

**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA TOULOUSE**

**LAUTREC**



**INSERCIÓN AL PLANO LABORAL MEDIANTE EL SERVICIO “TALENTGO” PARA  
JÓVENES DE CARRERAS CREATIVAS, LIMA METROPOLITANA 2024**

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en Comunicación Audiovisual y  
Multimedia

**AUTORES:**

**XIMENA FERNANDA COLLADO COLLADO**

<https://orcid.org/0009-0001-0431-0749>

**TATIANA MILENKA FEIJÓO SENCEBÉ**

<https://orcid.org/0000-0002-9895-3242>

**ASESOR:**

**MGTR. ABEL PONTE SANTOS**

<https://orcid.org/0000-0001-8313-3180>

Lima-Perú

**2024**

PAPER NAME

**SUBIRALTURNITIN.pdf**

AUTHOR

-

WORD COUNT

**6900 Words**

CHARACTER COUNT

**43514 Characters**

PAGE COUNT

**36 Pages**

FILE SIZE

**1.2MB**

SUBMISSION DATE

**May 15, 2024 6:20 PM GMT-5**

REPORT DATE

**May 15, 2024 6:21 PM GMT-5**

### ● 12% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 10% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 8% Submitted Works database

### ● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

## RESUMEN

Esta investigación se origina debido a las dificultades que enfrentan los egresados de carreras creativas en Lima Metropolitana, Perú, al buscar sus primeras experiencias laborales. Existe un conflicto notable entre las expectativas de los postulantes y las demandas del mercado laboral. Este conflicto genera una alta tasa de desempleo y una insatisfacción considerable entre los jóvenes, debido a la falta de oportunidades laborales debidamente remuneradas. Por lo tanto, esta investigación tiene como meta desarrollar una estrategia de servicio para la inserción laboral de jóvenes egresados de carreras creativas, en apoyo del octavo objetivo de desarrollo sostenible. El estudio se lleva a cabo mediante un enfoque mixto y experimental. Se ha desarrollado un servicio de búsqueda de empleo que considera el perfil del postulante y la compatibilidad con las ofertas vigentes, con el fin de brindar oportunidades laborales que se ajusten a sus intereses y necesidades profesionales. Además, el servicio facilita el proceso de selección para los empleadores, ya que pueden realizar una comparación porcentual entre el perfil del postulante y el perfil deseado. A través de nuestras *herramientas de investigación* validamos la hipótesis de que este servicio puede mejorar la inserción laboral, la comunicación entre el usuario y el empleador. Como hallazgo principal encontramos que nuestra estrategia de servicio que llamamos “*TalentGo*” contribuye con el crecimiento económico del país.

Palabras clave: Carreras creativas, Desempleo, Estrategia de servicio, Integración laboral.

## ABSTRACT

This research stems from the challenges faced by graduates of creative careers in Metropolitan Lima, Perú, as they seek their first job opportunities. There is a notable gap between the expectations of applicants and the demands of the job market. This gap contributes to a high unemployment rate and dissatisfaction among young people due to the scarcity of adequately remunerated employment opportunities. Therefore, the goal of this research is to develop a service strategy for the integration of young graduates from creative careers, in alignment with the eighth Sustainable Development Goal. The study will employ a mixed and experiential approach. We have developed a job search service named “*TalentGo*” that considers the profile of the applicant and their compatibility with current job offerings, aiming to provide employment opportunities that match their professional interests and needs. Furthermore, this service eases the selection process for employers by enabling them to compare the candidate’s profile with the desired profile in percentage terms. Through our research tools, we have validated the hypothesis that this service can enhance job integration and facilitate communication between the user and the employer. A key finding is that our service strategy significantly contributes to the country’s economic growth.

Keywords: Creative careers, Unemployment, Service Strategy, Job integration.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>I. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA .....</b>	<b>2</b>
<b>II. JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>4</b>
2.1. Justificación Social.....	4
2.2. Justificación Práctica.....	5
2.3. Utilidad Metodológica.....	5
<b>III. RETO DE INNOVACIÓN.....</b>	<b>5</b>
3.1. Pregunta General.....	5
3.1.1. Preguntas Específicas: .....	6
3.2. Objetivo General .....	6
3.2.1. Objetivos Específicos: .....	6
<b>IV. SUSTENTO TEÓRICO .....</b>	<b>7</b>
4.1. Estudios Previos .....	7
4.1.1. Antecedentes .....	7
4.2. Marco Teórico .....	10
4.2.1. TIC .....	10
4.2.2. Inserción Laboral .....	11
4.2.3. Portales Web de trabajo.....	11
4.2.4. Proceso de selección .....	11
4.2.5. Carreras Creativas.....	12
4.2.6. Plataforma Web.....	12
4.2.7. Aplicativo móvil .....	12
4.2.8. Experiencia de Usuario .....	13
<b>V. BENEFICIARIOS.....</b>	<b>13</b>
5.1. Directos .....	14
5.2. Indirectos.....	14
<b>VI. PROPUESTA DE VALOR .....</b>	<b>15</b>
6.1. Propuesta de Valor.....	15
6.2. Segmento de clientes.....	16
6.3. Canales .....	16
6.4. Relación con los clientes .....	16
6.5. Actividades clave .....	16
6.6. Recursos clave.....	17
6.6.1. Recursos Humanos.....	17
6.6.2. Recursos Tecnológicos.....	17
6.6.3. Recursos de Capital.....	17

6.6.4.	Asesoría Legal .....	18
6.7.	Aliados clave.....	18
6.7.1.	Profesionales de Recursos Humanos .....	18
6.7.2.	Empresas que brindan cursos y talleres .....	18
6.7.3.	Emprendedores y Startups .....	18
6.8.	Fuentes de Ingresos .....	18
6.9.	Presupuesto.....	21
<b>VII.</b>	<b>RESULTADOS .....</b>	<b>23</b>
<b>VIII.</b>	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>24</b>
<b>IX.</b>	<b>BIBLIOGRAFÍAS .....</b>	<b>25</b>
<b>X.</b>	<b>ANEXOS.....</b>	<b>29</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Ingreso Trimestral .....	20
<b>Tabla 2</b> Lienzo de Presupuesto.....	22

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Figura 1</b> Lienzo de Propuesta de Valor .....	29
<b>Figura 2</b> Modelo de negocio .....	29
<b>Figura 3</b> Validación de Taller Generativo .....	30
<b>Figura 4</b> Validación de Entrevista a Reclutador.....	30
<b>Figura 5</b> Validación de Entrevista a Economista .....	31
<b>Figura 6</b> Prototipo de Aplicación .....	31
<b>Figura 7</b> Prototipo Web.....	32

## I. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA

Para el marco del proyecto usamos como base principal el Objetivo Desarrollo Sostenible formado por las Naciones Unidas. Como objetivo global nos enfocamos en el meta N.º 8

*“El trabajo decente y crecimiento económico”*, que nos inculca acrecentar la estrategia del trabajo juvenil en el inciso 8b. (Naciones Unidas, 2023); Identificamos que muchos jóvenes de 20 a 25 años no conocen la amplia variedad de plataformas de búsqueda de empleo y mayormente las empresas no brindan oportunidades a egresados, o plazas menores contribuyendo a un mercado laboral competitivo y saturado. Se preparan de 3 a 6 años dependiendo de la Universidad, Escuela o Instituto para egresar de una carrera creativa. Vinculamos las características menos favorables de los profesionales, como falta de marca personal y/o habilidades blandas que ahora son requerimiento fundamental para un empleo en equipo.

