

NOMBRE DEL TRABAJO

CAMPOS ALARCON MAYRA ROMINA - LIZA COLOMA OSCAR ANDREE.pdf

RECUENTO DE PALABRAS

2956 Words

RECUENTO DE PÁGINAS

23 Pages

FECHA DE ENTREGA

Dec 7, 2023 10:23 AM GMT-5

RECUENTO DE CARACTERES

15845 Characters

TAMAÑO DEL ARCHIVO

2.4MB

FECHA DEL INFORME

Dec 7, 2023 10:23 AM GMT-5**● 14% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 14% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 8% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado

ESCUELA SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADO TOULOUSE LAUTREC



TÍTULO DEL PROYECTO DE INNOVACIÓN:

“EXPOFERIA ALIN”

1 Proyecto de Innovación para obtener el grado de Bachiller en la carrera
de Arquitectura de Interiores

AUTOR:

MAYRA ROMINA CAMPOS ALARCÓN

1 Proyecto de Innovación para obtener el grado de Bachiller en la carrera
de Comunicación Audiovisual Multimedia

AUTOR:

OSCAR ANDREÉ LIZA COLOMA

Lima - Perú
Año 2021

PROYECTO DE INNOVACIÓN

1 Resumen

El proyecto de innovación “Expoferia Alin” se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de “ODS 3: Salud y bienestar social” y la actividad económica de “Actividades artísticas de entretenimiento y recreativas” y busca contrarrestar la discriminación laboral en jóvenes de sexo masculino gays a través de un espacio que impulse su emprendimiento y exponga la realidad de esta problemática la cual aún no cuenta con una solución viable en Lima Metropolitana, teniendo como población beneficiaria jóvenes gays discriminados en el ámbito laboral.

1 Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para tomar como centro al usuario y Lean Startup para impulsar la implementación de los resultados, estas herramientas contemplan la colaboración y el pensamiento visual, como la técnica persona para plantear arquetipos y validar usuarios, mapa de actores para reconocer el contexto y mercado, mapa de trayectoria, para delinear la mecánica de la propuesta, canvas de propuesta de valor, para consolidar el concepto innovador, canvas de modelo de negocio que permita observar la sostenibilidad de la propuesta, entre otras, que son presentadas en detalle en el documento a continuación.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en “Un espacio que te acompaña y te motiva a seguir creciendo”, se trata de una expo-feria que busca mostrar la realidad de la discriminación laboral de jóvenes gays e impulse su emprendimiento de manera económica mediante el alquiler de 20 stands distribuidos en este espacio diseñado para ellos en el que puedan sentirse acompañados, sean libres de destacar sus habilidades y sientan esa inclusión social que necesitan.

Para la experimentación se diseñaron prototipos en redes sociales donde se presentó un recorrido virtual del diseño interior de “La casa rosa de ALIN” y una serie de flyers de intriga para identificar la reacción de nuestros seguidores y usuarios, obteniendo resultados positivos en su totalidad.

Se concluye que la solución propuesta es un modelo de negocio con objetivos de desarrollo sostenible único en su tipo dentro del mercado a nivel nacional que genera no solo una educación social sino también presenta una buena opción de inversión que incentiva el emprendimiento en jóvenes gays y se recomienda un amplio seguimiento en sus redes sociales, así como la implementación de publicidad dentro de ellas, administración del local en cuanto a contratos de alquiler y monitoreos en las reservas de stands de nuestros clientes.

"EXPO ALIN"

Proyecto de innovación para obtener el grado de Bachiller en las siguientes carreras



MAYRA ROMINA CAMPOS ALARCÓN

Carrera: Arquitectura de Interiores



OSCAR ANDRÉ LIZA COLOMA

Carrera: Comunicación Audiovisual Multimedia

TEMA

"DISCRIMINACIÓN LABORAL A JÓVENES GAYS"

PROBLEMÁTICA

La discriminación hacia gays en el ambiente laboral es una de las problemáticas de mayor recurrencia en Lima Metropolitana y a su vez la menos indagada y analizada en cuanto a la magnitud de **efectos negativos** que genera tanto en el ámbito psicológico como físico.



