

NEGOCIOS INTERNACIONALES

**Tesis previa a la obtención del título de Licenciatura en
Negocios Internacionales**

AUTORES:

Yara Juliana Granda Murillo

Nelson Miguel Ortiz Moreira

Leslie Sofía Quiñonez Campos

Lupe Elizabeth Vivanco Galván

TUTOR:

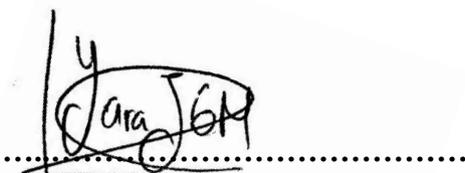
Andrea Carolina Sotomayor Feijoó

Proyecto LOOKING FOR

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

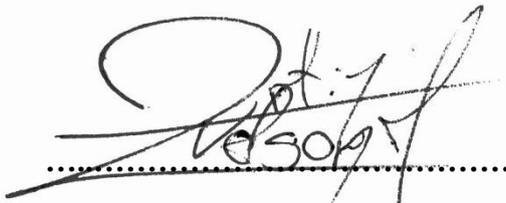
Nosotros, Yara Juliana Granda Murillo, Nelson Miguel Ortiz Moreira, Leslie Sofía Quiñonez Campos, Lupe Elizabeth Vivanco Galván; declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito, Proyecto LOOKING FOR, es de nuestra autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedemos nuestros derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y demás disposiciones legales.



Yara Juliana Granda Murillo

CI: 0605890540



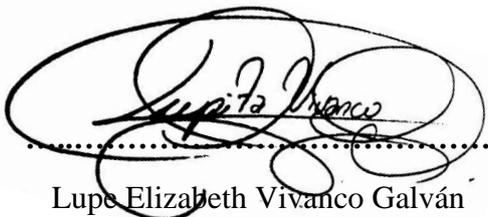
Nelson Miguel Ortiz Moreira

CI: 1722949003



Leslie Sofía Quiñonez Campos

CI: 1726743782

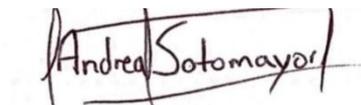


Lupe Elizabeth Vivanco Galván

CI: 1721358933

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Andrea Carolina Sotomayor Feijoó, certifico que conozco al(los) autor(es) del presente trabajo siendo el(los) responsable(s) exclusivo(s) tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.



.....

Andrea Carolina Sotomayor Feijoó
DIRECTOR DE TESIS

CI 1720903366

Resumen

En un mundo globalizado, cada vez es más evidente la necesidad de las nuevas generaciones para adaptarse a diferentes maneras de aprendizaje, hallazgo de oportunidades ya conectar con personas. De igual manera, luego de la pandemia de COVID – 19, notamos que tanto empresas, organizaciones y personas pudieron encontrar una respuesta a la dificultad de realizar funciones en el acelerado uso de plataformas virtuales para conectar entre estos y satisfacer sus necesidades en conjunto.

Aquí es donde nace la propuesta de una plataforma que se encargue de conectar jóvenes con oportunidades académicas, sociales, profesionales que ayuden al desarrollo de su perfil. Además de poder crear una red de contactos entre sus miembros. En cuanto a los empleadores y universidades, les brinda el beneficio de crear un posicionamiento en nuevas generaciones, haciendo el proceso de admisión a programas académicos o profesionales mucho más sencillo filtrando perfiles enfocados.

Usando la herramienta PESTEL para analizar el macro entorno de nuestro mercado logramos identificar varios aspectos que son demandados al momento de buscar o de ofrecer un empleo o algún servicio. A su vez, con esta herramienta podemos encontrar varias oportunidades para solucionar problemas que se presentan en dicho momento. Analizando profundamente el entorno político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal, vamos a tener un claro panorama de las adversidades a las que nos enfrentaremos al desarrollar nuestro proyecto, pero a la vez encontraremos e idearemos más soluciones que las ideas principales que tuvimos al empezarlo. A cada problema que identificamos en el entorno, debemos encontrarle una solución, pues esto es lo que vamos a ofrecer a nuestro usuario, solucionar sus problemas al buscar u ofrecer empleos o servicios.

En la tercera etapa o fase de la metodología design thinking, permitió generar múltiples alternativas para solucionar o trabajar nuestra propuesta o modelo de negocio que se está desarrollando, son múltiples variables que se pudo observar para solucionar o mejorar nuestro

proyecto, para así la siguiente fase de prototipar se pueda seleccionar la más adecuada ante la necesidad que se está trabajando.

En la cuarta etapa metodológica, prototipar, consistió en materializar las ideas seleccionadas, el prototipo fue de manera digital, la creación del proyecto de una plataforma para buscar una oportunidad de empleo mediante filtros específicos se pudo realizar con materiales de bajo costo. Finalmente, en la etapa evaluar de design thinking, los usuarios evaluaron el prototipo evaluado anteriormente. De acuerdo con las críticas de los usuarios, nuestro equipo de trabajo realizó correcciones en el prototipo realizado, dicha etapa fue crucial para descubrir errores y aciertos.

Abstract

In a globalized world, it is increasingly evident the need for new generations to adapt to different ways of learning, finding opportunities and connecting with people. Similarly, after the COVID 19 pandemic, we noticed that both companies, organizations and individuals could find an answer to the difficulty of performing functions in the accelerated use of virtual platforms to connect between them and meet their needs together.

This is where the proposal of a platform that is responsible for connecting young people with academic, social and professional opportunities that help the development of their profile is born. In addition to being able to create a network of contacts among its members. As for employers and universities, it gives them the benefit of creating a positioning in new generations, making the process of admission to academic or professional programs much easier by filtering focused profiles.

Using the PESTEL tool to analyze the macro environment of our market we can identify several aspects that are in demand when looking for or offering a job or service. At the same time, with this tool we can find several opportunities to solve problems that arise at that time. By deeply analyzing the political, economic, social, technological, ecological and legal environment, we

will have a clear picture of the adversities we will face when developing our project, but at the same time we will find and devise more solutions than the main ideas we had when we started it. For each problem we identify in the environment, we must find a solution, because this is what we are going to offer to our user, solve their problems when looking for or offering jobs or services.

In the third stage or phase of the design thinking methodology, allowed to generate multiple alternatives to solve or work our proposal or business model that is being developed, there are multiple variables that could be observed to solve or improve our project, so that the next phase of prototyping can select the most appropriate to the need that is being worked.

In the fourth methodological stage, prototyping, consisted in materializing the selected ideas, the prototype was digital, the creation of the project of a platform to search for a job opportunity through specific filters could be done with low-cost materials. Finally, in the design thinking evaluation stage, the users evaluated the previously evaluated prototype. According to the criticisms of the users, our team made corrections in the prototype made, this stage was crucial to discover mistakes and successes.

Contenido

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA	2
APROBACIÓN DEL TUTOR	3
.....	3
Resumen	4
Design Thinking Empatizar	9
Mapa de actores	9
Design Thinking Definir	9
Personas	9
Design Thinking Definir	11
Mapa de Empatía	11
Design Thinking Idear	12
Crear Alternativa.....	12
Algunas Soluciones	12
Idear Componentes.....	12
Propuesta de Valor.....	13
Prototipar	13
Evaluar.....	14
Marco teórico.....	15
Análisis Pestel	17
Análisis Porter	22
Amenaza de entrada de nuevos competidores.....	22
Rivalidad entre competidores existentes	22
Amenaza de productos o servicios sustitutos	23
Vinculación de factibilidad - viabilidad - deseabilidad.....	24
Mercado Objetivo.....	24
Muestra	26
Investigación de validación de prototipo.....	26
Idea/Solución	26
Investigación	26
Flujo General del Usuario.....	27
Validar	27
Prototipar	28
.....	28
Mejora del prototipo	28
Canvas Looking For	30
Presentación PMV (Producto Mínimo Viable)	34
PMV Comercial (modelo de monetización).....	35

Prototipo Final.....	36
Lista de Componentes	36
Presupuesto.....	38
Procesos	39
Operaciones: Mapa de Proceso - Despliegue de Procesos.....	39
Diseño Organizacional – organigrama	42
Estados Financieros	43
Plan de Marketing.....	44
Etapas de nuestro plan:.....	44
Plan de Marketing con enfoque a la internacionalización.....	49
Conclusiones.....	53
Bibliografía:.....	54
Anexos	55

Design Thinking Empatizar

Mapa de actores

- Personas en búsqueda de trabajo: Jóvenes en búsqueda de una primera oportunidad laboral.
- Aliados: Organizaciones con ofertas laborales y académicas.
- Patrocinadores: Marcas que promocionen su bien o servicio.
- Diseñador Web: Encargados de dar soporte y diseño al portal web.
- Creador de contenido: Encargado de dar formato y textos incluidos en el portal.

Design Thinking Definir

Personas

“Una persona representa un grupo de usuarios que exhiben patrones de comportamiento similares en sus decisiones de compra, uso de tecnología o productos, preferencias de servicio al cliente, elecciones de estilo de vida y similares. Los comportamientos, actitudes y motivaciones son comunes a un "tipo", independientemente de la edad, el género, la educación y otros datos demográficos típicos.” (O’Connor, 2011). En el Design Thinking, cuando tratamos de definir nuestro mercado objetivo necesitamos personificarlo, esto para poder entenderlo. Necesitamos crear un “actor” que junte todos los requerimientos que demandan distintos mercados en una sola persona por segmento. La técnica “Personas” del Design Thinking nos ayuda a dar definición a las necesidades de los usuarios del mercado seleccionado, lo que nos lleva a encontrar de manera más fácil las soluciones que buscamos dar a sus problemas.

Las investigaciones, la experiencia del usuario, investigaciones etnográficas, las entrevistas, entre otras herramientas, son las que nos llevan a conocer con más profundidad a nuestros clientes. Temas personales, profesionales, intereses, motivaciones, tecnicismos y más, son los que necesitamos saber del usuario, para lograr una empatía eficaz al querer saber el qué y el

porque del usuario al momento de decidir su compra. La edad, sus campos de experiencia, requerimientos de productos o servicios, su uso de la tecnología, sus metas y objetivos, son de los temas específicos que debe una empresa saber sobre su mercado y que lo logra al personificarlo por sus segmentos. La personalidad del consumidor nos ayuda a entender de manera más profunda sus razones para hacer sus cosas y también qué esperan de las empresas que brindan soluciones a sus necesidades.

En nuestro proyecto, las personas que vemos implicadas en el mercado seleccionado son: el estudiante en busca de sus prácticas pre profesionales para terminar sus estudios; el nuevo profesional recién graduado de sus estudios de tercer nivel; el desempleado sin título universitario en búsqueda de cualquier trabajo a pesar de su inexperiencia; la persona talentosa en alguna rama específica, que conoce el valor que puede brindar para solucionar problemas a partir de su talento; el ingenioso que tiene muchas ideas de negocios listas para socializarlas; la persona que quiere seguir instruyéndose académicamente; las empresas que buscan profesionales en áreas específicas; las microempresas que necesitan ayuda en sus labores sin necesidad de experiencia en alguna rama específica; los institutos que brindan sus servicios gustosos de generar una mejor sociedad a partir del mejoramiento académico; entre otros. Todos estos grupos que hemos encontrado, la herramienta “Personas” utilizada para definir el mercado objetivo como parte del Design Thinking, son los que deben ser estudiados en nuestro proyecto para nosotros poder encontrar el resultado deseado.