El contexto tecnológico y la influencia del proceso de digitalización son elementos cruciales que influyen en la delineación de las habilidades y aptitudes requeridas para participar en los procesos de selección. Estas tendencias también están renovando y promoviendo nuevas competencias profesionales para el empleo y las ocupaciones del mañana. (Pedraza, 2023)

Asimismo, los avances en formatos tecnológicos han transformado la concepción tradicional del currículum vitae. Anteriormente, era suficiente contar con una versión impresa en papel, pero ahora se están adoptando formatos cada vez más innovadores y digitalizados. Por ejemplo, en el sector del marketing, podemos encontrar distintos formatos. Entre estos, se encuentran el currículum gráfico, el currículum infográfico, el currículum interactivo y el videocurrículum. Los progresos tecnológicos también han alterado el proceso de selección de

personal, empleando portales web de trabajo para buscar, atraer y contactar candidatos potenciales, una práctica conocida como Reclutamiento 2.0, e-recruiting o social recruiting. (Miñambres, 2019).

Además, gracias a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, los jóvenes tienen la oportunidad de integrarse en la globalización educativa. Las instituciones universitarias han adoptado la educación virtual como un componente esencial para crear nuevos entornos de aprendizaje que promuevan el uso de diversas plataformas y faciliten a los estudiantes alcanzar sus metas educativas. En la actualidad, acceder a cursos para mejorar la empleabilidad es mucho más sencillo y accesible. (Crisol, Herrera y Montes, 2020)

En el factor Económico, Los jóvenes constantemente se encuentran compitiendo en un mercado laboral creativo cada vez más saturado y competitivo, con una oferta limitada de empleos remunerados, En una encuesta publicada por “*Soluciones en Recursos humanos*” se encontró algunos de los factores principales por el cual a los jóvenes se les dificulta encontrar empleo, es la falta de experiencia (33%), el bajo sueldo (19%) y la falta de idioma extranjero (13%), Además encontraron que el 53% de los jóvenes encuestados consideran que se les debe pagar entre uno a dos sueldos mínimos (ManpowerGroup y Ja Americas, 2022). Por otra parte, en lo sociocultural, muchos jóvenes viven con una presión que la sociedad les impone y es que, a la hora de conseguir empleo, se debe percibir como reputado y exitoso, al no poder adquirir estas “expectativas laborales” que la sociedad en general propone, se sienten fracasados, (“Conocer cómo es ese verdadero yo sin la presión social es conocer tu verdadera naturaleza”). (Beck, 2003).

Después de la pandemia, se identificó que la inserción laboral de los jóvenes había disminuido, por lo que, se aprobó una ley que impulsa a empresas privadas a que contraten de manera formal a jóvenes de 18 a 29 años a cambio de una retribución económica (MEF, 2022). El Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo, llevó a cabo diferentes medidas para brindar ayuda a los jóvenes, una de esas fue elaborar ferias en colaboración con las municipalidades de diferentes distritos, sin embargo, no hay un enfoque tan grande a los puestos creativos a los cuales un joven egresado de carreras creativas pueda aspirar. A pesar de esta iniciativa, los jóvenes aún presentan dificultades para insertarse en el mercado laboral; es decir, la forma de apoyo que se proporciona no está siendo divulgada de manera correcta, ya que, si bien encontramos programas de ayuda brindada por el estado, la mayoría de las personas no tiene el conocimiento de estos programas, por lo que realmente no están recibiendo esa ayuda.

## **II. JUSTIFICACIÓN**

### **2.1. Justificación Social**

Promover la inserción de los jóvenes recién egresados en el mercado laboral contribuye al desarrollo económico de la sociedad al introducir nuevas habilidades, ideas innovadoras y conocimientos actualizados. Esto puede impulsar la competitividad de las empresas. Además, al facilitar su entrada al mercado laboral, se puede reducir la tasa de desempleo juvenil, promoviendo así la estabilidad social y la estimulación del crecimiento económico a largo plazo. (Urbiola, Rodon y Torres, 2023)

## **2.2. Justificación Práctica**

La presente justificación tiene como propósito tratar las dificultades que experimentan los jóvenes para ingresar por primera vez al mundo laboral después de egresar de carreras creativas, el cual se ha identificado como una inquietud importante dentro del "desempleo juvenil", puesto que la tasa de desempleo del Perú asciende al 5,1 %, lo que implica una adición de 0,8 % con relación al mismo periodo de tiempo (tercer trimestre del año pasado), cuando estuvo en 4,3 % (EPEN, 2023)

## **2.3. Utilidad Metodológica**

La guía Toulouse Thinking refuerza las etapas de Investigar, Idear, Desarrollar, Transferir. Estos pasos nos ayudan a desenvolver el tema semanalmente. Aumentando herramientas en cada etapa, estas fueron encuestas, entrevistas y observaciones. En la fase de Idear, realizamos el componente lienzo de valor para conocer al segmento del cliente y la propuesta de valor. Para reforzar realizamos un taller generativo que nos ayudó a planear el modelo y funcionamiento de la propuesta. En nuestra etapa de “Desarrollo” utilizamos el modelo de negocio para segmentar nuestro servicio aterrizando presupuestos, ingresos, sostenibilidad, prototipos y la validación del cliente, elaborando talleres generativos. En nuestra última etapa mostramos al servicio evaluado con los datos acumulamos de nuestras herramientas. (Toulouse Lautrec, 2024)

# **III. RETO DE INNOVACIÓN**

## **3.1. Pregunta General**

¿De qué manera a través de la creación del servicio mejoraremos la empleabilidad de los jóvenes egresados de carreras creativas en Lima Metropolitana, durante el 2024?

### **3.1.1. Preguntas Específicas:**

- Pregunta específica 1:

¿Cuáles son los requerimientos del mercado laboral actual para los jóvenes egresados de carreras creativas?

- Pregunta específica 2:

¿Qué recursos y herramientas se utilizarán en la creación de la plataforma de búsqueda de empleo?

- Pregunta específica 3:

¿De qué manera podemos hacer una plataforma que cree un mejor proceso de selección para los jóvenes egresados de carreras creativas y empleadores?

### **3.2. Objetivo General**

Desarrollar un servicio para mejorar la empleabilidad de los jóvenes egresados de carreras creativas del Perú, en el año 2024

#### **3.2.1. Objetivos Específicos:**

- Objetivo específico 1: Analizar los requerimientos del mercado laboral actual, para los jóvenes egresados de carreras creativas.
- Objetivo específico 2: Definir los recursos y herramientas para la creación de la plataforma de búsqueda de empleo.

- Objetivo específico 3: Determinar el impacto que traería la realización de una plataforma que cree un mejor proceso de selección para los jóvenes egresados de carreras creativas y empleadores.