PROBLEMÁTICA

² El Instituto Nacional de Estadística e Informática del Perú (2018), presentó los resultados de la primera encuesta nacional virtual para personas lesbianas, gays, bisexuales y transexuales (LGBT) y se observó que del total de la población entre 18 y 29 años de edad, considerada para este análisis, el 20,9% indicó que ha sido discriminado y violentado en su lugar de trabajo y además un 17,4 % de la muestra total mencionaron que fueron discriminadas y/o violentadas por jefes y compañeros de trabajo, demostrando así, que la discriminación y violencia está activa no solo en empresas de Lima Metropolitana, sino también en empresas de todo el Perú.

Datos arrojados por la II Encuesta Nacional de Derechos Humanos (IPSOS 2020) **más del 30% de empresarios peruanos** no contrataría a una persona homosexual e indican también que solo el 8% de empresas locales se ha pronunciado públicamente apoyando los derechos de las personas Lesbianas, gays, bisexuales y transexuales (LGBT).



PROBLEMÁTICA

Además,⁴ según cifras de la ONG Presente (2019), el 80% de las empresas peruanas no cuenta con políticas laborales en favor de la diversidad. Esto no solo genera una idea no tan acertada sobre el éxito profesional para este sector, sino también una privación de libertad en cuanto a derechos humanos, en casos extremos, se puede imponer un maltrato físico o puede que se encuentren en situaciones donde no valoran su esfuerzo, los explotan, no son reconocidos y esto mismo puede generar el desempleo, es por eso que muchos jóvenes gays deciden emprender.

Hagen (1962) citado por Kets de Vries (1977) quién sugiere que allí en donde el comportamiento de un grupo no es aceptado o es discriminado, ocurre un desequilibrio psicológico.⁵ Este desequilibrio puede desenlazar en “invisibilizar la homosexualidad” o en impulsar una transformación personal, la cual puede resultar en una urgencia por emprender.



DATO CURIOSO

Muchos jóvenes gays **deciden emprender** porque ya no se sienten cómodos en su lugar de trabajo debido a la discriminación o ya no desean depender de otros para generar ingresos, estos motivos los impulsan a independizarse y sentirse libres en un espacio propio.

Es por ello que la investigación que se realiza va de la mano con diversas herramientas para **obtener la información necesaria** mediante encuestas y entrevistas.



¿CUÁL ES NUESTRO RETO?

"APOYAR A LOS JÓVENES GAYS A EMPRENDER PARA UN MEJOR BIENESTAR"

Queremos hacer sentir una conexión sincera con estos jóvenes, brindando un espacio en el cuál puedan sentirse incluidos y acompañados.

Se necesita que la sociedad tome conciencia del impacto negativo que puede generar la discriminación en los jóvenes gays. Nuestro reto va de la mano con un apoyo incondicional tanto económico como social en el cual nuestro arquetipo pueda sentirse identificado y pueda confiar en una comunidad que lo hará sentir reforzado.

No se puede eliminar el problema de discriminación de raíz, pero se puede generar un impacto social, creando nuevos espacios inclusivos hecho para ellos, creando una conciencia social que permita un colectivo de empatía.

Mora (2020) concluye que:

En las personas homosexuales, el **apoyo social** funciona como un factor protector en la lucha contra la sensación de aislamiento y discriminación, que hacen que el suicidio sea considerado como una solución viable a los problemas que se enfrentan, puesto que las personas que se sienten apoyadas y acompañadas están mayormente equipadas para enfrentar situaciones de rechazo o de vulneración debido a su orientación sexual (p, 13).

ODS 3: SALUD Y BIENESTAR

Nuestro reto va fuertemente ligado ⁷ a la salud mental y al bienestar de los jóvenes por la discriminación en la sociedad.