Design Thinking Definir

Mapa de Empatía

Mapa de empatía



Design Thinking Idear

Crear Alternativa

Profundizar en la búsqueda para obtener más oportunidades, mostrando su perfil a todo tipo de empresas, y mostrar sus habilidades. Es utilizada para ofrecer oportunidades, y vacantes disponibles por parte de las empresas, realizar campañas de marketing. Y a la vez, también hay otras netamente dedicadas a la búsqueda de empleo. Crear contactos con profesionales, tejer una red de comunicación y acceder a diversas ofertas de empleo.

Algunas Soluciones

- Conocer a fondo, cada perfil de cada persona, realizando filtros específicos para encontrar al profesional ideal, de acuerdo con las solicitudes de cada empresa.
- Examinar, o mejorar los métodos usados por la competencia.
- Asumir que la tecnología más avanzada no garantiza el éxito sin la formación y los recursos humanos necesarios para sacarle el máximo rendimiento.
- Utilizar la herramienta Huisute, nos ayudara para la gestión de cuentas sociales como Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn, páginas de empresas, también nos ayuda a conectar con URL Shortener y servicio de programación de publicaciones, y herramientas de análisis del estado de las publicaciones.

Idear Componentes

- Página Inicial o Home: Seremos precisos en el mensaje, utilizamos recursos necesarios como fotografías o videos de buena calidad, sobre todo el mensaje va a ser claro.
- Información clara acerca del trabajo o vacantes disponibles que se están ofertando.
- Información exacta sobre la empresa, experiencia en el mercado, sugerencias y recomendaciones de la misma.

- Registros de Blog, el mejor aliado de nuestra estrategia de contenidos en nuestro proyecto, ayuda a consolidar, conquistar visitantes con la que podemos tener la oportunidad de posicionar nuestra plataforma con diferentes palabras clave.

Propuesta de Valor

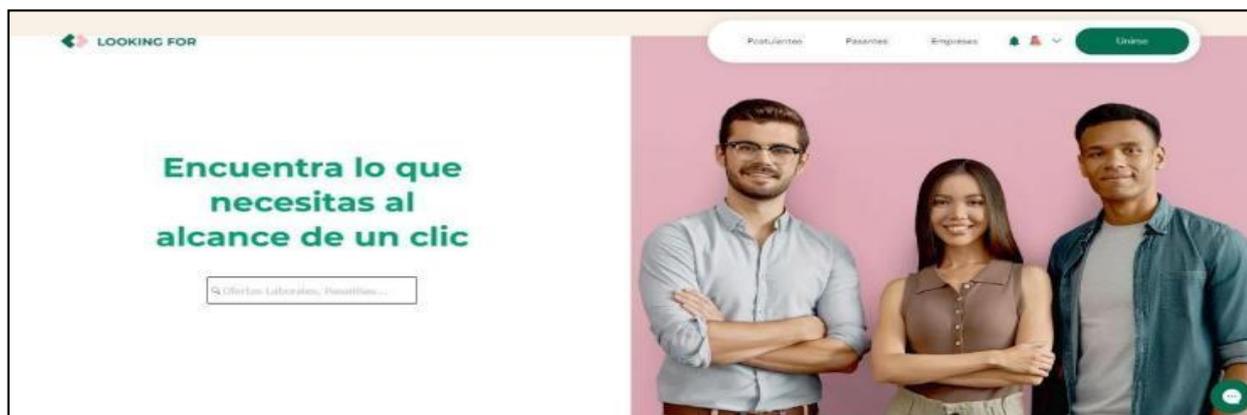
Encontrar, y conectar la mejor oportunidad de trabajo de acuerdo al perfil y necesidad del usuario, beneficia al usuario, ya que, de una manera personalizada mediante la plataforma, se mantiene una conexión segura, contamos con sugerencias, recomendaciones, opiniones de las personas y experiencias que ha tenido cada empresa en un determinado tiempo. Como factor diferenciador nuestra plataforma está pensada a los profesionales de hoy, una página amigable, que permite subir videos demostrando tu talento, y que grandes empresas puedan valorar tu trabajo, además que no se pide tanta información por seguridad de cada usuario, brindando así confianza y seguridad para trabajar en dicha empresa que es reconocida y recomendada por varios usuarios profesionales.

Prototipar

A continuación, se presenta la página de aterrizaje con el objetivo de exponer las opciones que tendrán cada uno de los visitantes.

- **Postulantes.** – Personas que están en búsqueda de una oportunidad laboral.
- **Pasantes.** – Estudiantes que cursan los últimos semestres de sus carreras y requieren validar su experiencia como requisito para su titulación.
- **Empresas con posiciones vacantes.** – Ofertantes de oportunidades laborales y pasantías.

Evaluar



Se descarta la posibilidad de crear el portal web en WIX debido a las limitantes que presenta el aplicativo para nuestros requerimientos, de esta manera se pretende utilizar WordPress, en donde se comprará un Dominio y un Hosting. Esta herramienta permitirá desarrollar nuestro proyecto con las opciones requeridas debido a que es de código abierto, asimismo el uso de plugins proporciona herramientas para incluir una base de datos, y se podrá acceder por medio



del botón de búsqueda; por otro lado, podremos desarrollar formularios, los mismos que serán de ayuda para la búsqueda y filtro de información, igualmente permitirá crear perfiles dependiendo de la necesidad de los visitantes; de esta manera el usuario tendrá una mejor experiencia.

Objetivos

Conectar a jóvenes con aliados que tengan vacantes disponibles, para que puedan encontrar oportunidades laborales y aumentar sus posibilidades de empleo.

Crear un portal web accesible para todos los jóvenes, incluyendo aquellos con discapacidades especiales, mediante el uso de tecnología accesible y un diseño web fácil de navegar.

Incluir información de calidad para que los jóvenes puedan tomar decisiones informadas sobre las vacantes disponibles, con la ayuda de contenido preciso y actualizado.

Priorizar la satisfacción del usuario para que los jóvenes sigan utilizando el portal web, garantizando una navegación sencilla y una experiencia de usuario agradable.

Llegar a un amplio número de jóvenes y empresas para maximizar las oportunidades de conexión entre ambos grupos, mediante el uso de estrategias de marketing digital y la promoción en redes sociales y otras plataformas en línea.

Marco teórico

Para el presente proyecto, se propone la creación de una plataforma digital, la cual entendemos por su concepto como empresas que otorgan un servicio a dos o más grupos de clientes, que se necesitan uno al otro de alguna manera; son infraestructuras digitales que posibilitan la interacción de dos o más grupos. Por lo tanto, se posicionan como intermediarios que reúnen a diferentes usuarios, clientes, anunciantes, proveedores. (García, 2020).

Entendemos que por nuestro mercado objetivo definimos enganchas a Jóvenes de colegio, universitarios y recién graduados de tercer nivel. A esto ponemos atención a, que según Whiting y Williams (2013) dentro de las motivaciones que las personas tienen y resaltan del uso de las redes sociales son beneficios como la accesibilidad a la libre expresión de opinión, conocimiento mucho más cercano y comodidades brindadas. A demás se junta una nueva era globalizada donde la conectividad es cada vez más necesaria siendo los jóvenes los precursores de esta.

Sin embargo, no solo este grupo encuentra una oportunidad en la digitalización y el uso de tecnologías, sino que también se ha vuelto una necesidad entre las empresas. El uso de las nuevas tecnologías de la información y las telecomunicaciones brindan a las empresas una nueva mirada a la competitividad en el mercado, así como una cercanía a sus consumidores permitiéndoles estar más en contacto y conocerlos. Otro punto de beneficios para las empresas y los partes al que

apunta el proyecto es el manejo del Talento Humano, marketing y su posicionamiento en el mercado y en los consumidores. (Vladimir Alfonso & Edelmis, 2019)

Teniendo en cuenta que la Organización Internacional del Trabajo señaló en el 2020 en su informe acerca del desempleo en América Latina, que es al menos una sexta parte de jóvenes en situación de desempleo durante la pandemia. (Ramos y Zambrano, 2020) (Sumba Bustamante et al., 2020) Hemos encontrado una necesidad por apoyar perfiles jóvenes desde no solo la universidad sino también brindando oportunidades de crear una marca personal por medio de una plataforma mucho más accesible para el desarrollo de los mismos desde un nicho que presenta una oportunidad que otras plataformas para conexión entre empresas y proveedores de oportunidades no satisfacen.

Análisis Pestel



Aspecto	Variable	Impacto	Amenaza	Oportunidad
Político - Legal	Ecuador presenta una mejora del clima de negocios del país que ha posicionado como líder en la tabla del Indicador de Clima Económica en América Latina	■		X
	Entrada a Alianza del Pacífico y otras alianzas comerciales.		■	X
	Apoyo del gobierno a la transformación digital, considerando su agenda del 2022-2025	■		X
	El proyecto operará con datos personales de varias personas además de los datos de los proveedores de oportunidades, por lo cual es necesario el adaptarse a la ley de protección de datos		■	X
Económico	La tasa de crecimiento económico implementa los límites arbitrarios dentro de los cuales se puede exponer el desarrollo en el empleo y el crecimiento del rendimiento laboral. Para el presente año 2023, presentamos una plataforma digital que brinda la oportunidad de lograr nuevos ingresos remunerados,	■		X

	<p>velocidad con la que se evalúa y remunera el trabajo entregado, la justicia con la que se evalúa el trabajo entregado, la comunicación, información sobre reputación, el proceso de creación de perfil es rápido, y no tiene costo alguno.</p>					
	<p>Según datos de una encuesta realizada a 27 estudiantes graduados en la Universidad UIDE, de Quito, en promedio del 9.4 % de los estudiantes consultados declaró haber prestado un servicio a través de una plataforma en el último mes, mientras que el 6.7 % estaba registrado como proveedor en una plataforma. Es decir, alrededor del 16% de los ocupados puede catalogarse como trabajador de plataforma activo o potencial.</p>					X
	<p>Un aumento económico incorporado y constante puede impulsar el progreso, crear empleos decentes para todos y mejorar los estándares de vida.</p>					X
Social	<p>Por cualquier causa que sea el desempleo de una persona, busca la manera más fácil de trabajar y más fácil aún de buscar el empleo, por tanto estamos solucionando o satisfaciendo la facilidad demandada por este segmento para poder encontrar una oportunidad de empleo.</p>					X
	<p>Los dueños de empresas o sus administraciones les facilitamos la manera de encontrar un perfil adecuado para sus</p>					X

	necesidades específicas de trabajo. Esto lo logramos en base a la Industria 4.0, a la tecnología de las cosas, poniendo este servicio al alcance de todos, en un teléfono inteligente.				
	Nuestro proyecto está dirigido al segmento desempleado de la profesión, que maneja plataformas digitales con facilidad.				X
	También está dirigido a las razones sociales que están en la búsqueda de personal capacitado para sus empresas o instituciones que buscan brindar sus servicios de educación a posibles estudiantes.				X
Tecnológico	Como parte del desarrollo de los ciudadanos en los últimos años a través del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, se ha promovido los servicios tecnológicos especialmente el acceso al Internet, por ello facilitan el acceso a las Tecnologías de la Información Comunicación (TICs), ya que se ha constituido como un derecho de todos en la sociedad.				X
	El Boletín Técnico N° - 04 - 2021 - Encuesta Multipropósito emitido por el INEC, presenta Indicadores de tecnología de la información y comunicación, en el que podemos ver la evolución del porcentaje de personas que utilizan internet, por área (2013-2020).				x



Fuente: ENEMDU Diciembre (2013-2017).
Encuesta Multipropósito (2018-2020).

