aplicación prototipo (ANDROID)