¿CUÁL ES NUESTRO RETO?

Llegamos a la conclusión de este reto basándonos en encuestas y entrevistas. Se ha coincidido que los jóvenes piensan que algunas empresas sólo buscan su aprobación para atraer más ingresos y no sienten un apoyo real a sus necesidades generando que se sientan excluidos.

³ El sentimiento de exclusión es un estado que se repite de forma continuada en diferentes situaciones de la vida de las personas afectadas y que puede llegar a desencadenar una gran frustración y tristeza, invadiendo, estos efectos, todas las relaciones del individuo. explica la psicoanalista Salamanca (2013).

Es por eso que se hallaron necesidades no solo en derechos sino también basados en sentimientos y emociones de emprendimiento que permite conectar directamente con el arquetipo.



ÉLES

ALEX



Alex es un joven de 22 abiertamente gay, se independizó ya que en casa ya no se sentía cómodo.



A lo largo de su vida descubrió su amor por el teatro, eso lo ayudó a confiar en si mismo y conoció a gente que lo acepta tal y como es.



Es extrovertido, alegre y risueño, le gusta bailar, cantar y sobretodo salir con sus amigos más cercanos



Tuvo un trabajo como animador infantil, a veces lo molestaban y era un poco incómodo para él, más por los padres de familia que lo miraban serios y con cuidado, como si fuera a hacer algo también le hacían bromas pesadas



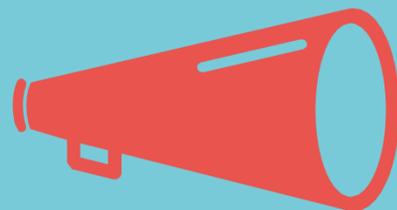
Al inicio nadie sabia que Alex era gay, ni su familia ni sus amigos. Recién se lo pudo contar a sus amigos cuando cumplió 18 porque se sentía más seguro. Actualmente no le afecta tanto porque se siente confiado y se acepta tal y como es



Alex es un ejemplo de superación, ya que a pesar de vivir malas experiencias hasta el día de hoy por discriminación, se siente orgulloso de ser gay y nada lo impide a ser el mejor.



Tiene amigos que también han sufrido de discriminación en las calles, en sus hogares y sobretodo en el trabajo, es por eso que apoya mucho a la comunidad y a sus amigos.



Siente tristeza y cólera al ver casos de discriminación en redes sociales o en medios de comunicación, a veces se siente solo y le es difícil comprender la discriminación en estos días. Pese a las adversidades, Alex ahora tiene su marca de accesorios.



Piensa que en Lima aún hay muchos casos de discriminación ya que recibe insultos o burlas, eso le causa molestia y lo hace sentir incómodo algunas veces, sin embargo es fiel a si mismo.



ÉL ES

ROBERTO

 Roberto tiene 22 años, es maquillador profesional y le encanta la fotografía.

 A lo largo de su vida descubrió su amor por el maquillaje. Incluso ha modelado para algunas agencias y marcas. Actualmente trabaja en una cadena de gimnasios.



Es alegre, gracioso, le gusta bailar, cantar y sobretodo salir con sus amigos más cercanos.



En su primer trabajo sufrió de discriminación por su orientación sexual, causando su renuncia por parte de él, ya que no aguantaba las constantes burlas de sus compañeros.

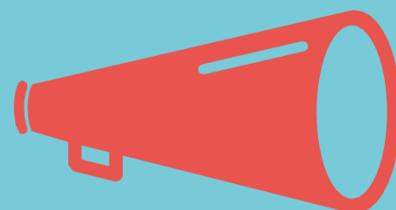
Al inicio, el sentía vergüenza por su orientación. Pero con el paso del tiempo aprendió a aceptarse y continuar con su vida sin hacerle daño a nadie.



Al igual que él, sus amigos también sufrieron este tipo de discriminación. Es por esto que Roberto apoya a su comunidad sin ningún temor o problema.