La figura representa la evolución del porcentaje de personas que utilizan internet desde el 2013 hasta el 2020, según el área geográfica. En el 2020, el uso de internet se ubicó: a nivel nacional en 70,7%; en el área urbana 77,1% y en el área rural 56,9% (INEC, 2021)

en los últimos tres años el país adoptó una mejor posición en el índice de disponibilidad de tecnología en red y demostró un mejor rendimiento en servicios de acceso a Internet; esto se pudo dar en gran parte gracias a la inversión en el sector de Telecomunicaciones en fibra óptica en todo el país.

Para el proyecto en desarrollo se presenta una variable con impacto negativo que podría representar una amenaza, ya que en la actualidad para los postulantes existen varios portales web para la búsqueda de vacantes, en Ecuador son diez las principales: Portal de Empleo del Gobierno

X

	de Ecuador, Opción Empleo, LinkedIn Ecuador, Universia Ecuador, entre otros. Sin embargo, el portal web "Lookig For" busca una forma interactiva para aplicar a vacantes de distintas áreas de especialidad, gracias a los perfiles y videos de los postulantes, asimismo, se busca filtrar información para que sea más rápida y fácil la búsqueda de perfiles para las empresas ofertantes.				
Ecológico	<i>"Cualquier cambio en la regulación gubernamental o tendencias sociales para la protección del medioambiente afectan a la empresa. Así mismo, se pueden mencionar leyes sobre el uso de la energía, la conservación del ambiente, la gestión de residuos y la emisión de gases, entre otras."</i> (Amador-Mercado, 2022)			X	
	El simple uso de una plataforma digital ya perjudica al medioambiente por el consumo de energía y la huella de carbono que esto representa.			X	
	Podemos promover la protección del medio ambiente desde la plataforma digital.				X
	Búsqueda de servidores ecológicos que se abastecen de energía alternativa.				X
	El diseño de la plataforma debe ser ágil y concisa, tratando de lograr un consumo				X

mínimo de energía del dispositivo de nuestro usuario.							
Por el hecho de tener masivas visitas, podemos lograr un marketing consciente con el medio ambiente, creado campañas ambientales en nuestra plataforma con el mensaje de reducción de uso de energía inconsciente y excesiva.							X

(Anexo A Análisis PESTEL)

Análisis Porter

Amenaza de entrada de nuevos competidores

“Si las barreras de entrada a una industria no son muy accesibles, entonces, no es atractiva. La amenaza está en que pueden llegar otras empresas con los mismos productos y nuevos recursos que se adueñen de esa parte del mercado.” (The Power MBA).

Las amenazas que representa la entrada de nuevos competidores en nuestra industria, radican en los siguientes puntos que hemos encontrado: Diferenciación del servicio, en donde las distintas plataformas pueden ofrecer alguna diferencia en el servicio que se puede enfocar en solucionar algún problema con una solución muy demandada; Inversiones de capital, obtenidos por alianzas estratégicas con empresas o instituciones de gran reconocimiento social; identificación de marca, lo que ya tienen algunas plataformas de un servicio similar como LinkedIn, que a su vez poseen ya una experiencia en el mercado.

Para estas amenazas, encontramos respuestas para hacerles frente: Crear una gran campaña de marketing y publicidad, tratando de invertir todo lo posible; Generar valores agregados a cada solución que ofrecemos dentro de nuestra plataforma; Crear un servicio de calidad en el que podamos garantizar resultados para los usuarios.

Rivalidad entre competidores existentes

“Una fuerte rivalidad se traduce en muchas estrategias. La rivalidad aumenta si los competidores son muchos, están muy bien posicionados o tienen costes fijos, entre otros factores. En estos casos, se trataría de mercados poco atractivos.”(The Power MBA).

La interacción y competencia que nos espera con Looking for en un mercado específico puede ser intensa y afectar tanto el rendimiento como la estrategia de cada compañía. Estamos compitiendo por recursos variados, como clientes, alianzas y canales de marketing. La rivalidad también puede impactar en la fijación de precios, el lanzamiento de nuevos productos y el desarrollo de tecnologías innovadoras.

La concentración del mercado, la reducción de barreras de entrada y la mayor intensidad de la competencia por recursos limitados pueden aumentar la rivalidad entre competidores. Es importante señalar que la rivalidad entre competidores existentes es diferente a la competencia justa y ética entre compañías en el mercado.

En conclusión, la rivalidad entre competidores existentes es un factor crucial en el desarrollo de la industria, mucho más en el tecnológico tras tener un gran desarrollo en los últimos tiempos y puede tener un impacto significativo en el éxito y la planificación estratégica de las empresas individuales.

Amenaza de productos o servicios sustitutos

Los servicios sustitutos pueden ser fácilmente pasados por alto, ya que pueden parecer muy diferentes al servicio del sector. Sin embargo, estos elementos siempre están presentes y pueden limitar la rentabilidad del proyecto al colocar un techo en los precios. Es importante trabajar en la propuesta de valor, con el fin de distanciar nuestro proyecto de los sustitutos, para que esta amenaza no inhiba nuestra capacidad de crecimiento.

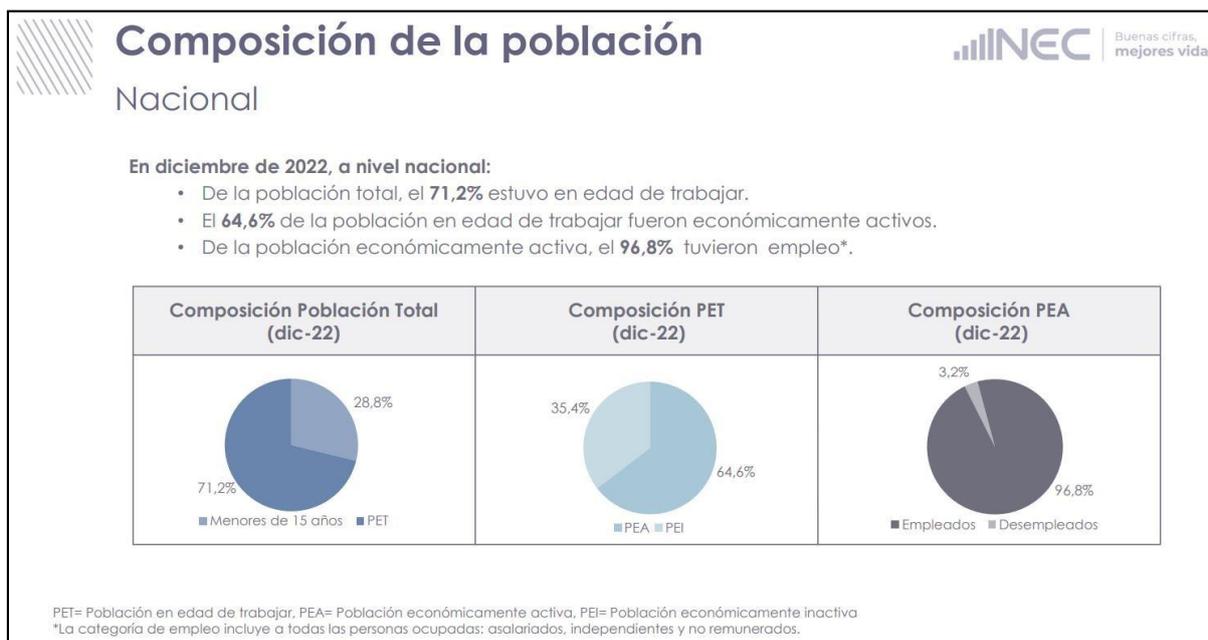
En la actualidad estamos compitiendo con otros medios de búsqueda de empleo tales como, LinkedIn, Multitabajos, Opción Empleo, entre otros portales de colocación. Sin embargo, nuestro portal web Looking For busca simplificar la tarea de los reclutadores al poner varios filtros al momento del registro con el fin de conectar de manera eficiente a los usuarios con las empresas con posiciones vacantes.

Por otra parte, los postulantes también podrían ir a dejar sus hojas de vida de manera directa; sin embargo, la tendencia actual indica que cada vez más personas buscan empleo en línea, lo que reduce la amenaza en este aspecto de servicio sustituto.

Vinculación de factibilidad - viabilidad - deseabilidad

Mercado Objetivo

“Lo importante en este paso es encontrar al menos una definición general de aquellos segmentos que serán analizados en los pasos siguientes, ya que lo que estamos buscando determinar con el estudio es en cuáles de todos los segmentos seleccionados tenemos mayores probabilidades de vender. A tales efectos el primer punto es contar con el universo de potenciales clientes o de potenciales segmentos (agrupados por categorías o rótulos), es decir todos los clientes o segmentos que serán pasibles de análisis” (Scaliter, 2005, pág. 13).



(INEC Ecuador, 2022). **Obtenido de:** https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2022/Diciembre_2022/202212_Mercado_Laboral.pdf

Para segmentar nuestro mercado, en nuestro proyecto podemos separar en tres grupos a las personas que identificamos para solucionar sus problemas: personas sin empleo, empresas ofreciendo empleo e instituciones académicas que ofrecen su servicio. A estos segmentos también los podemos separar de la siguiente manera:

Personas en Edad de Trabajar:

El estudiante en busca de sus prácticas pre profesionales para terminar sus estudios, el nuevo profesional recién graduado de sus estudios de tercer nivel, el desempleado sin título universitario en búsqueda de cualquier trabajo a pesar de su inexperiencia, la persona talentosa en alguna rama específica, que conoce el valor que puede brindar para solucionar problemas a partir de su talento, el ingenioso que tiene muchas ideas de negocios listas para socializar las, la persona que quiere seguir instruyéndose académicamente. A todos estos actores, nosotros podemos segmentarlos por sus profesiones, por experiencias pasadas en antiguos empleos, por sus habilidades, destrezas y capacidades, por su edad (desde los 15 años en adelante), por su ubicación geográfica. Esta segmentación nos ayudará a generar conexiones entre los trabajadores con las empresas que requieren del personal con ciertas características.

Empresas ofreciendo empleo:

Las empresas que buscan profesionales en áreas específicas, las microempresas que necesitan ayuda en sus labores sin necesidad de experiencia en alguna rama específica. A estas empresas las podemos segmentar por la industria a la que se dirigen separándolas en grandes, medianas y microempresas, por los segmentos de trabajadores que requieren, por los tipos de trabajos que ofrecen y hasta por el tiempo de trabajo que ofrecen, hablamos de horarios y del tiempo de duración del empleo.

Instituciones académicas que ofrecen su servicio:

Los institutos que brindan sus servicios gustosos de generar una mejor sociedad a partir del mejoramiento académico. A estos los podemos segmentar por el tipo de institución, las ramas de educación que ofrecen, los precios de sus servicios académicos y por su ubicación geográfica.

Muestra

En un estudio de Infoempleo y Adecco, en el año 2016, pudimos conocer que: *“Las personas quieren encontrar trabajo a través de cualquier medio, y las redes sociales parecen ser un buen lugar para hacerlo. De hecho, el 78% de los encuestados han buscado ya empleo a través de las redes sociales, aunque bien es cierto que la estrategia para darse a conocer es bastante pobre. El 46% de los candidatos estaría dispuesto a decir por redes sociales que está buscando trabajo, pero el 34% de ellos solamente lo haría en algunas redes sociales y el 12% en todas. LinkedIn y Facebook son los medios sociales mejor valorados por los candidatos para encontrar empleo. Y hay un 37% de personas que no son conscientes de que los profesionales de RRHH puedan evaluar su actividad en redes sociales.”* (Marquina, 2017).