## **IV. SUSTENTO TEÓRICO**

### **4.1. Estudios Previos**

#### **4.1.1. Antecedentes**

Como primer antecedente de exposición en la tesis (Loo y Guillen, 2021) en su proyecto Análisis de la dificultad de inserción laboral en los egresados de carreras creativas en Perú. El objetivo del estudio es analizar ciertos impedimentos que surgen y ocasionan para los egresados de carreras creativas. De la misma forma, dar a conocer si una herramienta externa puede ayudar a los profesionales egresados a obtener un trabajo de una forma más eficaz. Se infiere que el uso de alguna herramienta podría ser beneficiosa para ayudar a construir un mejor perfil profesional y mejores habilidades. Una guía personalizada aumentaría el éxito de los ingresados a conseguir un trabajo de acuerdo con sus intereses. El resultado más significativo de este trabajo fue la importancia de realizar prácticas en los primeros ciclos de estudio. Detallando ser práctico para la construcción de experiencias técnicas y ser un gran punto a favor al egresar. Esta tesis es de ayuda para el presente trabajo de investigación porque permite la comparación de nuestra investigación, aportando conformidad y seguridad de nuestra solución. Debido a que muestran a base de una investigación a lo que le llaman “entrevista profunda” la utilidad de una herramienta que guíe a los nuevos profesionales.

“El camino y la recompensa: trayectorias profesionales de los egresados de Comunicación de la Udelar” desarrollado por (Blanco, Franco, Martínez Puga, Martínez

Rodríguez y Polla, 2021) tienen como objetivo investigar sobre la trayectoria de los egresados de Comunicación y así conocer cómo fueron sus procesos de inserción laboral y fortalecimiento profesional. Dentro de lo planteado, mencionan que los egresados de la carrera de comunicaciones tienen diferentes perfiles que corresponde a su camino al fortalecimiento profesional, además mencionan que, de estos profesionales analizados, la mayoría tuvo prácticas o primeros trabajos antes de egresar, lo que les permitió construir un perfil atractivo luego, mencionan que el hacer contactos también es clave para la inserción laboral. Como parte de los resultados, resaltamos que los egresados de comunicaciones suelen tener diferentes dificultades, dependiendo la especialidad que sigan. Además, siempre están en la búsqueda constante por encontrar nuevas formas de adaptarse al mercado laboral, ya que lo consideran versátil, vertiginoso e innovador. En el camino a alcanzar la consolidación profesional, consideran importante el salir al mercado con contactos y previa experiencia, ya sea, micro experiencias, talleres, etc. Esta tesis nos ayuda a comprender y comprobar los tipos de perfiles que puede tener un egresado de comunicaciones, además de saber cómo llegaron ahí, nos da una idea de que hacer para cumplir con nuestros objetivos.

En el ámbito de la búsqueda laboral (Morales, 2021) desarrolló un aplicativo innovador con el objetivo de facilitar la búsqueda de personal adecuado para las empresas y la identificación de oportunidades laborales para los usuarios, especialmente aquellos sin experiencia previa. La creación de una plataforma de software soluciona este problema al elaborar un prototipo de aplicación móvil para estudiantes y una plataforma web que servirá tanto a postulantes como a empresas. Ambos se encuentran interconectados, en tiempo real, a una base de datos, sugiriendo su potencial para su adopción en otros contextos o proyectos más amplios. Esta tesis nos brinda la oportunidad de identificar las herramientas y los procesos

empleados en la creación de un aplicativo y plataforma web. La investigación detalla el proceso de desarrollo, que abarca desde la exploración de referencias de plataformas similares hasta la planificación de la estructura interna del aplicativo, pasando por el prototipado, y culminando en los resultados obtenidos.

Al investigar sobre implementación de plataformas web (Ayala y Villarreal, 2022) realizaron la implementación de uno que mejora el proceso de reclutamiento y selección de personal utilizando la metodología Design Thinking. El propósito de su investigación es optimizar el reclutamiento y la selección de personal mediante el uso de tecnologías de la información y la comunicación (TIC), con el fin de automatizar los procedimientos y desarrollar una aplicación que contribuya a mejorar la productividad, competitividad y eficiencia de las organizaciones. La implementación de un sistema web ha mejorado significativamente el proceso de reclutamiento y selección, volviéndolo más ágil, efectivo y flexible. Se observa una reducción notable en el tiempo necesario para llevar a cabo este proceso, pasando de 830 minutos a 118 minutos. Además, se ha incrementado el número de postulantes, pasando de 9 a 20 después de la implementación, lo que sugiere una mayor facilidad en el proceso de postulación. También se ha logrado una disminución del 16.80% en los costos asociados con la selección de personal. Este estudio proporciona una investigación detallada sobre el impacto positivo que la adopción de un sistema web ha tenido en el proceso de selección, utilizando como caso de estudio a la empresa ZONNGO PERÚ S.A.C. Ofrece datos, ejemplos e ideas sobre cómo las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) pueden optimizar los procesos de contratación.

Como quinto antecedente se tiene a (Peralta y León, 2022) quienes desarrollaron la tesis Plataforma web para generar contratación y valoración de jóvenes diseñadores de 20 a 25 años

en Lima - Perú, tuvo como objetivo fomentar el empleo a diseñadores brindando un servicio que contará con Tecnología Machine Learning, la cual tendrá como objetivo principal recopilar datos y analizar, mediante cuestionarios, el perfil de diseñador cualificado. Llegando a la conclusión que el desarrollo de una plataforma web con recopilación de datos y perfiles, proporcionará mejores oportunidades de trabajo para cada diseñador y en el caso del emprendedor, mejorará el proceso de selección del diseñador al brindar solo perfiles cualificados. Se escogió este estudio, ya que, gracias a la similitud con el proyecto, es útil para comparar datos encontrados, además proporciona información sobre una tecnología nueva como es la Machine Learning (análisis y recopilación de datos).

## **4.2. Marco Teórico**

### **4.2.1. TIC**

En el contexto actual de rápida evolución tecnológica, es fundamental comprender qué son las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). (Corrales, Palma, Mendoza y Quevedo, 2020) las define como recursos tecnológicos disponibles en diversos contextos sociales que permiten acceso ilimitado a información cuando antes había que visitar bibliotecas o consultar libros y revistas. Gracias a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC de aquí en adelante), la información está ampliamente disponible, siendo el principal desafío la selección y la adquisición de habilidades para su uso adecuado. Además, estas tecnologías se han convertido en valiosas herramientas para la enseñanza, dando lugar a la "Sociedad del Conocimiento" o "de la Información".

#### **4.2.2. Inserción Laboral**

Al hablar de este componente, es relevante destacar la definición de (Rabanal, Huamán, Murga y Chauca, 2020) quienes mencionan conceptos clave como la "empleabilidad", que se refiere a la capacidad de una persona para acceder a un trabajo que se alinee con sus expectativas, formación y experiencia profesional, y la "ocupabilidad", que se relaciona con la disponibilidad de oportunidades laborales. La empleabilidad se centra en las habilidades y el aprendizaje de la persona, mientras que la ocupabilidad considera el contexto y las oportunidades en el mercado laboral.

#### **4.2.3. Portales Web de trabajo**

Son pilares fundamentales en la búsqueda y oferta de empleo en la era digital. Según (Sepúlveda, Gallego, Cárdenas, Sarango y Roperó, 2020) se les define como herramientas digitales de anuncio de empleo que además capturan la demanda relativa de diferentes habilidades y conocimientos, siendo esenciales para la creación de indicadores del mercado laboral en tiempo real. La información que brindan permite a los profesionales tomar decisiones más informadas sobre su desarrollo profesional, y ayuda a los empleadores a ajustar sus políticas de recursos humanos.