Piensa que el Perú es un país que le falta mucho por aprender. El respeto y la tolerancia es lo que nos falta para crecer como personas y como sociedad.

Necesita que más gente de su comunidad cree su propio negocio y que sean jefes de si mismos. Espera que también el mercado laboral sea mas inclusivo con las personas gays y la discriminación deje de existir en todos los ámbitos.



NECESIDADES ENCONTRADAS

- UN ESPACIO EN DÓNDE PUEDA DESARROLLAR SU TALENTO, DONDE SE SIENTA CÓMODO Y SEPA QUE ESTÁ LIBRE DE PREJUICIOS.

- QUE PUEDA RENDIR AL 100% CON LAS COSAS QUE LO APASIONAN SIN SENTIR MIEDO Y DESEA TENER SU PROPIO NEGOCIO.

- APOYO, SENTIRSE REFORZADO Y ACOMPAÑADO EN CASOS DE INJUSTICIA, NECESITA NO SENTIRSE EXCLUIDO.

- ⁸ UNA SOCIEDAD LIBRE DE PREJUICIOS, LIBRE DE DISCRIMINACIÓN, ANHELA QUE PUEDA SER ACEPTADO EN TODOS LOS ASPECTOS Y QUE SUS DIFERENCIAS SEAN SUS FORTALEZAS

- GENERAR INGRESOS MEDIANTE SUS PROPIOS EMPRENDIMIENTOS.

- NECESITA QUE LAS PERSONAS NO LO DISCRIMINEN NI VIOLENTEN POR SER GAY.

- NECESITA QUE MAS GENTE DE SU COMUNIDAD CREE SU PROPIO NEGOCIO Y SEAN JEFES DE SI MISMOS.

- ESPERA QUE EL MERCADO LABORAL SEA MAS INCLUSIVO CON LAS PERSONAS GAYS Y QUE LA DISCRIMINACIÓN DEJE DE EXISTIR EN TODOS LOS ÁMBITOS.

PROPUESTA DE VALOR

"Un espacio que te acompaña y te motiva a seguir creciendo"



VALOR DIFERENCIAL

"Al ser una propuesta innovadora, se convierte en una expo-feria única en su tipo dentro del mercado a nivel nacional"

PROPUESTA DE VALOR

¿QUÉ PROPONEMOS?

PROPONEMOS POTENCIAR EL RENDIMIENTO EN LOS JOVENES GAYS RESPECTO AL EMPRENDIMIENTO, MEDIANTE UNA EXPO-FERIA QUE DESTAQUE SUS HABILIDADES DONDE SE CONTRIBUYA CON LA CONCIENTIZACIÓN A LA INCLUSIÓN Y APOYO SOCIAL A LOS INTEGRANTES DE LA COMUNIDAD LGBT

PODEMOS HACER SENTIR UNA CONEXIÓN SINCERA CON NUESTRO USUARIO, QUE PUEDA SENTIR LA FIDELIDAD Y EL COMPROMISO, EL VERDADERO DESEO DE QUE QUEREMOS UNA MEJORA PARA LA SOCIEDAD Y PARA ELLOS, HACERLOS SENTIR INCLUIDOS.

BENEFICIOS

BRINDAR UN ESPACIO DISEÑADO ESPECIALMENTE PARA ELLOS EN EL QUE PUEDAN SENTIRSE ACOMPAÑADOS Y A SU VEZ PUEDAN POTENCIAR SUS EMPRENDIMIENTOS.

ADEMÁS UNA EXPOSICIÓN DEL OBJETIVO DE LA EXPO-FERIA QUE SUSTENTE CON MAYOR DETALLE LA DISCRIMINACIÓN LABORAL EN JOVENES GAYS Y COMO NUESTRO PROYECTO BRINDA UNA SOLUCIÓN.