Por tanto, aplicando estos datos a nuestro segmento seleccionado en nuestro país, Ecuador tiene un total de 12,9 millones de población en edad de trabajar (PET), por lo menos el 78% de estos buscarían empleo por medios digitales, lo que es 10,06 millones de personas. El 46% de esta muestra dirá en sus redes que está buscando empleo, lo que serían 5,9 millones de personas. El 12% de esta muestra buscaría empleo en todas las plataformas digitales de empleo que tenga disponibles, lo que son 1,5 millones de personas de nuestro país. Esta sería nuestra muestra total en nuestro mercado objetivo.

Usando la calculadora de muestra, podemos calcular que el tamaño de nuestra muestra es de 385, siendo el tamaño de la población de 1,5 millones de personas. Esto lo hicimos con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%. Esto nos da un total de 385 encuestas necesarias a ser realizadas para poder validar nuestra investigación.

Investigación de validación de prototipo.

Idea/Solución

Personas en búsqueda de trabajo, jóvenes en búsqueda de una primera oportunidad.

Investigación

Tomaremos de referencia algunas plataformas como:

- Un mejor empleo
- Jooble

- Bolsa de empleo CONQUITO
- Buscojobs
- Mi primer Empleo
- LinkedIn

Dichas plataformas, se aprovecharon para nuestro proyecto como guías para implementar algo realmente innovador, contamos con aliados que serán las empresas u organizaciones con ofertas laborales y académicas, patrocinadores como marcas que nos proporcionen su servicio o producto. Lo mejor de todo es que es una plataforma dirigida a jóvenes emprendedores que desean impulsar su producto o servicio mediante nuestra página y ser escuchados de forma nacional e internacional, y ser los primeros en contactarnos con dicha persona para que aproveche la primera oportunidad y objetar según su perfil si está o no de acuerdo y de los beneficios que le están ofreciendo, brindado de esa manera la confianza que necesitan para poderlo aplicar de manera segura.

Flujo General del Usuario

Fue indispensable ponerlo en práctica con varios de nuestros usuarios del uso de la herramienta de los componentes y a donde fue dirigido con nuestro seguimiento, ya que nos pudo demostrar que están totalmente interesado pero que si nos hacen falta varios elementos como:

- Colocar opciones de diferentes capacidades de acuerdo a sus experiencias.
- Interfaces de edad
- Referencias importantes de las empresas, y por qué deberían elegir dicha oportunidad
- Opciones de selección de talentos que sean referencias a lo que están buscando.

Validar

Se alcanzó el objetivo de una manera muy positiva ya que es y será una plataforma muy importante y cada vez será más usado tanto para las empresas y usuarios por la facilidad de postulaciones y contactos, será una herramienta indispensable hoy en día para llevar a cabo ciertos procesos.

Prototipar



Mejora del prototipo

Para corregir el ejemplo de nuestro portal web, se consideraron los siguientes parámetros:

- Interfaz de usuario: mejorar la usabilidad y accesibilidad de la página.
- Funcionalidades: agregar características para hacer la búsqueda de empleos y la aplicación más eficientes.
- Integración de redes sociales: permitir a los usuarios compartir ofertas de empleo y sus perfiles en las redes sociales.
- Personalización: permitir a los usuarios personalizar sus búsquedas y alertas de empleo.
- Seguridad y privacidad: proteger la información de los usuarios y asegurarse de que los datos se manejen adecuadamente.
- Análisis de datos: utilizar los datos para mejorar la experiencia del usuario y optimizar las ofertas de empleo.
- Responsive design: asegurarse de que la página se vea bien en dispositivos móviles y de escritorio.

- Integración con otras plataformas: permitir a los usuarios importar sus currículums y ofertas de empleo desde otras plataformas.

Canvas Looking For

<p>Socios clave</p> <p>Programadores de la plataforma, en búsqueda de constante mejoramiento del sitio web y la plataforma para red social.</p> <p>Empresas con alta demanda de trabajadores.</p> <p>Instituciones académicas con demanda de estudiantes.</p> <p>Instituciones académicas en búsqueda de empresas con ofertas de pasantías de trabajo pre profesionales.</p> <p>Nuestros mismos usuarios, que nos ayudarán a mejorar nuestro servicio mediante las encuestas de satisfacción del usuario.</p>	<p>Actividades clave</p> <p>Creación y actualización de toda la plataforma.</p> <p>Actualización de bases de datos que ingresen a nuestra plataforma por ofertas y demandas de empleo o servicios. Generar conexión automática por requerimientos y habilidades de los usuarios.</p>	<p>Propuesta de valor</p> <p>Creamos una plataforma web con plazas para ofertas de empleo, servicios académicos y personas con habilidades para la solución de problemas específicos con alta demanda. Destinada a jóvenes con aspiración de crecimiento profesional y superación personal, empresas e instituciones académicas. Con la campaña "Crece ayudando a crecer" buscamos integrar al mundo laboral a las personas de tercera edad y personas con capacidades especiales mediante nuestra plataforma. Como valor agregado, nuestra plataforma está destinada a ser usada como una red social, en donde nuestros usuarios pueden interactuar entre sí tal como se hace en redes sociales, pero con la certeza de que están exhibiendo sus habilidades para trabajar.</p>	<p>Relación con el usuario</p> <p>Nuestra plataforma es más amigable, más interactiva. La manera de buscar u ofrecer un empleo se va a basar en priorizar habilidades propias, empleos únicos, distintas oportunidades académicas en carreras del mañana.</p>	<p>Segmentos de clientes</p> <p>El estudiante en busca de sus prácticas pre profesionales.</p> <p>El nuevo profesional recién graduado.</p> <p>El desempleado sin título universitario en búsqueda de cualquier trabajo.</p> <p>La persona talentosa en alguna rama específica, que conoce el valor que puede brindar para solucionar problemas a partir de su talento.</p> <p>El ingenioso que tiene muchas ideas de negocios listas para socializarlas.</p> <p>La persona que quiere seguir instruyéndose académicamente.</p> <p>Las empresas que buscan profesionales en áreas específicas.</p> <p>Las microempresas que necesitan ayuda en sus labores sin necesidad de experiencia en alguna rama específica.</p> <p>Los institutos que brindan sus servicios gustosos de generar una mejor sociedad a partir del mejoramiento académico.</p>
<p>Estructura de costos</p> <p>Costos de la programación, mantenimientos y ejecución de la plataforma. Sueldos de los trabajadores. Creación del hosting web y a su vez los dominios de la misma. Las campañas de marketing para la publicidad del proyecto. Comisiones del servicio de las plataformas de cobros del comercio en línea.</p>		<p>Fuentes de ingresos</p> <p>El servicio de publicidad dentro de nuestra plataforma, la suscripción de empresas para ofrecer empleo e instituciones para ofrecer sus servicios. La plataforma ofrecerá una versión gratuita con ciertas limitaciones de nuestros servicios, y una versión premium la cuál priorizará los requerimientos de los usuarios que opten por esta opción.</p>		

Para la propuesta de valor, hemos creado una campaña que logre distinguirnos de nuestra competencia, que a su vez generará labor social dentro de nuestro proyecto. La campaña se llama **“Crece ayudando a crecer”**, tratando de integrar a personas con capacidades especiales y adultos mayores al mundo laboral de manera más fácil. Básicamente lo que haremos es conectar a personas según sus capacidades con oportunidades laborales que puedan ser realizadas por sus aptitudes. Buscaríamos en las empresas, las ofertas de trabajo que se acomoden justamente con las capacidades que posean los mencionados segmentos y conectaríamos a las empresas con el personal que necesitan para estas tareas.

Generaríamos alianzas estratégicas con las empresas que demanden mayor personal, que tengan disponibilidad de ofrecer contratos emergentes o por temporadas, o personas que puedan ofrecer sus prestaciones de servicios para que todo vaya de la mano de lo que nos dice la ley de nuestro país. Para esta campaña, nos ampararíamos en la ley del mínimo de personas con discapacidades en las empresas. *“El artículo 42 numeral 33 del Código del Trabajo determina que el empleador público o privado, que cuente con un número mínimo de veinticinco trabajadores, está obligado a contratar, al menos, a una persona con discapacidad, en labores permanentes que se consideren apropiadas en relación con sus conocimientos, condición física y aptitudes individuales, observándose los principios de equidad de género y diversidad de discapacidad. A partir del año 2009, el porcentaje obligatorio de contratación*

de personas con discapacidad, es del 4% del total de trabajadores de cada empresa o patrono persona natural.” (Gobierno de la República del Ecuador).

Las empresas que se unan a nuestra campaña, serán beneficiadas, de manera gratuita, con los mejores servicios que ofrecemos dentro de nuestra plataforma. Tendrán acceso a nuestros filtros de selección de personal según sus requerimientos, nos encargaremos de seleccionar personalmente los mejores perfiles que se adapten a sus vacantes, sus empresas serán publicadas en nuestras campañas de publicidad, tanto dentro como fuera de nuestra plataforma. Los usuarios que nos recomienden a personas con discapacidades también se verán beneficiados dentro de nuestra plataforma. Sin necesidad de contratar nuestros planes Premium, los beneficiaremos regalándoles los servicios que brindamos en los modos Premium, por ejemplo siendo los primeros perfiles visibles para las empresas al momento de buscar trabajadores, publicando sus perfiles con sus talentos especiales dentro de la sección publicitaria de nuestra plataforma, entre otras ideas.

En primer lugar, podemos mencionar que Looking for no busca reemplazar el uso de otras plataformas, sino que se enfoca en ser la entrada perfecta para los jóvenes al inicio de su carrera y para su marca personal. Esto se debe a que Looking for permite a los jóvenes estudiantes y recién graduados acceder a más oportunidades, especialmente en un momento en que muchas empresas no apuestan por perfiles jóvenes debido a la recesión económica que sufre el país.

En segundo lugar, destacamos que Looking for no es solo una plataforma para conseguir empleo como otras como Multitabajos o Computrabajo, sino que también busca la experiencia de los jóvenes. Se convierte en una red social donde los jóvenes pueden desarrollar sus habilidades, compartir sus logros, crecer su perfil y generar un impacto en una comunidad. Además, esta plataforma reúne a un grupo de jóvenes con propósito para desarrollar destrezas y ofrece oportunidades de empleo, prácticas y voluntariado, así como herramientas para mejorar su perfil profesional.

Looking for se diferencia de LinkedIn en que se enfoca en conectar a estudiantes y recién graduados con oportunidades de empleo y en ayudarles a construir su red y crear nuevas conexiones en la industria. En cambio, LinkedIn se enfoca principalmente en conectar a profesionales y empresas para fines de networking, búsqueda de empleo y oportunidades de desarrollo profesional. En resumen, LinkedIn es una red social enfocada en profesionales en todas

las etapas de su carrera, mientras que Looking for se enfoca en estudiantes y recién graduados en el inicio de sus carreras profesionales.

Por último, Looking for busca conseguir una red más conectada y activa a través de premios y recompensas para incentivar el desarrollo de habilidades y proyectos. Esto les permitirá a los jóvenes tener una experiencia más enriquecedora en la plataforma y a los aliados tener más presencia entre nuevas generaciones.