#### **4.2.4. Proceso de selección**

Definimos que es un conjunto de actividades y procedimientos que una organización lleva a cabo para identificar, evaluar y elegir a los candidatos más adecuados para ocupar un puesto de trabajo. Para (Cañón, 2020), la selección de personal es un proceso esencial en la gestión del talento humano. Para lograr una selección óptima, se requiere realizar un análisis del puesto, identificar sus necesidades y llevar a cabo un reclutamiento adecuado.

#### **4.2.5. Carreras Creativas**

Estas tienen un impacto significativo en la actualidad al impulsar la innovación, la expresión cultural y el desarrollo económico a través de la creación de contenido original, el diseño de productos y servicios innovadores, y la generación de experiencias únicas que enriquecen nuestra sociedad y nuestra vida diaria. (Khlystova, Kalyuzhnova y Belitski, 2021) las describen como aquellas que se originan en la creatividad individual y tienen el potencial de generar riqueza y empleo a través de la propiedad intelectual. Dado que las industrias creativas abarcan una amplia gama de actividades, se aplicó una perspectiva industrial para clasificarlas, siguiendo la estructura propuesta por el DCMS, que incluye áreas como publicidad, arquitectura, diseño, cine, música y publicación. En el contexto de esta investigación, se restringirá el análisis a las disciplinas de comunicación (publicidad, marketing, audiovisuales) y diseño (gráfico, de interiores, animación) al hacer referencia al término "carreras creativas".

#### **4.2.6. Plataforma Web**

Es un sistema en línea que proporciona servicios, herramientas o información a través de internet. Estas plataformas pueden incluir redes sociales, sitios de comercio electrónico, servicios de streaming de video, entre otros. (Morales, 2021) define una plataforma web como un programa aplicativo que se encuentra alojado en un servidor remoto y se distribuye a través de internet mediante una interfaz de navegador.

#### **4.2.7. Aplicativo móvil**

Son fundamentales en la actualidad debido a su capacidad para simplificar tareas, mejorar la productividad, ofrecer entretenimiento y conectar a las personas de manera rápida y conveniente a través de dispositivos móviles. Se trata, según (Valencia, 2022) de un programa

informático creado para dispositivos móviles tales como teléfonos inteligentes y tabletas. Ofrecen una amplia gama de funcionalidades, desde tareas básicas hasta actividades complejas como visualizar videos en tiempo real, además del uso de redes sociales que permiten tomar fotografías, grabar vídeos y enviar mensajes. La principal diferencia entre las aplicaciones radica en el sistema operativo, con los dos más comunes siendo iOS y Android.

#### **4.2.8. Experiencia de Usuario**

Se refiere a la percepción global que tiene un usuario al interactuar con un producto o servicio. Conocida en el mundo de la tecnología como UX Design, (Vargas, Inga y Maldonado, 2021) la define como la creación de experiencias de usuario satisfactorias a través de un proceso no lineal que involucra la planificación e investigación, el diseño y prototipado, la evaluación, la implementación, y la monitorización. Se centra en comprender a la audiencia objetivo y utilizar principios de diseño respaldados por evidencia empírica y científica. A diferencia del Diseño Participativo, el equipo de diseño toma las decisiones, transformando su conocimiento del usuario en la experiencia de uso del producto.

### **V. BENEFICIARIOS**

Consideramos como arquetipo de nuestro cliente a aquellos jóvenes que quieren fortalecer su perfil profesional y encontrar un trabajo que encaje con su plan de desarrollo y comparta valores con la empresa, a propósito de que se desenvuelva en un buen ambiente laboral. En este caso, consideramos a Lucia Alvarez, ella tiene 29 años y es egresada de la carrera de Diseño Gráfico, está en búsqueda de nuevas oportunidades laborales que le permitan crecer como profesional, a la par, se encuentra trabajando como “*freelancer*” y esto le ayuda a mejorar su currículum y portafolio. Ella considera que el mercado laboral es deshonesto y se

encuentra saturado, algo que no ayuda en su desarrollo profesional ni con sus valores, además, quiere poder conectar con más clientes o empresas que le permitan desarrollar su talento y así pueda generar más ingresos, para poder vivir de su pasión.

### **5.1. Directos**

1. Jóvenes egresados de carreras creativas de 20 a 30 años, son nuestros primeros beneficiados, ya que ellos serán quienes obtendrán más herramientas que les permitan mejorar su perfil profesional y encontrarán dentro de nuestra aplicación, diferentes puestos de trabajo que serán completamente transparentes con el sueldo, funciones y cultura de la empresa.
2. Empresas de diferentes rubros que busquen profesionales de carreras creativas, serán nuestros segundos beneficiados, ya que encontrarán talentos que encajen y se acerquen mucho más con lo que busquen, y así, disminuir la cantidad de talentos que declinan del puesto a la semana o al mes, ahorrando tiempo e inversión en la búsqueda de nuevos talentos que cubran esas plazas.
3. Recursos humanos y reclutadores, como terceros en beneficiarse de nuestro proyecto; ya que, con nuestra aplicación podrán tener acceso a herramientas que ayudarán a hacer su trabajo, de cierta manera, más sencilla y eficaz al hacer que les muestre en el top de una lista a los mejores candidatos para el puesto.

### **5.2. Indirectos**

1. Sindicatos o asociaciones de trabajadores son entidades creadas para fomentar y proteger los derechos de sus miembros con respecto a sus condiciones laborales. Estas organizaciones están conformadas por trabajadores y su propósito es

beneficiar a sus miembros, esforzándose por mejorar las condiciones de trabajo, salarios justos y otros derechos laborales.

2. Universidades e institutos se benefician indirectamente al ver aumentada la empleabilidad de sus graduados, mejorando así su prestigio.
3. Plataformas como “*Crehana*”, que ofrecen clases virtuales para creativos, se benefician indirectamente por el aumento de la demanda de capacitación, a medida que los jóvenes buscan empleos, Aumenta la motivación a que sigan enriqueciendo y fortaleciendo sus conocimientos y habilidades, lo que mejora sus oportunidades de trabajo.

## **VI. PROPUESTA DE VALOR**

Descripción detallada del Canvas Modelo de negocios compuesta por los siguientes elementos:

### **6.1. Propuesta de Valor**

Nuestra propuesta brinda al usuario la validez por sus conocimientos, aun así, este no ingrese al postular a un trabajo, por ello, se diseñó un servicio para asistir a jóvenes egresados de carreras creativas, brindando oportunidades que se ajusten con sus habilidades, intereses y objetivos. Considerando que al ser rechazados cuenten con cursos, talleres con certificación para reforzar y aumentar sus conocimientos. También encontramos que la falta de comunicación del empleador hace que los jóvenes desistan al postular, con esta herramienta las ofertas laborales serán transparentes en cuanto a remuneración, locación, horarios y habilidades requeridas. Por el cual, se llevará a cabo un registro de valor en porcentajes de 90% a 100% una herramienta que

mejoraría la selección por las áreas de reclutamiento de los empleadores, facilitándoles información del profesional, con el listado de los postulantes filtrados y evaluados.

