

**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
“TOULOUSE LAUTREC”**



**EL DIFÍCIL ACCESO AL MERCADO LABORAL RELACIONADO A
LAS COMPETENCIAS DE LOS NUEVOS PROFESIONALES DE
LIMA – PERÚ, EN EL 2024**

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

AUTOR:

LUIS ENRIQUE REVOLLAR RAMIREZ

<https://orcid.org/0009-0004-9356-4872>

Trabajo de Investigación para obtener el grado de Bachiller en
Dirección y Diseño Gráfico

AUTOR:

GABRIELA VERONICA CASTAÑEDA DIAZ

<https://orcid.org/0009-0005-1733-7958>

Asesor:

JOSE ANTONIO CORAL MORANTE

<https://orcid.org/0000-0001-7774-1227>

Lima-Perú

2024

LUIS ENRIQUE REVOLLAR RAMIREZ 2018238116 - GABRIELA VERONICA CASTAÑEDA DIAZ 2018134194.pdf

 My Files

 My Files

 Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::11391:431070587

Fecha de entrega

17 feb 2025, 10:36 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

17 feb 2025, 11:04 a.m. GMT-5

Nombre de archivo

LUIS ENRIQUE REVOLLAR RAMIREZ 2018238116 - GABRIELA VERONICA CASTAÑEDA DIAZ 201813....pdf

Tamaño de archivo

503.4 KB

31 Páginas

7,126 Palabras

40,529 Caracteres

21% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado

Fuentes principales

- 19%  Fuentes de Internet
- 3%  Publicaciones
- 9%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Resumen del Trabajo de Investigación

El presente informe tiene como objetivo mostrar cómo se contribuye a identificar el nivel de competencia de los recién egresados de Lima Metropolitana para una inserción al mercado laboral más eficiente. El trabajo presenta una propuesta en la cual se observa y evalúa el ciclo completo de un proceso de selección, mediante el cual, brindamos a los recién egresados un informe acerca de su nivel de competencia para que pueda ser aprovechada por el profesional y potenciar sus conocimientos para poder ser incluidos en un catálogo de profesionales con competencias verificadas.

En este contexto, la metodología adoptada aborda el problema de manera integral. Se realizó una encuesta involucrando a 80 personas, incluyendo a los profesionales egresados que se encuentran laborando como los que están en busca de trabajo. Además, se llevaron a cabo 8 entrevistas con reclutadores, empresarios y expertos en el tema. Estas acciones de investigación permitieron identificar áreas clave de preocupación y las perspectivas de los distintos actores involucrados. Los resultados obtenidos evidenciaron que de los encuestados el 33% lleva buscando trabajo de 7 meses a 1 año, además de que los reclutadores evalúan que los postulantes tengan dominio de herramientas tecnológicas y habilidades blandas como requisitos indispensables.

Así mismo, los empresarios temen contratar profesionales sin experiencia porque el tiempo invertido en hacerle una mentoría, podría suponer una inversión de dinero que no sea bien retribuido.

La propuesta de solución se basa en la identificación de las debilidades de los postulantes ante las exigencias del mercado laboral. Los resultados obtenidos ayudarán a identificar el nivel de competencia de los recién egresados brindándoles herramientas adicionales para una inserción al mercado laboral más eficiente.

Palabras claves: inserción laboral, competencias laborales, egresados, egresados sin experiencia.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del trabajo de Investigación

1. Contextualización del problema.....	1
2. Justificación.....	2
3. Reto de Innovación.....	3
4. Sustento teórico	4
4.1 Estudios previos.....	4
4.2 Marco teórico.....	7
5. Beneficiarios.....	12
6. Propuesta de valor.....	13
6.1 Propuesta de valor.....	13
6.2 Segmento de clientes.....	14
6.3 Canales.....	15
6.4 Relación con los clientes.....	16
6.5 Actividades clave.....	17
6.6 Recursos clave.....	18
6.7 Aliados clave.....	19
6.8 Fuentes de ingreso.....	20
6.9 Presupuesto.....	21
7. Resultados.....	23
8. Conclusiones.....	25
9. Bibliografía.....	27
10. Anexos.....	29