En conclusión, Looking for es una plataforma que se enfoca en conectar a jóvenes estudiantes y recién graduados con oportunidades de empleo, prácticas y voluntariado, así como brindarles herramientas para desarrollar habilidades y mejorar su perfil profesional. Además, esta plataforma busca ser una red social donde los jóvenes pueden desarrollar sus habilidades, compartir sus logros, crecer su perfil y generar un impacto en una comunidad. Finalmente, la plataforma busca una red más conectada y activa a través de premios y recompensas para incentivar el desarrollo de habilidades y proyectos.

Plataforma	Enfoque	Beneficios
LinkedIn	Red social profesional	Conexiones valiosas con personas de diferentes sectores y niveles de experiencia, herramientas y recursos para el desarrollo profesional, acceso a una amplia variedad de oportunidades laborales
Looking for	Enfoque en jóvenes y recién graduados	Comunidad enfocada en el desarrollo personal y profesional de los jóvenes, oportunidades laborales adaptadas a las necesidades de los jóvenes y recién graduados, foros para compartir información y recursos, acceso a eventos y oportunidades de voluntariado

Plataforma	Enfoque	Beneficios
Glassdoor	Información sobre empresas y oportunidades laborales	Información detallada sobre empresas, salarios y evaluaciones de empleados, acceso a una amplia variedad de oportunidades laborales
Indeed	Motor de búsqueda de empleo	Amplia variedad de oportunidades laborales, herramientas avanzadas de búsqueda, alertas de trabajo personalizadas
ZipRecruiter	Motor de búsqueda de empleo	Alertas de trabajo personalizadas, herramientas avanzadas de búsqueda, acceso a una amplia variedad de oportunidades laborales
Monster	Motor de búsqueda de empleo	Herramientas avanzadas de búsqueda, acceso a una amplia variedad de oportunidades laborales, asesoramiento en la búsqueda de empleo
JobStreet	Motor de búsqueda de empleo en Asia	Acceso a una amplia variedad de oportunidades laborales en Asia, herramientas avanzadas de búsqueda, alertas de trabajo personalizadas

(Anexo B Comparación Enfoque/Beneficio del mercado competente)

Looking For se enfoca en ayudar a los jóvenes y recién graduados a desarrollar sus habilidades y establecer conexiones valiosas para alcanzar sus metas profesionales. Algunos de los beneficios de Looking For incluyen una comunidad activa, adaptada a las necesidades de los jóvenes y recién graduados, oportunidades de voluntariado y acceso a eventos, y foros para compartir información y recursos. También se destacan las oportunidades laborales adaptadas a los jóvenes y recién graduados, y los recursos para ayudarles a prepararse para la búsqueda de empleo.

En comparación con otras plataformas de empleo, Looking tiene un enfoque más específico y una comunidad más enfocada en las necesidades de los jóvenes y recién graduados. Mientras que

LinkedIn es más amplia y ofrece herramientas y recursos para profesionales de todos los sectores, Looking for es especialmente útil para aquellos que buscan establecer conexiones y oportunidades laborales en los primeros años de su carrera profesional.

Presentación PMV (Producto Mínimo Viable)

Para la ejecución de esta idea de negocio, por medio de un análisis se presenta la herramienta del producto mínimo viable, el cual nos permitirá tener mayor claridad al poder asentar las ideas propuestas.

Para poder construir, en primero lugar se conoce que nuestro cliente objetivo tiene una necesidad de posicionamiento en el mercado. El de construir su carrera profesional desde ya y encontrar alguna pasión que los motive. En una encuesta realizada a jóvenes de edades de entre 18 a 25 años, se apreció que desean construir su carrera profesional desde ya y encontrar alguna pasión que los motive.

El propósito del proyecto es crear esta plataforma que seguirá en crecimiento debido a la necesidad de los jóvenes principalmente de poder conectar o crear un perfil por medio del mundo digital.

El proyecto Looking For tiene el propósito de ser una plataforma accesible a jóvenes para poder crear sus perfiles profesionales y dar sus primeros pasos en el mundo laboral. Esto por medio de oportunidades tanto académicas, laborales e incluso preprofesionales que les permitirán acceder e impactar desde diferentes ámbitos a comparación de otras plataformas que solo se enfocan en un ámbito y no tienen presente el desarrollo de este nicho desatendido.

En cuanto a los perfiles que se manejan con los aliados, se realiza el poder contar con estos actores la participación y la alimentación de la plataforma. Aquí tienen la oportunidad de impactar a la generación del mañana construyendo en conjunto por medio también de sus necesidades internas. De igual manera, se propone la fácil accesibilidad a perfiles de Recursos Humanos dependiendo de las necesidades y de sus vacantes. Sin embargo todo alineado a nuestros usuarios individuales de jóvenes perfiles de 17 a 25 años.

PMV Comercial (modelo de monetización)

Para este paso, se analizó desde dos miradas entre los actores involucrados además de que se tomó en cuenta diferentes opciones como publicidad, venta de productos/servicios, suscripción, transacción. La elección depende de la plataforma, su valor, público y costos. El primero los jóvenes usuarios y otros las empresas, academias, o partners que se van a manejar y estarán alimentado a la plataforma con oportunidades para los primeros actores mencionados. Por medio de esto, se va a evaluar cuidadosamente y elegir la opción más adecuada.

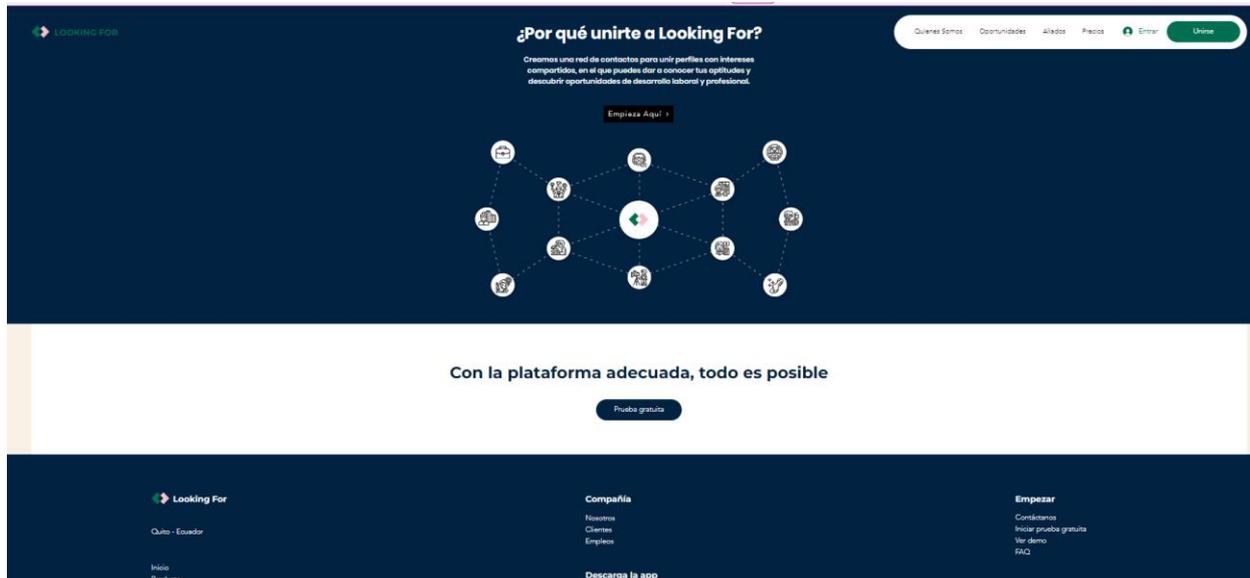
Para el primer escenario, entendemos que se tiene una oportunidad de crecimiento por medio del posicionamiento en la mente de los jóvenes. Por esto, se propone que los jóvenes usuarios puedan acceder al servicio por medio de una suscripción pequeña acorde a su nivel adquisitivo. Para el segundo escenario, por medio de partes que alimenten a la plataforma con oportunidades. Dependiendo de la razón social del aliado, se ofrecerá una membresía para la entrada y la publicación en nuestra página. Donde se incluirán beneficios por el uso de esta. Debemos entender que nosotros somos head hunters para las empresas, buscamos ser un soporte e incluso reemplazar a su departamento de recursos humanos para la selección de perfiles para postular a las oportunidades. Los jóvenes buscan a Looking For para desarrollar su capacidad de liderazgo. Entonces, cuando busca talento a través de nosotros, no solo está contratando a un candidato, sino que está contribuyendo a nuestra misión de desarrollar más líderes jóvenes con capacidades para el talento del mañana.

De igual manera, existe una oportunidad de conectar a ambos actores pues, a través de las alianzas y los usuarios. Principalmente debemos tener en cuenta que muchos de los usuarios individuales que prospectamos, van a estar en relación con alguna universidad se puede ofrecer una suscripción gratuita a aquellas personas que pertenezcan a la universidad aliada registrada en nuestra plataforma.

Prototipo Final

Lista de Componentes

- Bloques de Contenido: Se lo creo de manera estándar se lo utilizo para añadir textos importantes.



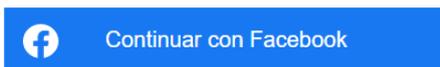
- Bloques de imágenes y contenidos multimedia: una plataforma indispensable para contactar, relacionarse con otros profesionales de su área y de otras áreas.



- Formularios de Contacto: Permite que se registren tanto empresas como personas que buscan ofrecer o encontrar empleo.

Regístrate

¿Ya tienes un perfil personal? [Iniciar sesión](#)



Registrarme en este sitio con un perfil público. [Leer más](#)

- Elementos de navegación: Las empresas pueden crear un perfil y poner ofertas de vacantes, pero solo pueden publicar de manera gratuita durante un tiempo limitado.

LOOKING FOR

[Quiénes Somos](#) [Comunidades](#) [Aliados](#) [Precios](#) [Entrar](#) [Unirse](#)

ALIADOS

Looking for es una plataforma que busca ayudar a nuestros aliados a fortalecer su estructura organizacional con perfiles enfocados, así desarrollando personas para los empleos del mañana el día de hoy. Proponemos poder crear y comer programas de impacto y desarrollo de habilidades que reflejen sus valores, apoyen a los jóvenes en su desarrollo personal y comunitario. Estamos en una posición única para reunir las voces de los jóvenes y escuchar directamente a los jóvenes sobre los temas que le interesan.

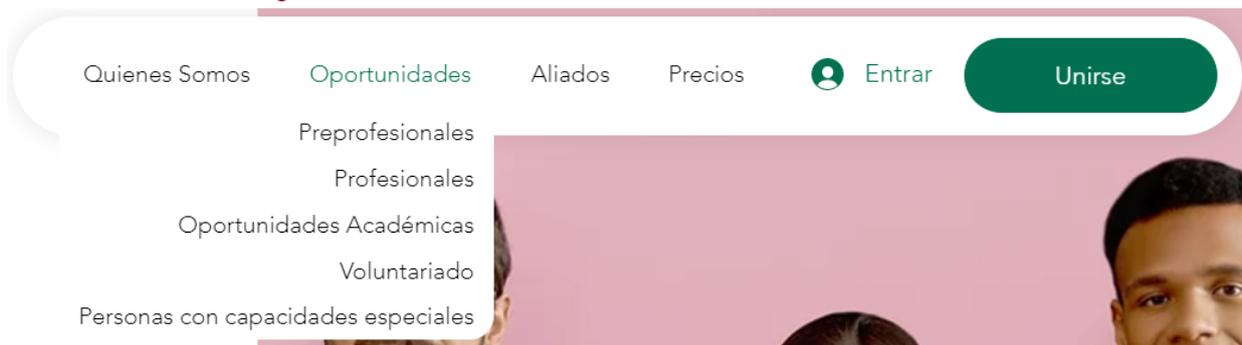


Si buscas talento joven para tu empresa
Nuestro programa ayuda a las empresas a satisfacer sus
necesidades de recursos humanos con jóvenes calificados
listos para trabajar en su campo de especialización.
Como aliado de nuestro proyecto podrá vivir una nueva
experiencia a través de cuatro enfoques

[Alcanzar](#) [Conectar](#) [Impactar](#) [Perspectivas](#)

El poder conectar con una comunidad diversa

- Sistemas de búsqueda: A través de dicho componente se puede indagar y recibir alertas de vacantes en todo el Ecuador con acceso a alrededor de 6000 ofertas y más de 200 sitios web. Lo único que tiene que hacer es crear su perfil, completar sus datos, subir su C.V y configurar las alertas con sus preferencias y requisitos.