## **6.2. Segmento de clientes**

Empresas de diferentes rubros que busquen profesionales de carreras creativas. Empleadores de trabajos fijos o por proyectos. Usuarios interesados de carreras creativas en búsqueda de empleo, potenciando su perfil, y con ambición de tener buenos calificativos y porcentajes en el perfil.

## **6.3. Canales**

Es esencial utilizar una combinación de canales de marketing y estrategias efectivas para llegar a la audiencia objetiva, estas podrían ser en la participación en ferias universitarias o de empleabilidad, publicidad de contenidos en multimedia, comunicados en periódicos importantes, colaboración con universidades o *“influencers”*, email o canales de texto y ofertas especiales para empleadores.

## **6.4. Relación con los clientes**

Procuramos ser un servicio de búsqueda de empleo donde tanto los jóvenes creativos como las empresas se sientan valorados y escuchados, además de ofrecer ayuda personalizada con un asistente virtual, retroalimentación y soporte técnico. Nuestro objetivo es satisfacer las expectativas tanto de los jóvenes como de las empresas, creando una experiencia positiva y beneficiosa para ambos.

## **6.5. Actividades clave**

Podemos encontrar:

1. Creación y desarrollo de un servicio de búsqueda de empleo accesible y amigable.
2. Cálculo de compatibilidad entre candidato/empresa.
3. Promover la creación de proyectos colaborativos.
4. Constante mejora de la experiencia del usuario.
5. Publicidad y marketing, para atraer a nuevos usuarios y dar a conocer el servicio.

## **6.6. Recursos clave**

### **6.6.1. Recursos Humanos**

Especialistas en tecnología y lenguaje como Desarrolladores de Software de Full-stack, Diseñador UX/UI y Especialistas en Seguridad Informática.

### **6.6.2. Recursos Tecnológicos**

Herramientas de Desarrollo de Software; entornos de desarrollo integrado (IDE), sistemas de control (Git), y plataformas de control (GitLab). Servidores y Hosting como AWS para hospedar la aplicación y manejar la infraestructura de backend (Procesamiento de Datos). Librerías de Inteligencia Artificial; para el desarrollo de modelos de Machine Learning. Programación de Interfaz (Apls) para integrar funcionalidades externas, como verificación de identidad, envío de correos y más.

### **6.6.3. Recursos de Capital**

Como punto necesario se consideran los siguientes costos operativos: inversiones en el marketing, promoción de la aplicación, relaciones públicas, atracción de los candidatos y empleadores.

#### **6.6.4. Asesoría Legal**

Para un buen servicio, se necesita la seguridad a los usuarios sobre la protección de sus datos, como también asegurar los contratos a terceros y asesoramiento en cumplimiento normativo de los trabajadores.

### **6.7. Aliados clave**

#### **6.7.1. Profesionales de Recursos Humanos**

Serán de ayuda para poder hacer que nuestra aplicación se encuentre actualizada con las tendencias del mercado y nos asesoren en cuanto a brindarles a los usuarios a encontrar empleos que se ajusten a sus valores.

#### **6.7.2. Empresas que brindan cursos y talleres**

Formaremos alianzas con empresas como “*Crehana*”, “*Netzun*”, entre otras para poder enlazar sus cursos a nuestra aplicación y así los usuarios puedan estar en constante capacitación y hacer sus perfiles más atractivos al mercado laboral.

#### **6.7.3. Emprendedores y Startups**

Al comenzar, necesitaremos ofertas laborales que nos ayuden a ser más competitivos, es por eso consideramos a los emprendedores y startups para que nos brinden sus ofertas laborales a cambio de nuestros talentos, siempre teniendo en cuenta que deben ser ofertas justas y transparentes.

### **6.8. Fuentes de Ingresos**

Las fuentes de ingresos se caracterizan por tres modelos de sostenibilidad diferentes, los cuales corresponden a distintos actores. En primer lugar, las empresas que generan empleo; en segundo lugar, nuestros usuarios principales, los postulantes; y, por último, uno de nuestros aliados, los centros educativos superiores.

1. Suscripción: Se proporcionará una base de datos de postulantes previamente filtrada, clasificando a los candidatos según su idoneidad para el puesto. El pago será recurrente (mensual) y, además, los usuarios tendrán acceso a testimonios de otras empresas que proporcionan una visión más completa del perfil del candidato. También se ofrecerá acceso a su portafolio, proyectos colaborativos más recientes y currículum vitae con un solo clic.
2. Freemium: Los postulantes tendrán la opción de utilizar el servicio en dos modalidades: gratuita y premium. En su versión gratuita, podrán emplear la aplicación para su función principal, la búsqueda de empleo. Además, tendrán acceso a proyectos colaborativos, recibirán un porcentaje de compatibilidad al postular y tendrán la oportunidad de recibir recomendaciones de cursos para mejorar su perfil según el puesto deseado. En la modalidad premium tendrán acceso a una base de datos exclusiva para eventos y “*networking*”, además de algunos cursos gratuitos en colaboración con nuestros aliados.
3. Peer to Peer: Cuando los usuarios realicen una postulación y reciban el porcentaje de compatibilidad, la aplicación mostrará cursos que ayudarán a que su perfil profesional se alinee mejor con el puesto deseado. Estas sugerencias provendrán de una lista de cursos ofrecidos por los aliados, y se recibirá una comisión por cada suscripción realizada.

**Tabla 1***Ingreso Trimestral*

	Costo Unitario	Estimado de unidades vendidas	Ingreso estimado mensual	Ingreso estimado trimestral
Suscripción mensual básica (Empresas)	S/50	100	S/5,000	S/15,000
Fremium (Postulantes)	S/15	450	S/6,750	S/20,250
Alianza con centro educativo	S/1	100	S/100	S/300
			S/11,850	S/ 35,550

## **6.9. Presupuesto**

**Tabla 2***Lienzo de Presupuesto*

	Costo	Cantidad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Total, por 6 meses
<b>RECURSOS DE PRODUCCIÓN</b>									
Una computadora	S/5,000	01	S/5,000	0	0	0	0	0	S/5,000
Un teléfono Celular	S/749	01	S/749	0	0	0	0	0	S/749
<b>RECURSOS ADMINISTRATIVOS</b>									
Un bot para web	S/350	01	S/350	S/350	S/350	S/350	S/350	S/350	S/2,100
Un hosting	S/89	01	S/89	0	0	0	0	0	S/89
<b>RECURSOS LOGÍSTICOS</b>									
Desarrollo de aplicativo	S/8,000	01	S/8,000	0	0	0	0	0	S/8,000
Mantenimiento	S/1,600	01	S/1,600	S/1,600	S/1,600	S/1,600	S/1,600	S/1,600	S/9,600
Publicación de aplicación	S/453	01	S/453	0	0	0	0	0	S/453
Marketing/Publicidad	S/1,850	01	S/1,850	S/1,850	S/1,850	S/1,850	S/1,850	S/1,850	S/11,100
<b>RECURSOS HUMANOS</b>									
Asesoría legal	S/200	01	S/200	0	0	0	0	0	S/200
Contador	S/250	01	S/250	0	0	0	0	0	S/250
Trabajadores Especialista en RR. HH. (part time)	S/1,100	04	S/4,400	S/4,400	S/4,400	S/4,400	S/4,400	S/4,400	S/26,400
	S/1,000	01	S/1,000	S/1,000	S/1,000	S/1,000	S/1,000	S/1,000	S/6000
<b>TOTAL</b>			S/23,940	S/9,200	S/9,200	S/9,200	S/9,200	S/9,200	

## VII. RESULTADOS

Se logró cumplir con éxito con el reto de innovación, ya que nuestro servicio proporciona la posibilidad de insertar a los recién egresados de carreras creativas de Lima Metropolitana al mercado laboral. A raíz de la investigación se logró identificar las dificultades que tienen los jóvenes para ingresar al mundo laboral, y su insatisfacción con el proceso de selección.