FINALMENTE EL BENEFICIARIO SERÁ PARTE DE UNA COMUNIDAD QUE LO AYUDARÁ A SENTIRSE CONFIADO Y A INCREMENTAR SUS VENTAS GRACIAS A LA VIRALIZACIÓN DE SU MARCA MEDIANTE NUESTRAS REDES SOCIALES Y MEDIANTE LA EXPOSICIÓN DE SUS PRODUCTOS EN NUESTRO ESPACIO.

¿EN QUÉ CONSISTE?

UNA EXPO-FERIA QUE BUSCA AYUDAR A TODOS LOS JÓVENES GAYS QUE SE HAN SENTIDO DISCRIMINADOS EN EL ÁMBITO LABORAL Y DECIDIERON EMPRENDER, MOSTRANDO LA REALIDAD DE LA DISCRIMINACIÓN LABORAL E IMPULSANDO SU EMPRENDIMIENTO DE MANERA ECONÓMICA. CONSISTE EN UN ALQUILER DE STAND DENTRO DE LA EXPO-FERIA DURANTE 3 DÍAS A LA SEMANA, DE ESTA MANERA EL USUARIO PODRÁ EXHIBIR SU MARCA E INCREMENTAR SUS VENTAS MEDIANTE PUBLICIDAD DE NUESTRO ESPACIO Y ADEMÁS PODRÁ SER PARTE DE UNA EXPERIENCIA ÚNICA E INGUALABLE.

ALIVIOS

QUE SE SIENTAN EXCLUIDOS Y QUE LOS RECHACEN POR SER GAYS AYUDA A SENTIR MEJOR A PERSONAS DISCRIMINADAS A TRAVÉS DE LA COMPRESIÓN, APOYO CONSTANTE Y MOTIVACIÓN DE EMPRENDER.

REDUCE EMOCIONES NEGATIVAS PARA QUE NUESTRO USUARIO NO SE SIENTA SOLO, SE SIENTA COMPRENDIDO Y CON UN ESPACIO PERSONALIZADO QUE LO HARÁ SENTIR ÚNICO Y ESPECIAL.

ANTES DE NUESTRA SOLUCIÓN EL USUARIO SE INCOMPRENDIDO, DURANTE EL USO SIENTE DE NUESTRA SOLUCIÓN VA SE SIENTE ACOMPAÑADO Y DESPUÉS SE SIENTE MOTIVADO Y CON GANAS DE QUERER COMPARTIR SU EXPERIENCIA CON LOS DEMÁS

ESTUDIO DE MERCADO



Si bien es cierto existen ferias independientes, también es **importante recalcar** que en Lima no se halló algún tipo de feria con un público objetivo hacia los jóvenes gays discriminados.

Actualmente en Lima Metropolitana existen ferias, las cuales en base a lo investigado cobran precios muy elevados. Encontramos ferias independientes que tienden a cobrar entre los s/.1500 y s/.1700.

Al realizar una investigación se encontró tan sólo una feria orientada al emprendimiento de jóvenes LGBT realizada en Quito, Ecuador de manera temporal que mantuvo una **gran acogida** a través de los medios.

COLOR DE STAND	COSTO DE 1 SEMANA	COSTO DE 2 SEMANAS
STAND ROJO	s/900	s/1700 (s/850 semanal)
STAND VIOLETA	s/860	s/1620 (s/810 semanal)
STAND CELESTE	s/820	s/1540 (s/770 semanal)

*Cuadro informativo de costos de "La Feria Marciana"

Lo cuál convierte nuestra propuesta en una oportunidad de negocio innovadora aún sin competencia en el mercado peruano. Con un concepto que va más allá de una feria común.

¿CÓMO NACE ALIN?

"ALIN: Apoyo, Libertad e Integración"

Nace a partir de la búsqueda de formas y colores que representen una conexión especial con nuestro arquetipo.