<https://takoyakideskpads.wixsite.com/looking-for>

Presupuesto

La creación del presupuesto para nuestro proyecto requiere considerar varios factores, incluyendo los siguientes:

- Costos de desarrollo: Rubro para contratar un diseñador para el portal.
- Costos por dominio: Recurso necesario para ejecutar el portal web.
- Costos por Host: Recurso necesario para guardar la información, similar a un servidor.
- Costos de publicidad y marketing: incluyen el costo de promocionar el portal web, para anuncios en medios digitales y eventos en la universidad.
- Costos de mantenimiento: incluyen el costo de mantener el portal web actualizado y en funcionamiento, corrección de errores y mejoras en el contenido.

DESCRIPCIÓN	COSTO
Costos de desarrollo	\$ 500,00
Costos por dominio	\$ 12,00
Costos por Host	\$ 75,00
Costos de publicidad y marketing	\$ 240,00
Costos de mantenimiento	\$ 120,00
TOTAL	\$ 947,00

Es importante estimar los costos de manera precisa y asegurarse de incluir todos los costos relevantes. Además, es necesario considerar el tiempo y los recursos necesarios para implementar cada aspecto del proyecto y asegurarse de que el presupuesto refleje estos

Procesos

Para los procesos, en nuestro proyecto seleccionamos las herramientas de Mapa de procesos y Organigrama organizacional para poder automatizar los procesos a llevarse a cabo para lograr nuestros cometidos del proyecto y para tener una estructura bien planteada a nivel organizacional administrativo.

Sobre el mapa de procesos, *“Todas las organizaciones se componen de múltiples actividades que permiten el correcto funcionamiento de la compañía, tanto a nivel interno como externo (mapa de procesos). Es común que estas actividades estén agrupadas en bloques según sea el objetivo a alcanzar con su consecución. Es decir, en las empresas existe una serie de actividades organizadas para realizar un proceso, y éste a su vez se complementa con otros procesos para conseguir prestar los servicios/productos del negocio.”* (Alonso, 2022).

Sobre el organigrama organizacional, *“representa la estructura interna de una organización, reflejando las relaciones jerárquicas y las competencias de la misma. Este esquema brinda información esencial sobre las estructuras departamentales y la organización de una empresa para comprenderla de un vistazo.”* (ESERP).

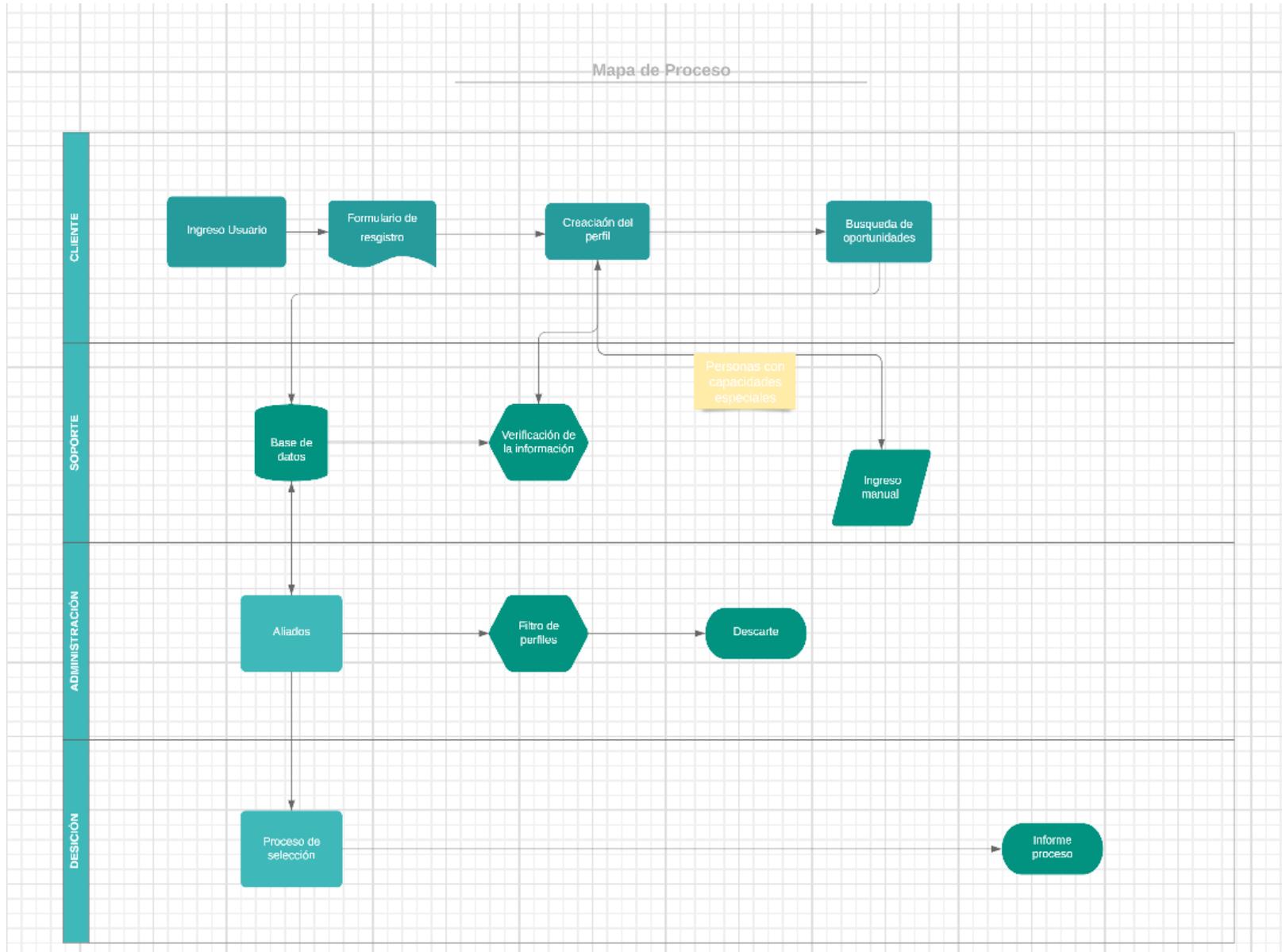
Operaciones: Mapa de Proceso - Despliegue de Procesos

A continuación, se muestra el Mapa de Proceso del registro y aplicación en Looking For:

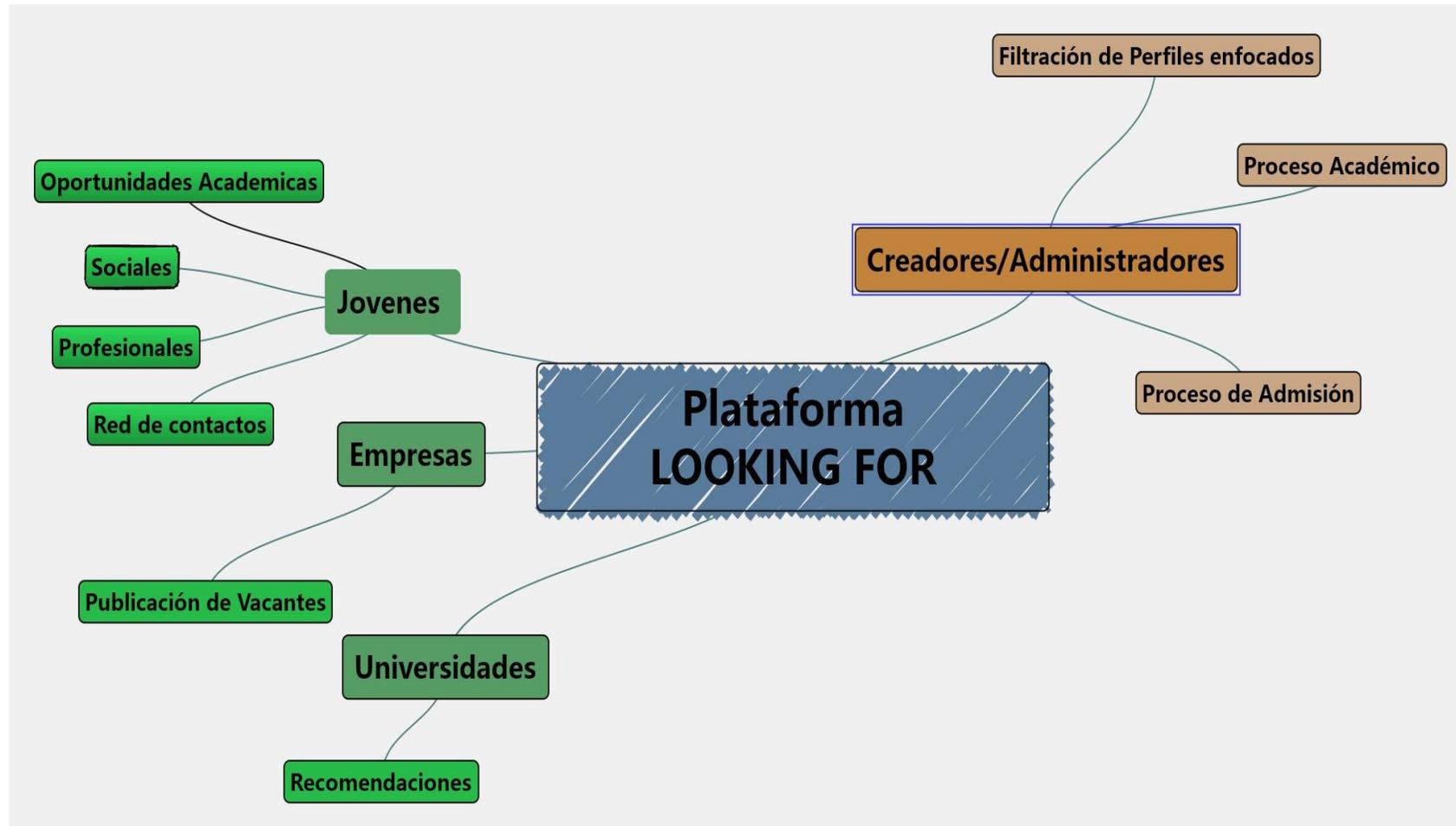
- Registro: Los usuarios accederán al portal web y se podrán registrar, proporcionando información básica como su nombre, dirección de correo electrónico y una contraseña.
- Creación de una cuenta: Los usuarios completarán el formulario con información sobre sus habilidades, experiencia laboral, educación y referencias. Por otra parte, los usuarios podrán cargar documentos adicionales como su currículum, cartas de recomendación y otros documentos relevantes.
- Verificación de la información: Se verificará la información proporcionada para asegurarse de que sea válida y cumpla con los requisitos.
- Base de datos: La información de las hojas de vida se almacenarán en la base de datos de Looking For.