Asimismo, los empleadores consideran que los postulantes no se adaptan a los requerimientos del mercado laboral actual, y en algunas ocasiones se muestran poco constantes o a gusto con el puesto, por lo que la vacante no se cubre. El servicio funciona como un intermediario entre ambos usuarios, promoviendo propuestas laborales transparentes y justas gracias a que filtra la afinidad entre el postulante y el puesto de interés, mostrando un porcentaje de compatibilidad, además de promover el sueldo visible en los anuncios. Gracias al taller generativo que se realizó, se identificó la satisfacción del usuario final. Entre las observaciones hechas por los participantes resaltaron que el rango salarial visible disminuye el tiempo que se invierte usualmente al postular a un empleo, ya que desde un inicio se tiene la información clara. Se identificó que la mayoría de los participantes resaltaron que el porcentaje de compatibilidad era un factor determinante para hacer uso del servicio, Los resultados de la encuesta indican que en la página de inicio se debería mostrar los puestos compatibles, el 57% de los encuestados prefiere recibir notificaciones sobre ofertas. Por otro lado, realizando entrevistas con reclutados podemos afirmar que nuestra propuesta es única para el país y su desarrollo continuo de formación a jóvenes egresados de carreras creativas, pero también para otros rubros de carreras, cumpliendo con nuestro propósito de ayudar tanto a postulantes como empleadores y/o empresas. En este sentido, la especialista en economía menciona que el modelo de negocio es viable porque los gastos recurrentes son 30% menores que los ingresos.

## VIII. CONCLUSIONES

Los postulantes que representan al usuario principal consideran utilizar el servicio para ahorrar tiempo en postular si ven si su porcentaje no es alentador o no es el trabajo que esperan y seguir con la educación continua que brinda el servicio a través de los aliados estratégicos para mejorar el crecimiento profesional. De igual modo, las empresas consideran que es una idea innovadora que ayudaría a conseguir buenos postulantes, con buenas competencias, y principalmente ofrecer el filtrado seleccionador por porcentaje de comparativa del perfil del postulante al perfil deseado.

Para finalizar nuestra propuesta es innovadora para el país, cumpliendo con el octavo objetivo de desarrollo sostenible, inciso 8.b “Desarrollar y poner en marcha una estrategia mundial para el empleo de los jóvenes y aplicar el Pacto Mundial para el Empleo de la Organización Internacional del Trabajo “creando una estrategia de servicio *“TalentGo”* para emplear a los jóvenes, contribuyendo con el crecimiento económico del país.

Como propuestas de mejora, gracias a nuestras validaciones, en el futuro podríamos considerar hacer un testeo para incluir otras carreras dentro de nuestro servicio e implementar una versión en inglés para expandir la apertura de trabajos, es decir, recibir ofertas laborales de empresas de otros países que quieran contratar personal remoto. Por otro lado, si bien el modelo de negocio es rentable y sostenible, la utilidad anual es baja. Se estima que al efectuar el pago del impuesto anual (bajo el Régimen MYPE tributario) se terminaría con S/1422 de utilidad neta al finalizar el año. Por esa razón, además de depender de los ingresos mencionados en esta investigación, se sugiere incluir publicidad en la versión *“Freemium”* que se ofrece a los postulantes, este ingreso pasivo podría significar un importe considerable.

## IX. BIBLIOGRAFÍAS

- Ayala y Villarreal. (Lima de 2022). *Implementación de un sistema web para la mejora del proceso de reclutamiento y selección de personal utilizando la metodología Design Thinking en la empresa ZONNGO PERU S.A.C.* Obtenido de Repositorio Institucional UPN: <https://hdl.handle.net/11537/31013>
- Beck, M. (2003). *Encuentre su propia estrella polar: Reclame la vida que esta destinado a vivir.* New York: EDICIONES OBELISCO S.L.; 1er edición en Español.
- Blanco, Franco, Martínez Puga, Martínez Rodríguez y Polla. (2021). *El camino y la recompensa: Trayectorias profesionales de los egresados de Comunicación de la Udelar.* Buenos Aires: Avatares Comunicación y Cultura  
<https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/avatares/article/view/6296/pdf>.
- Cañón, C. E. (2020). *Importancia de la gestión tecnológica en procesos de selección de personal en una organización.* Obtenido de Universidad Militar Nueva Granada:  
<http://hdl.handle.net/10654/36772>
- Corrales, Palma, Mendoza y Quevedo. (Santa Ana de Coro, Venezuela de Junio de 2020). *Psicopedagogía y TIC en período de COVID-19. Una reflexión para el aprendizaje significativo.* Obtenido de Episteme Koinonia:  
<https://fundacionkoinonia.com.ve/ojs/index.php/epistemekoinonia/article/view/769>
- Crisol, Herrera y Montes. (2020). *Educación virtual para todos: una revisión sistemática.* Salamanca: Education in the Knowledge Society (EKS)  
<https://doi.org/10.14201/eks.23448>.

EPEN, E. P. (2023). *Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)*. Obtenido de Infobae:

<https://www.infobae.com/peru/2023/11/16/inei-cual-fue-la-tasa-de-desempleo-en-peru-en-el-ultimo-trimestre/?outputType=amp-type>

Khlystova, Kalyuzhnova y Belitski. (16 de Septiembre de 2021). *El impacto de la pandemia de COVID-19 en las industrias creativas: una revisión de la literatura y una agenda de investigación futura*. Obtenido de ScienceDirect Journal of Business Research :

<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.09.062>

Loo y Guillen. (2021). *Análisis de la Dificultad de Inserción Laboral en los egresados de carreras creativas en Perú*. Lima, Perú: Toulouse Lautrec Repositorio Institucional

<https://hdl.handle.net/20.500.12826/158>.

ManpowerGroup y Ja Americas. (2022). Escasez de oportunidades laborales para los jóvenes.

<https://blog.manpowergroup.com.mx/manpowergroup/escasez-de-oportunidades-laborales-para-j%C3%B3venes-2022>, 49 paginas.

MEF. (19 de Octubre de 2022). *Poder Ejecutivo aprueba proyecto de ley que establece subsidio para promover empleo juvenil en el sector privado*. Obtenido de Ministerio de Economía

y Finanzas : [https://www.mef.gob.pe/en/?option=com\\_content&language=en-GB&Itemid=101108&view=article&catid=100&id=7545&lang=en-GB](https://www.mef.gob.pe/en/?option=com_content&language=en-GB&Itemid=101108&view=article&catid=100&id=7545&lang=en-GB)

Miñambres, A. (03 de Julio de 2019). *Universidad de Valladolid*. Obtenido de Repositorio

Documental: <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/40391>

Morales, P. C. (2021). *A.B.E.P APLICATIVO DE BÚSQUEDA DE EMPLEOS Y PRACTICA*.