Nos basamos en formas curvas y circulares para darle mayor dinamismo a nuestro logo

PALETA DE COLORES

-  Coraje y valentía. Ligado a la pasión y el amor.
-  Alegría, optimismo y energía.
-  Tranquilidad y calma.
-  Pureza y divinidad.
-  Sensibilidad, delicadeza y elegancia.



alin



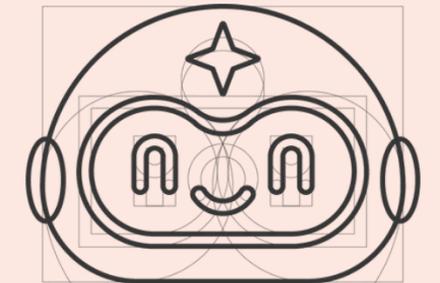
PROXIMAMENTE

#alineroferia

Logotipo en Positivo



alin



alin

Logotipo en Negativo



alin

¿Cómo funciona?



"La Casa Rosa de Alin" es una expoeria que atiende toda la semana y cuenta con un espacio ambientado con 20 stands que rotarán semanalmente exponiendo los emprendimientos de nuestros usuarios.



Calle Sánchez Carrión 110, Barranco.



10 a.m. a 6 p.m.

¿CÓMO PUEDO PARTICIPAR CON MI EMPRENDIMIENTO?

- Nuestro usuario podrá contactarse con ALIN mediante las redes sociales activas, mediante su cuenta marca o negocio.
- De acuerdo a la disponibilidad de stands el usuario podrá agendar 3 días a la semana para poder exponer su emprendimiento.
- El costo por los 3 días es de s/.500. Brindamos la facilidad de pago a un 50% inicial y 50% al finalizar.



958907561



Alin_expoeria



Alin

¿QUÉ BENEFICIOS OBTENGO SI SOY CLIENTE?



DISEÑO INTERIOR

El proyecto también va de la mano con nuestras carreras, en este caso el diseño interior de ALIN lleva un concepto divertido, con una distribución de stands funcionales, mobiliarios llamativos, una paleta de colores colorida y juvenil acompañada de luces neón color rosa que te transmite felicidad y ganas de divertirte.



BENEFICIOS

Contamos con una barra en la cuál podrás consumir diversos tipos de bebidas y te encontrarás con un ambiente lleno de música y diversión.

Si nos sigues en nuestras redes sociales podrás estar al tanto de nuestros diversos juegos y sorteos que organizaremos en fechas especiales.

Podrás ser parte de nuestra comunidad y sumarte a la lucha contra la discriminación.

Por ser un cliente consecutivo te brindaremos merchandising Alin (indumentaria de la marca, tomatodos, libretas, lapiceros y cupones de descuento)

REDES SOCIALES

INSTAGRAM: REALIZAMOS EL PROTOTIPADO DE ALIN MEDIANTE INSTAGRAM, LA CUAL TUVO UN INCREMENTO DE SEGUIDORES EN CADA POST QUE SE IBA REALIZANDO EN TODO ESTE TIEMPO, RECIBIMOS RESPUESTAS POSITIVAS Y UNA BUENA ACOGIDA.

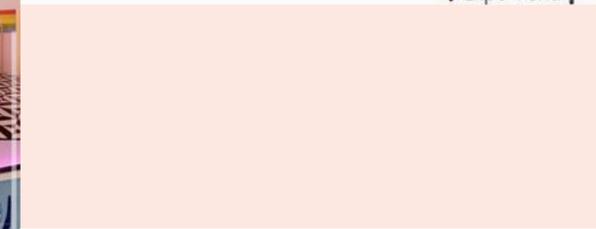
FACEBOOK: TAMBIÉN CREAMOS ALIN EN FACEBOOK PARA REALIZAR DIVERSAS PROMOCIONES Y ANUNCIOS.

INFLUENCERS Y SPONSORS: TENEMOS COMO ALIADOS A MARCAS QUE APOYAN LA COMUNIDAD Y TAMBIÉN INFLUENCERS QUE ACTUALMENTE ESTÁN MOTIVANDO A LOS JÓVENES A LUCHAR CONTRA LA DISCRIMINACIÓN Y LA EXCLUSIÓN SOCIAL.