- Aliados: Las empresas podrán acceder a los perfiles dependiendo de sus requerimientos e iniciar con el proceso de selección.
- Por último, se emitirán informes del proceso de selección.

Mapa de Proceso



Diseño Organizacional – organigrama



Estados Financieros

Inversión Inicial	
DESCRIPCIÓN	COSTO
Costos de desarrollo	\$ 500,00
Costos por dominio	\$ 12,00
Costos por Host	\$ 75,00
Costos de publicidad y marketing	\$ 240,00
Reserva	\$ 173,00
TOTAL	\$1.000,00

El monto inicial invertido va a ser de \$1.000,00. Estos fondos serán destinados al desarrollo de la página web, el dominio y el host de la misma, la publicidad y el marketing y lo que sobra quedará para fondos de reserva.

Proyección de ventas												
Contactos/Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Publicidad	\$ 100,00	\$ 150,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 150,00	\$ 100,00	\$ 200,00	\$ 150,00	\$ 100,00	\$ 150,00	\$ 300,00
Afiliaciones	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
Recomendaciones	\$1.150,00	\$1.300,00	\$1.450,00	\$1.600,00	\$1.750,00	\$1.900,00	\$2.050,00	\$2.200,00	\$2.350,00	\$2.500,00	\$2.650,00	\$2.800,00
Prospecting ventas	\$4.600,00	\$4.700,00	\$5.200,00	\$5.300,00	\$5.800,00	\$5.900,00	\$6.400,00	\$6.700,00	\$6.800,00	\$7.300,00	\$7.400,00	\$7.900,00
TOTAL ANUAL:												\$ 74.000,00

Hicimos nuestra proyección de ventas de nuestros servicios, dándonos un total de \$74.000,00 monto en ventas proyectado anualmente. Aparte proyectamos tener ingresos por publicidad, afiliaciones extras y recomendaciones de usuarios que nos hagan crecer el volumen de ingresos.

Flujo de caja													
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Detalle de Ingresos													
Ingresos por Ventas	\$4.600,00	\$4.700,00	\$5.200,00	\$ 5.300,00	\$ 5.800,00	\$ 5.900,00	\$ 6.400,00	\$ 6.700,00	\$ 6.800,00	\$ 7.300,00	\$ 7.400,00	\$ 7.900,00	
Otros Ingresos (Publicidad)	\$ 100,00	\$ 150,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 150,00	\$ 100,00	\$ 200,00	\$ 150,00	\$ 100,00	\$ 150,00	\$ 300,00	
Total de Ingresos	\$4.700,00	\$4.850,00	\$5.300,00	\$ 5.400,00	\$ 5.900,00	\$ 6.050,00	\$ 6.500,00	\$ 6.900,00	\$ 6.950,00	\$ 7.400,00	\$ 7.550,00	\$ 8.200,00	
Detalle de Egresos													
Gastos básicos (Luz e Internet)	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	
Arriendo	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	
Egresos en Consumo	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00	
Costos de Producción	\$ 587,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Sueldos	\$1.800,00	\$1.800,00	\$1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	
Costos de publicidad y marketing	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	
Costos de mantenimiento	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	
Egresos Operativos	\$2.747,00	\$2.160,00	\$2.160,00	\$ 2.160,00									
Total de Egresos	\$2.977,00	\$2.390,00	\$2.390,00	\$ 2.390,00									
Saldo Neto	\$1.723,00	\$2.460,00	\$2.910,00	\$ 3.010,00	\$ 3.510,00	\$ 3.660,00	\$ 4.110,00	\$ 4.510,00	\$ 4.560,00	\$ 5.010,00	\$ 5.160,00	\$ 5.810,00	
Saldo Acumulado	\$1.723,00	\$4.183,00	\$7.093,00	\$10.103,00	\$13.613,00	\$17.273,00	\$21.383,00	\$25.893,00	\$30.453,00	\$35.463,00	\$40.623,00	\$46.433,00	

En el flujo de caja podemos ver con más detalle el flujo del dinero con el que cuenta nuestro proyecto. Detallamos los ingresos y egresos del proyecto y lo hacemos de manera mensual. Esto también nos ayudará a tomar decisiones en el tema de los egresos, revisando los gastos que podríamos evitar para tener un mejor beneficio.

Estado de Resultados de los servicios vendidos		
Looking For		
Al 31 de Diciembre del 2023		
Inversión Inicial		\$ 1.000,00
Proyección de ventas		\$ 74.000,00
Costo de la Mano de Obra Directa		\$ 2.025,00
Costos de Producción		\$ 587,00
Costos de desarrollo	\$ 500,00	
Costos por dominio	\$ 12,00	
Costos por Host	\$ 75,00	
Costos Operativos		\$ 25.920,00
Sueldos	\$ 21.600,00	
Costos de publicidad y marketing	\$ 2.880,00	
Costos de mantenimiento	\$ 1.440,00	
Total Costo de Ventas		\$ 28.532,00
Utilidad		\$ 44.443,00

En el estado de resultados proyectado de nuestro proyecto podemos obtener las cifras detalladas en el cuadro anterior: nuestros ingresos totales serían \$75.000,00 menos nuestros costos de ventas totales \$30.557,00. Esto nos da una utilidad de \$44.443,00 para nuestro proyecto en un año de operaciones.

Plan de Marketing

En nuestro plan de marketing por estrategia, la estrategia como plan “*Se da cuando se determinan uno objetivos a partir del análisis de una situación, se define la manera de alcanzar esos objetivos mediante acciones concretas y se asignan recursos necesarios para la consecución de esos objetivos. El plan de marketing encaja dentro de esta perspectiva de estrategia.*” (Hoyos Ballesteros, 2021, pág. 2). La estrategia como patrón “*significa que la empresa implementa unas acciones a lo largo del tiempo de manera coherente que deliberadamente o no, se convierten en su estrategia. Dicho de otro modo, estrategia es aquello que queda cuando se mira hacia atrás en el tiempo, es decir, las acumulaciones de acciones construyen el concepto de estrategia.*” (Hoyos Ballesteros, 2021, pág. 2).

Etapas de nuestro plan:

Fase 1. Preparación y diagnóstico

“Integrar los requisitos preparatorios para la aplicación del procedimiento; trabajando en la atenuación de la resistencia cultural, la capacitación general del emprendedor y otros actores implicados en el negocio, además se desarrolla el diagnóstico del mercado y la propuesta actual del negocio.” (Ruiz Almeida, Carralero Hidalgo, Tamayo Fajardo, & Aguilera Patterson, 2015, pág. 4).

Etapa 1. Involucramiento y capacitación.

Sociabilizaremos nuestro proyecto, daremos a conocer el objetivo que tiene nuestra empresa. Capacitaremos a nuestro personal para que tenga clara la idea y los objetivos que queremos cumplir. La sociabilización de nuestro proyecto estará dirigida a las empresas a las cuales

queremos brindar nuestros servicios y a nuestro mercado de usuarios que estén en búsqueda de oportunidades laborales.

Etapa 2. Diagnóstico del producto / mercado.

Para analizar nuestro servicio, nosotros nos encargamos de revisar que nuestro proyecto cumpla con todas las pautas necesarias para la creación de un emprendimiento, seguimos el modelo de negocio Canvas, haciendo mucho énfasis en nuestra propuesta de valor y factor diferenciador de la competencia.

Diagnosticando nuestro mercado, entendemos que el desempleo nos da una posibilidad de crecimiento en nuestro proyecto. *“Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), hasta diciembre del año pasado el empleo pleno, con derechos de ley y salario básico, se redujo 1,8 %, mientras que el subempleo subió 1,3 %, porcentaje que representa a 1'440.983 personas.”* (Toranzos Narváez, 2020). Estos son números que proyectan al crecimiento de nuestro proyecto, ya que tenemos más mercado al que podemos encontrarle una solución a su falta de empleo.

En el análisis de la competencia directa e indirecta: Directa: entre otras apps, tenemos a Linked In, Infojobs, Jooble, Jobtoday, CornerJob. Indirecta: apps como Uber, Uber Eats, Rappi, Pedidos Ya, Didi, Cabify, AloApp, Go Girl, Tipti, Asoclim y Glovo, también son nuestra competencia ya que son generadoras de actividad económica para personas sin empleo en nuestro país.

Etapa 3. Posición estratégica del negocio.

Nuestra posición estratégica en nuestro mercado se encuentra por encima de nuestra competencia indirecta, pues estas apps no evidencian parámetros de trabajo justo y, si bien nosotros no ofrecemos empleo como tal, nos encargamos de conectar personas sin empleo con oportunidades justas y legales de empleo. Por otro lado, somos conscientes que, al ser una plataforma nueva, nos encontramos posicionados por debajo de empresas ya establecidas como la de Linked In o Infojobs, pues son empresas de gran recorrido en el mercado.

Fase 2. Diseño estratégico

“Diseñar el ambiente del marketing en el negocio, a partir del análisis de la competencia y el mercado, así como variables internas y externas asociadas al mismo para determinar perspectivas de trabajo a corto y mediano plazo.” (Ruiz Almeida, Carralero Hidalgo, Tamayo Fajardo, & Aguilera Patterson, 2015, pág. 5).

Etapa 4. Definición de objetivos y problemas.

Nuestros objetivos fueron planteados en torno al problema que planteamos para encontrarle una solución. Nuestro objetivo central es conectar personas (jóvenes talentos) con falta de empleo con las oportunidades que podemos encontrar en el mundo laboral. El problema que tienen dichos actores para encontrar oportunidades, es que no lo hacen en el lugar y momento adecuado, la búsqueda de empleo es muy superficial, muy por encima. El objetivo nuestro nos lleva a conectar la oportunidad justa que necesita el joven talento, lo conectamos con el lugar justo en el momento justo. De esta manera solucionamos su problema.

Etapa 5. Estrategias de diferenciación / comercialización.

La estrategia de diferenciación ha logrado el potencial que buscábamos para nuestra página, ya que nos ha permitido examinarlo profundamente, perfeccionarlo y poderlo aprovechar al máximo.

Se ha establecido características nuevas que formaron la diferencia entre nuestros competidores:

- Se mejora las funciones en búsquedas a profundidad, de acuerdo al perfil registrado en tiempo record, con mínimo de una opción de búsqueda máximo tres opciones, que van de la mano con sus respectivas recomendaciones y detalles del puesto sugerido.
- Se mejoró internamente la atención con nuestros usuarios, ya que el proyecto que se elaboró es más personalizado, haciendo que los jóvenes profesionales con talentos, sean nuestra prioridad, y buscar la mejor opción para ellos es nuestro deber.
- Innovamos cada día, contamos con alianzas de empresas reconocidas a nivel nacional e internacional, enviamos mediante correos, whatsApp, páginas sociales, etc. alertas que

nos ayudaran a mantener información actualizada y certera para ayudar a nuestros usuarios registrados, sembrando confianza, y logrando ser la primera opción en conseguir una excelente oportunidad. Haciendo que a futuro se fidelizará y se volverán nuestros promotores.

Fase 3. Implementación

“Desarrollar la implementación de las estrategias diseñadas a nivel de diseño estratégico.”

(Ruiz Almeida, Carralero Hidalgo, Tamayo Fajardo, & Aguilera Patterson, 2015, pág. 6)

Etapa 7. Implementación de las estrategias.

Dentro del proceso de gestión estratégico, convertimos planes estratégicos en acción, como:

- Se implementó un software de gestión de trabajo, alcanzando de forma integrar los objetivos propuestos, para mejorar la eficiencia interna, facilitando la colaboración, la visibilidad, la adaptabilidad y la intuitividad del equipo de trabajo, ya con diferentes actividades, aumentamos la productividad en los procesos de operación del proyecto en mención.