Bucaramanga: Univeridad Unab

<https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/15030>.

Naciones Unidas, O. (2023). *Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible Edición*

*Especial*. Copyright © 2023 United Nations: <https://peru.un.org/es/245789-informe-de-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible>.

Pedraza, L. B. (2023). *Educación y Formación Permanente: Nuevas habilidades y competencias para una empleabilidad sostenible en el contexto socioeconómico y laboral actual*.

Madrid: <https://revistaalternancia.org/index.php/alternancia/article/view/1111/2297>.

Peralta y León. (2022). *Plataforma Web para Generar la contratación y valoración de jóvenes diseñadores de 20 a 25 años en Lima*. Obtenido de Toulouse Lautrec Repositorio

Institucional: <https://hdl.handle.net/20.500.12826/298>

Rabanal, Huamán, Murga y Chauca. (16 de Febrero de 2020). *Desarrollo de competencias*

*personales y sociales para la inserción laboral de egresados universitarios*. Obtenido de

Revista de Ciencias Sociales: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28063431020>

Sepúlveda, Gallego, Cárdenas, Sarango y Roper. (Octubre de 2020). *Empleabilidad e*

*informalidad: Un análisis del mercado laboral juvenil para 5 países latinoamericanos*.

Obtenido de Colombia Científica; Alianza EFI Economía Formal e inclusiva :

<https://bit.ly/33vU35w>

Toulouse Lautrec. (2024). *Ministerio de Educación* . Obtenido de Escuela de Educación Superior

Tecnológica Privada:

<https://www.toulouselautrec.edu.pe/sites/default/files/granja/proyecto-educativo-institucional-ees.pdf>

Urbiola, Rodon y Torres. (13 de Julio de 2023). *Publicado en Education for Global*

*Development*. Obtenido de Banco Mundial Blogs:

<https://blogs.worldbank.org/es/education/desvinculacion-economica-de-los-jovenes-una-dura-realidad-mundial-que-debemos-recordar>

Valencia, M. J. (Junio de 2022). *Diseño y desarrollo de una aplicación móvil para georreferenciación de imágenes de proyectos: FotoTIC*. Obtenido de Archivo Digital UPM Universidad Politécnica de Madrid: <https://oa.upm.es/71332/>

Vargas, Inga y Maldonado. (30 de Marzo de 2021). *Design Thinking aplicado al Diseño de Experiencia de Usuario*. Obtenido de Innovación y Software: <https://revistas.ulasalle.edu.pe/innosoft/article/view/35>

## X. ANEXOS

Figura 1 Lienzo de Propuesta de Valor

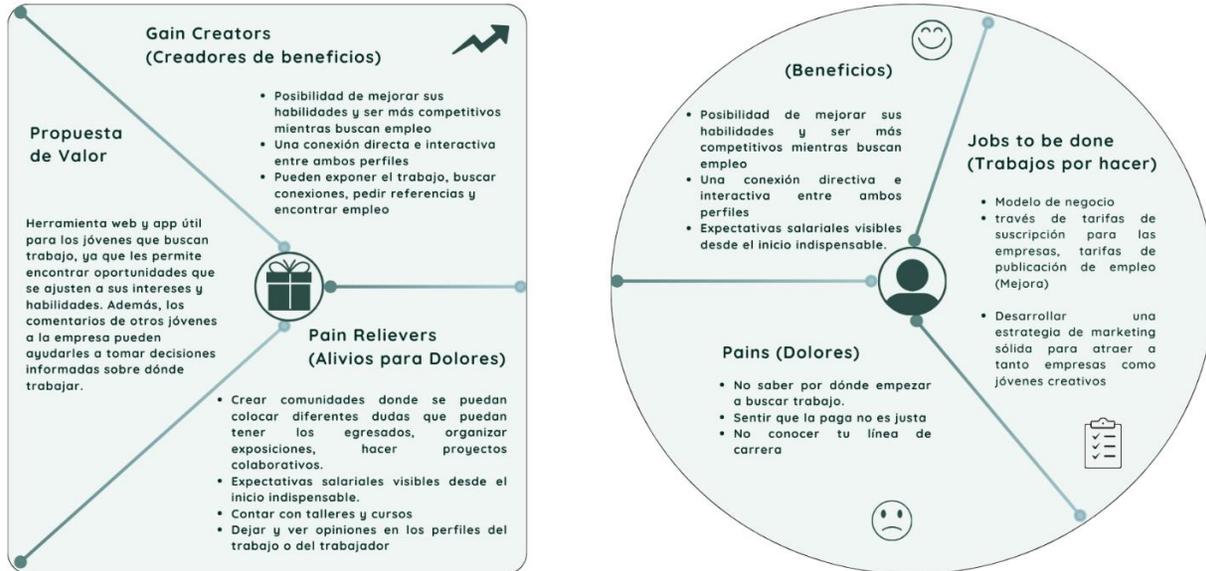
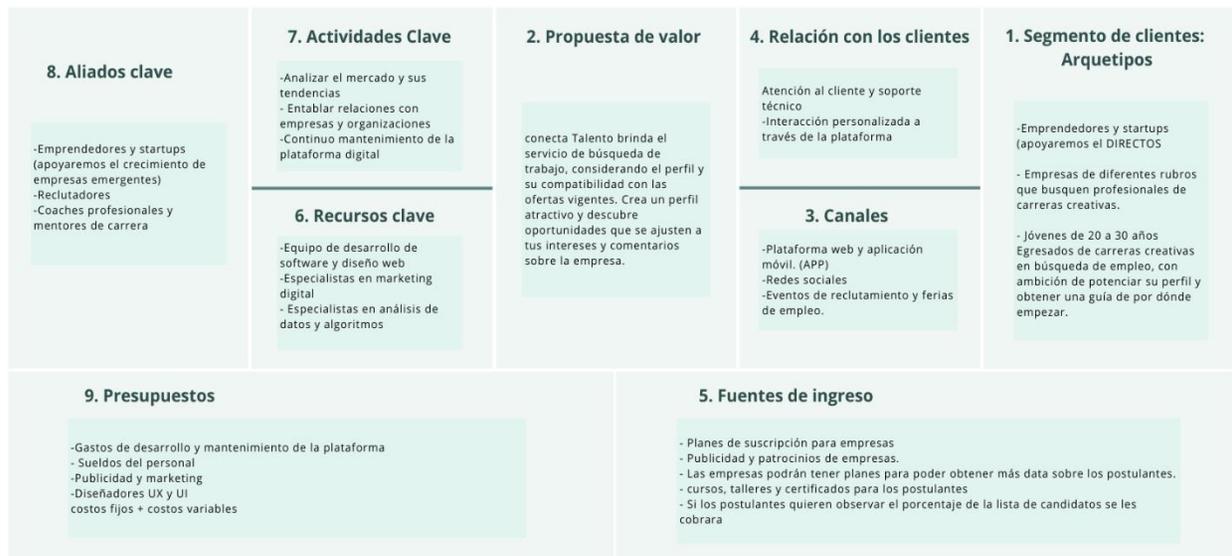