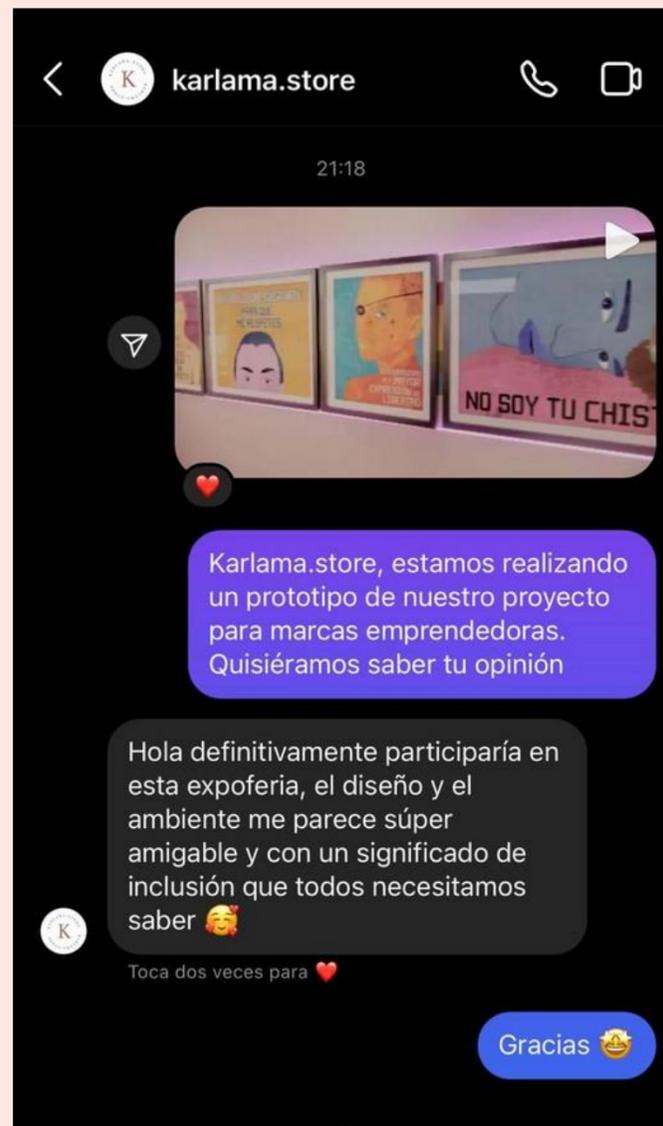
¿Les gustaría asistir a La Casa Rosa para apoyar a las marcas de jóvenes gays?