- En nuestro proyecto hemos logrado una fácil colaboración con el equipo, seleccionando áreas y tareas específicas que den continuidad al proyecto, dicho esto hizo que exista una comunicación organizada a través de múltiples canales, así evitamos afectaciones en los procesos del negocio, obteniendo cooperación y una sana correlación del equipo.
- Todo el equipo de trabajo avanza hacia el mismo objetivo, y cada uno tiene claro a donde estamos enfocados, (jóvenes profesionales con talentos únicos, que necesitan una ayuda de calidad, con búsquedas y recomendaciones casi perfectas, sembrando lazos de confianza, y lograr la mejor opción laboral de su vida), día a día se consulta progresos del proyecto, tareas y gestión del tiempo.

Fase 4. Evaluación y mejora

“Desarrollar las acciones de control que se realizarán sobre las estrategias implantadas en la fase precedente y el sistema tributario vigente al momento de la implementación.” (Ruiz Almeida, Carralero Hidalgo, Tamayo Fajardo, & Aguilera Patterson, 2015, pág. 7).

Etapa 8. Control.

Los procesos que se implementaron en nuestro negocio, para comprender e incidir en el control de calidad, tiempos y dinero necesarios para el proyecto.

Para amortiguar riesgos, nuestro objetivo está encaminado al alcance de todos, desde el inicio hasta el final, evitamos que el proyecto se salga de control.

Plan de Marketing con enfoque a la internacionalización

El primer paso en la creación de nuestro plan de marketing es analizar el mercado y la competencia. Estudiar las diferentes plataformas de empleo que existen en cada país para identificar sus fortalezas y debilidades; de esta manera, podremos diseñar una estrategia que permita diferenciarnos de la competencia y atraer a los usuarios.

Una vez que hemos analizado el mercado, debemos definir nuestro público objetivo. Es importante entender las necesidades y preferencias de los usuarios de cada país. Por ejemplo, en algunos países la búsqueda de empleo se realiza principalmente a través de redes sociales, mientras que en otros la mayoría de los usuarios prefieren utilizar plataformas especializadas en empleo. Debemos adaptar nuestra estrategia de marketing para satisfacer las necesidades de cada mercado.

Otro aspecto importante para considerar en nuestro plan de marketing es el diseño de la plataforma. La interfaz debe ser clara y fácil de usar para los usuarios de diferentes países. Además, debemos tener en cuenta las diferencias culturales en el diseño y la presentación de la información. Debido a que en algunos países es común incluir una fotografía en el currículum, mientras que en otros esto se considera inapropiado.

La estrategia de marketing también incluye la promoción de la plataforma en diferentes canales de comunicación. Para atraer a los usuarios de diferentes países, debemos utilizar diferentes canales, como redes sociales o publicidad en línea. Además, debemos crear contenido de calidad que sea relevante y atractivo para nuestros usuarios.

Por otra parte, debemos garantizar que los usuarios puedan acceder a la plataforma de forma segura y sin problemas técnicos. Además, debemos ofrecer soporte en diferentes idiomas para asegurarnos de que los usuarios puedan resolver cualquier problema o duda que puedan tener.

Las alianzas estratégicas son una parte importante de la estrategia de internacionalización de las empresas y pueden ser una forma efectiva de expandirse a nuevos mercados, mejorar su capacidad para ofrecer servicios y recursos, y aumentar su presencia global. En el caso de Looking for, la empresa ha buscado alianzas estratégicas en sus estrategias de internacionalización.

Las alianzas estratégicas pueden adoptar varias formas, desde acuerdos de distribución y ventas, hasta acuerdos de colaboración y joint ventures. En el caso de Looking for, las alianzas

estratégicas se van a centralizar en asociaciones con empresas y organizaciones locales para mejorar su capacidad para ofrecer oportunidades laborales y recursos relevantes para los jóvenes en cada mercado. Algunas de las alianzas estratégicas de Looking for incluirán:

Asociaciones con empresas locales: Looking for ha buscado asociaciones con empresas locales en los mercados en los que se ha expandido. Estas asociaciones permitirán a la plataforma acceder a oportunidades laborales y recursos relevantes para los jóvenes en cada mercado, lo que mejorará la capacidad para ofrecer una experiencia personalizada a sus usuarios.

Colaboraciones con instituciones educativas: Looking for ha colaborado con instituciones educativas, como universidades y escuelas secundarias, para ofrecer recursos y oportunidades laborales a los estudiantes. Estas colaboraciones permitirán a Looking for llegar a una audiencia más amplia de jóvenes en cada mercado y mejorar su capacidad para ofrecer servicios relevantes a los estudiantes y recién graduados.

Estas alianzas permitirán a Looking for mejorar su capacidad para ofrecer oportunidades laborales y recursos relevantes para los jóvenes en cada mercado, llegar a una audiencia más amplia de jóvenes y mejorar su presencia global. Las alianzas estratégicas son una estrategia clave que las empresas pueden utilizar para expandirse a nuevos mercados y mejorar su capacidad para ofrecer servicios y recursos relevantes a sus usuarios.

Se identificó que el público objetivo son jóvenes ecuatorianos que buscan oportunidades laborales en países europeos, mientras cursan sus estudios de pre y posgrado. Por este motivo, para el desarrollo del presente proyecto se requiere utilizar canales de comunicación efectivos para llegar al público objetivo, tales como: redes sociales, redes profesionales, eventos, agencias de empleo, entre otros. Entre las formas de comunicar el mensaje se optará por publicidad en redes sociales, relaciones públicas, y correo marketing. Todos los recursos antes

mencionados, se tomaron en cuenta en el presupuesto, equipo de trabajo y herramientas tecnológicas.

Por otra parte, se creará perfiles en las principales redes sociales, como Facebook e Instagram, ya que es necesario utilizar estas plataformas para promocionar los trabajos disponibles y conectar con potenciales candidatos. También será importante participar en eventos y ferias de empleo, debido a que asistir a estos eventos permite conectar con potenciales empleadores y candidatos. Estas estrategias pueden permitir llegar a un público más amplio.

Se creará contenido relevante para los candidatos, como artículos sobre cómo prepararse para una entrevista de trabajo o cómo redactar un currículum efectivo. Este contenido se publicará en el sitio web de Looking For, así como en redes sociales.

Enviar correos electrónicos periódicos a los candidatos registrados, con información sobre nuevos trabajos disponibles y consejos para la búsqueda de empleo.

Utilizaremos estrategias de posicionamiento para mejorar la visibilidad del sitio web en los motores de búsqueda. Esto permitirá incluir la optimización de palabras clave y la creación de contenido relevante para el público nuestro objetivo.

De la misma forma, se analizará el realizar eventos en línea como webinars, charlas, entrevistas con expertos en temas de empleo y otros eventos similares. Los mismos que podrán ser promocionados en línea y atraer a un público más amplio y ayudar a construir la reputación del sitio.

Conclusiones

La idea de la herramienta “Personas” del Design Thinking nos permite definir de mejor manera al segmento de mercado al que estamos enfocados en solucionarle un problema. En nuestro proyecto encontramos a varios actores, a los cuales prácticamente podemos dividir en dos grupos: los que ofrecen un servicio o empleo y por otro lado los que están demandando estos servicios o empleos. Es por esto que, al cumplir con el objetivo de nuestro proyecto, estamos solucionando dos problemas a la vez, por así decirlo: unimos al que ofrece con el que busca.

Se pudo lograr aspectos importantes y relevantes sobre el usuario, dicha herramienta nos permitió centrarnos e intentar abordar distintos problemas a la vez, se encontró frases que recogen necesidades y deseos para el usuario, entendimos razones del porque les resulta complicado utilizar diferentes plataformas que impliquen mucha información.

Como se ha podido observar entendimos que es una labor que implica trabajo, y tener en cuenta distintos factores que si no se lo hace de forma adecuada lo arrastraremos durante todo el proceso, habiendo generado ideas que no pudieron resolver los deseos y necesidades de los usuarios.

Las plataformas, nos ofrecen acciones en las que hay conexión entre la demanda y la oferta de servicios laborales. La flexibilidad que dedica el empleo de plataformas, respecto del tiempo, el horario, el lugar u otros aspectos de la organización del trabajo, puede animar la intervención laboral de grupos de estudiantes para quienes dicho beneficio tiene más valor.

Para reducir la pobreza y garantizar la prosperidad compartida, se necesita que el crecimiento genere mayor cantidad de empleos y que estos sean de mejor calidad y más inclusivos, ya que constituyen el camino más seguro para salir de la pobreza.

En los últimos tiempos, localizar trabajo se ha transformado en un arte a raíz de la constante competencia y de los desequilibrios económicos. A pesar de los desafíos impuestos por el entorno, existen excelentes oportunidades laborales aguardando por los mejores talentos. Pero, para lograr su objetivo y encontrar el puesto de sus sueños, se debe considerar varios aspectos, como páginas o plataformas que brindan la oportunidad, que a través de filtros se logra encontrar el trabajo y oportunidad que estaba buscando.

La metodología Design Thinking de la fase idear, nos da la oportunidad de buscar y encontrar la resolución de problemas de manera creativa, del proyecto que estamos realizando, que incluye empatía, imaginación y experimentación. Dicho esto, con respecto a idear, nuestro proyecto puede ofrecer soluciones efectivas e innovadoras.

Bibliografía:

Alonso, C. (19 de Mayo de 2022). *Mapa de procesos de una organización, ¿qué es y cómo se elabora?* Obtenido de Global Suite Solutios: <https://www.globalsuitesolutions.com/es/que-es- mapa-de-procesos-y-como-se-elabora/>

Amador-Mercado, C. Y. (2022). El análisis PESTEL. *UNO Sapiens Boletín Científico de la Escuela Preparatoria No. 1*, 4(8), 1-2. Obtenido de <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/prepa1/article/view/8263/8494>

ESERP. (s.f.). *¿Qué es el organigrama de una empresa?* Obtenido de ESERP Digital Business & Law School: <https://es.eserp.com/articulos/organigrama-empresa/>

Gobierno de la República del Ecuador. (s.f.). *Inserción de personas con discapacidades*. Obtenido de Ministerio del Trabajo Ecuador: <https://www.trabajo.gob.ec/insercion-de-personas-con-discapacidades/>

INEC Ecuador. (2022). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2022/Diciembre_2022/202212_Mercado_Laboral.pdf

Marquina, J. (2 de Marzo de 2017). *Las personas activas en redes sociales tienen más oportunidades laborales*. Obtenido de Juliá Marquina: <https://www.julianmarquina.es/las-personas-activas-en-redes-sociales-tienen-mas-oportunidades-laborales/>

Scaliter, A. (2005). Método PEMO (Primer Estudio de Mercado Objetivo) para Nuevos Emprendimientos. *Temas de Management*, II, 12-18. Obtenido de https://ucema.edu.ar/cimei-base/download/research/22_Scaliter.pdf

The Power MBA. (s.f.). *5 fuerzas de Porter: análisis de las fuerzas competitivas de una empresa*. Obtenido de The Power Business School: <https://www.thepowermba.com/es/blog/las-5-fuerzas-de-porter#:~:text=propia%20materia%20primaria-3.,de%20esa%20parte%20del%20mercado.>

Anexos

(Anexo A Análisis PESTEL).....	22
(Anexo B Comparación Enfoque/Beneficio del mercado competente).....	33