Figura 2 Modelo de negocio

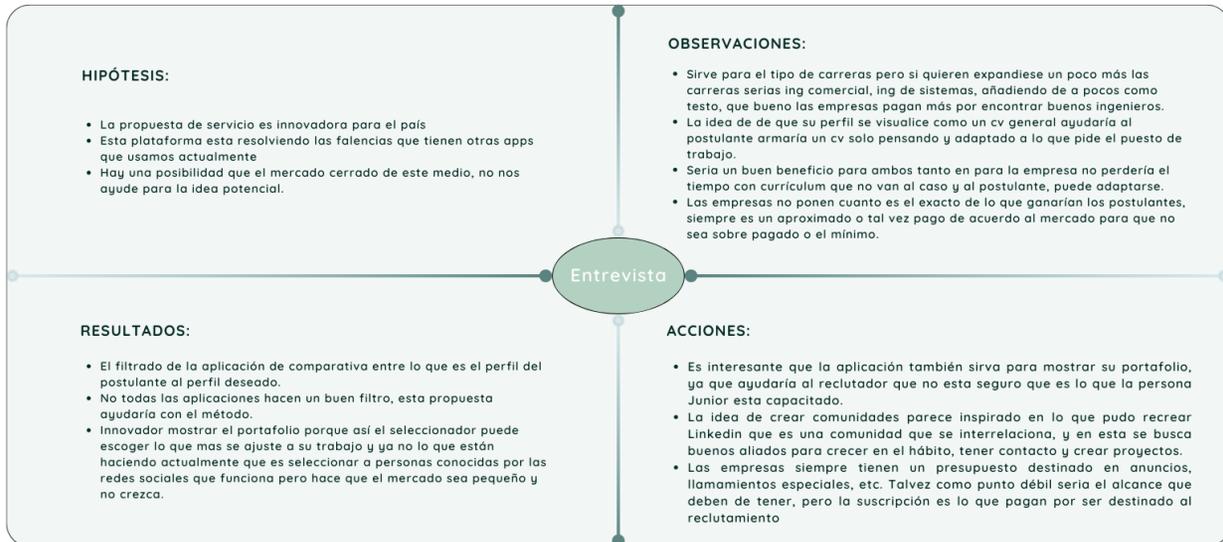
**Reto de Diseño:** ¿Cuál es el reto que tu modelo de negocio debe resolver? ¿Para qué sirve tu proyecto?



**Figura 3 Validación de Taller Generativo**

Hipótesis	Observaciones	Resultados	Acciones
<p>La app cumple con los objetivos planteados y será una ayuda para los jóvenes egresados de carreras creativas para que se puedan insertar en el mercado laboral.</p> <p>El proceso de selección para los jóvenes será más ágil y transparente en cuanto al sueldo, funciones y cultura de la empresa.</p> <p>Todas las secciones de la app son bastante didácticas y fáciles de usar.</p>	<p>Los participantes del taller comentaron que si utilizarían la app, ya que la encuentran interesante, más precisa, didáctica y cero complicada.</p> <p>Los participantes del taller comentaron que el tener la opción de ver el porcentaje de compatibilidad con el puesto, les generaba más confianza al postular, además que el mostrar el rango salarial, evita que pierdan su tiempo en participar en el proceso de selección.</p> <p>No resultaron una sección en particular que consideren muy importante, creen que la app en conjunto es una muy buena opción para ahorrarse pasos en el proceso de selección y no perder el tiempo.</p>	<p>Podemos indicar que el 98% de nuestros participantes consideran que la app es bastante buena para ayudar a los jóvenes egresados de carreras creativas a encontrar un puesto que satisfaga sus necesidades tanto económicas como culturales.</p> <p>Los participantes no compartieron respuestas negativas a nuestra app, al contrario nos propusieron que aceptemos ofertas laborales de pequeñas empresas.</p>	<p>Vamos a modificar la parte de la remuneración, es decir, no va ser fija, al contrario, va ser colocado por rangos.</p> <p>Mantendremos nuestras alianzas con pequeñas y medianas empresas que quieran sumar sus ofertas laborales a la app para brindar más oportunidades a los talentos.</p>

**Figura 4 Validación de Entrevista a Reclutador**



**Figura 5 Validación de Entrevista a Economista**



**Figura 6 Prototipo de Aplicación**

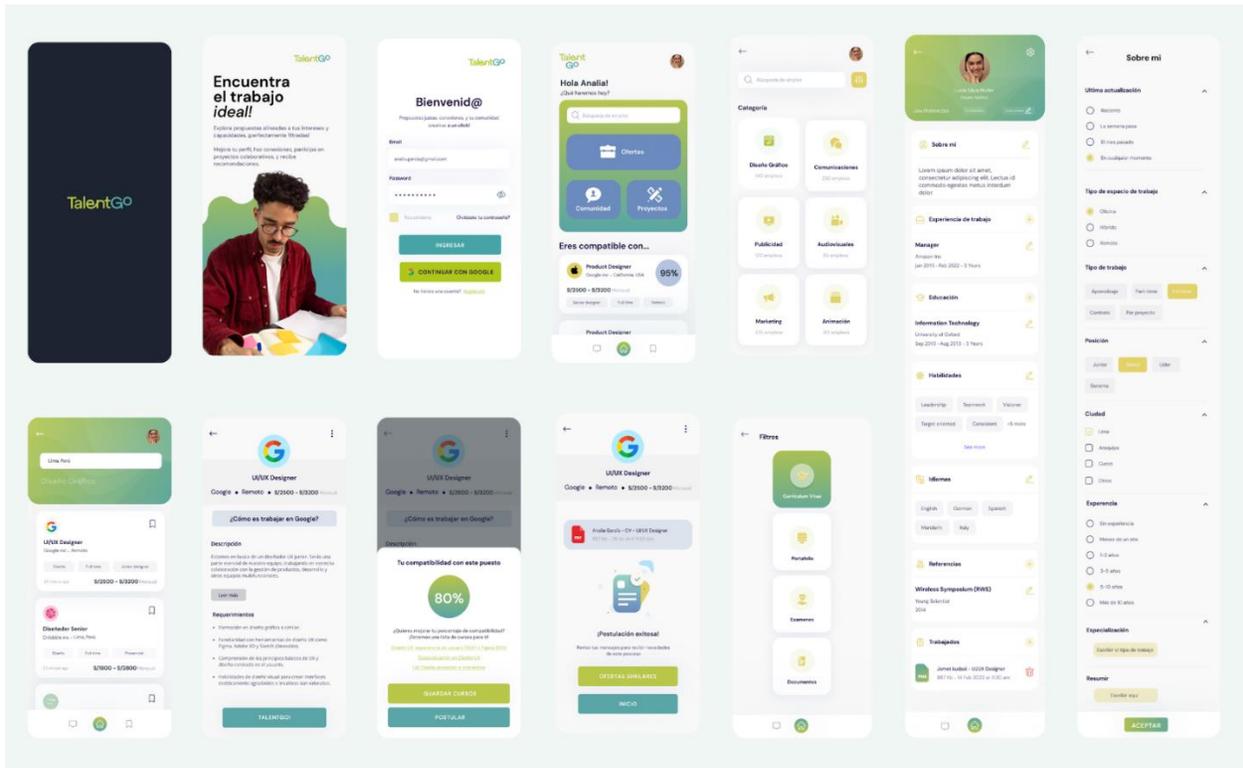


Figura 7 Prototipo Web