1. Contextualización del Problema

En la actualidad, se tiene conocimiento sobre la existencia de desafíos relacionados con los puntos mencionados en la Agenda 2030, especialmente centrados en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Estos objetivos buscan mejorar la calidad de vida en el mundo abordando factores fundamentales que generan pobreza y afectan el bienestar de las personas que se ven limitadas por circunstancias externas. En este contexto, el informe se enfoca en la ODS 10 (ONU, 1999)¹ el cual hace referencia a la “Reducción de las desigualdades”, especialmente en la igualdad de oportunidad laboral relacionado al difícil acceso al mercado laboral relacionado a las competencias de los nuevos profesionales.

Cómo hace mención el estudio *Escasez de Oportunidades Laborales para los Jóvenes 2022* de ManPowerGroup (2022)² en Perú, el 81 % de jóvenes tiene problemas para encontrar trabajo en el último año, además que el 40 % de esos jóvenes lleva buscando trabajo por más de seis meses, mientras que el 22 % lleva más de un año intentando encontrar un empleo. Así mismo, 70% de empresas indica que no encuentra el talento que necesita (ManPowerGroup, 2022)³. Mientras que solo en Lima Metropolitana, el número de personas que buscan activamente un empleo ascendió a 458 mil 500 personas (Informe Técnico Situación del Mercado Laboral en Lima Metropolitana, 2022).

Acceder a un proceso de selección de personal requiere inevitablemente la presentación de un currículum vitae. No obstante, para un recién egresado, la elaboración de este documento puede representar un desafío, dado que su experiencia suele ser prácticamente inexistente.

Esta situación puede provocar sentimientos de frustración, estrés y depresión en los jóvenes que acaban de culminar sus estudios profesionales con muchas expectativas respecto al mercado laboral, las cuales se ven afectadas al encontrarse con un panorama diferente, debido a que la carencia de experiencia laboral los excluye de los procesos de selección que suelen favorecer a candidatos con un historial laboral más extenso.

0. Justificación

La presente justificación se enfoca en resolver una problemática existente que afecta a los recién egresados que buscan insertarse en el mundo laboral. De esta manera se busca desarrollar una plataforma web accesible y fácil de usar, donde podrán identificar sus debilidades y fortalezas, obteniendo como resultado fortalecer sus conocimientos y su seguridad al postular a un puesto de trabajo.

2.1 Justificación social:

Los reclutadores a menudo optan por no contratar a personas sin experiencia debido a varias razones fundamentales. En primer lugar, la falta de experiencia puede indicar una falta de conocimientos prácticos y habilidades específicas necesarias para desempeñar eficazmente un trabajo en particular. Así mismo, sienten que la primera impresión que se tiene en la entrevista de un postulante es de suma importancia y ellos no cuentan con las habilidades de comunicación suficientes para lograr convencerlos o crear compatibilidad entre reclutador y postulante. Los empleadores buscan candidatos que puedan ser de gran utilidad para la compañía sin invertir tanto tiempo y recursos en entrenarlos.

2.2 Justificación práctica:

El presente informe de investigación desarrollará una plataforma web que servirá como una herramienta que busca potenciar las habilidades de egresados profesionales sin

experiencia de las carreras de Comunicaciones en Lima Metropolitana en sus sectores laborales, ofreciéndoles la oportunidad de evaluar y descubrir las deficiencias que impiden su inserción al mercado laboral. El informe otorgado ofrece a los usuarios acceder más fácilmente a cursos y capacitaciones que suplan sus deficiencias profesionales y desarrollar un perfil más óptimo y competitivo en el mercado.

Además, la plataforma contará con asesorías personalizadas que servirán como simulacros de entrevistas. Este beneficio es fundamental pues busca que los egresados sean capaces de desarrollarse tanto en habilidades blandas como duras.

2.3 Justificación metodológica:

La metodología utilizada para este trabajo es el Toulouse Thinking orientado al desarrollo profesional y emocional la cual nos posibilitará hacer la investigación de manera ingeniosa y creativa. Cuenta con las siguientes etapas: Investigar, Idear, Desarrollar y Transferir. Estas etapas nos permitieron abordar el tema, desarrollar un problema y buscar distintas soluciones con resultados de mejora en la propuesta final.