SÍ
100%

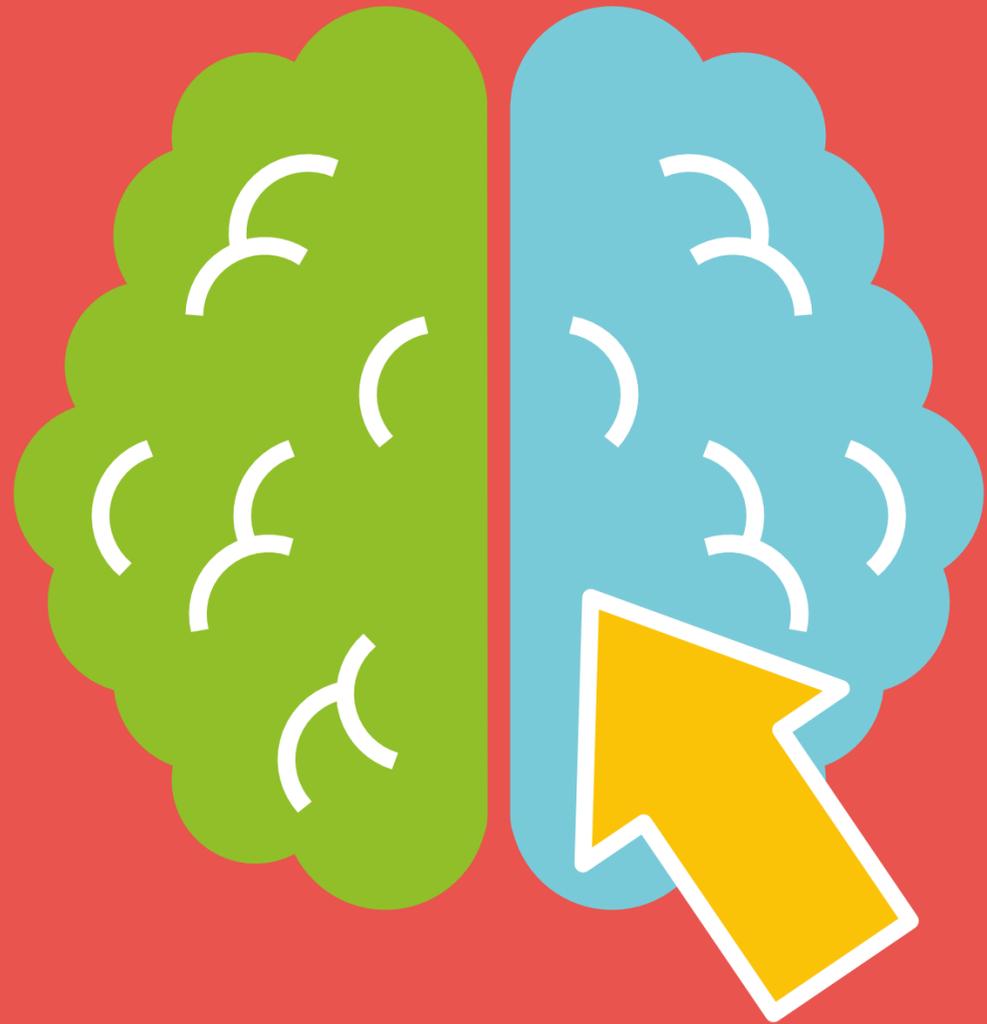


PROTOTIPO

Para poder generar resultados se realizó un prototipo en redes sociales donde se presentó un recorrido virtual con herramientas digitales 3D de “La Casa Rosa de ALIN” que fueron enviados a diferentes jóvenes gays que tienen sus marcas activas que respondieron entusiasmados e interesados en el proyecto. Además se publicaron una serie de flyers de intriga para identificar la reacción de los seguidores y usuarios, obteniendo resultados positivos en su totalidad.



CONCLUSIONES



A través de esta investigación se logró identificar con mayor claridad el reto, encontrar un único objetivo de apoyar a jóvenes gays discriminados y brindar un espacio diseñado especialmente para ellos con el fin de generar mayores ingresos con sus emprendimientos. Este proceso transcurrió a través de diversas soluciones hasta poder concluir con la adecuada.

Se concluye que la solución propuesta es un modelo de negocio con objetivos de desarrollo sostenible único en su tipo dentro del mercado a nivel nacional que genera no solo una educación social sino también presenta una buena opción de inversión que incentiva el emprendimiento en jóvenes gays y se recomienda un amplio seguimiento en sus redes sociales, así como la implementación de publicidad dentro de ellas. Estos resultados se deben a una investigación del arquetipo a través de encuestas y entrevistas a profundidad.

● 14% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 14% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 8% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	repositorio.tls.edu.pe Internet	7%
2	repositorioacademico.usmp.edu.pe Internet	3%
3	efesalud.com Internet	1%
4	elcomercio.pe Internet	<1%
5	repositorio.uniandes.edu.co Internet	<1%
6	coursehero.com Internet	<1%
7	esic.edu Internet	<1%
8	prezi.com Internet	<1%