Las herramientas utilizadas para el proceso fueron el mapa de actores donde pudimos reconocer a los beneficiarios centrales, siendo los jóvenes egresados de las carreras de Comunicaciones, buscando una inserción al mercado laboral más efectiva y como actores directos los reclutadores y empresarios. El resultado de las encuestas y las entrevistas concluyó en que muchos egresados no habían sido preparados correctamente para enfrentar una situación real de entrevista o no contaban con ciertas habilidades técnicas necesarias. Se construyeron 4 tipos de arquetipos que nos permitieron conocer mejor a los actores y beneficiarios del trabajo, teniendo como eje principal al egresado en busca de trabajo, se concluyó que la mejor opción para tratar esta problemática sería por medio de una plataforma web.

0. Reto de innovación

Identificar el nivel de competencia de los recién egresados de las carreras de Comunicaciones de Lima Metropolitana para una inserción al mercado laboral más eficiente, en el año 2024.

3.1 Pregunta General:

¿Cómo podemos identificar el nivel de competencia de los recién egresados de las carreras de Comunicaciones para una inserción al mercado laboral más eficiente en Lima Metropolitana, en el año 2024?

3.2 Preguntas Específicas:

P1: ¿Cuáles son las competencias técnicas y blandas más relevantes o demandadas por los reclutadores que ayuden a recién egresados de las carreras de Comunicaciones para una inserción al mercado laboral en Lima Metropolitana?

P2: ¿Qué tan efectivo será desarrollar una propuesta de evaluación de nivel de competencias técnicas y blandas que ayuden a los recién egresados de las carreras de Comunicaciones a una inserción al mercado laboral en Lima Metropolitana?

P3: ¿Cuál sería el impacto al recibir las recomendaciones personalizadas para el desarrollo de competencias en los egresados de las carreras de comunicaciones para una inserción al mercado laboral en Lima Metropolitana?

3.3 Objetivos Generales:

Desarrollar una propuesta de evaluación de nivel de competencias técnicas y blandas que ayude a los recién egresados de las carreras de comunicaciones a una inserción al mercado laboral en Lima Metropolitana.

O1: Investigar las competencias técnicas y blandas más relevantes o demandadas por los reclutadores.

O2: Determinar qué tan efectivo será crear una propuesta de evaluación de nivel de competencias técnicas y blandas que ayude a los recién egresados de las carreras de comunicaciones a una inserción al mercado laboral en Lima Metropolitana.

O3: Analizar el impacto que causan en los egresados de las carreras de comunicaciones para una inserción al mercado laboral en Lima Metropolitana.

0. Sustento Teórico

1. Estudios previos

Para el desarrollo del trabajo, ha sido necesario consultar antecedentes, estudiar el contexto y sus circunstancias con el fin de comprender mejor el panorama del reto de innovación.

García, J. (2021)⁴. *Desempleo Laboral y la propuesta de la comunicación online para posicionar a una plataforma de empleo digital dirigida a comunicadores egresados de las universidades de Lima durante la pandemia del Covid-19*. Para optar por el título profesional de Licenciado en Diseño Digital Publicitario. Universidad Tecnológica del Perú.

El objetivo consiste en la propuesta de una plataforma digital de empleo llamada “Freelu”, con la cual se busca potenciar las capacidades profesionales y económicas de los egresados de las carreras de comunicaciones de las universidades de Lima.

Los resultados de la investigación concluyen que, dentro de la comunicación, la pandemia ha hecho que la búsqueda de empleo se concentre en mayor medida a través de plataformas virtuales, puesto que el joven de hoy en día ya no sale a buscar empleo de manera presencial sino virtual.

Esta investigación nace del deseo de mejorar la empleabilidad de los egresados que, generalmente, al terminar la carrera salen en búsqueda de oportunidades de trabajo. La plataforma propuesta, consiste en fomentar la capacitación y el empleo en egresados y cuenta con estrategias interesantes que ayudan al actual trabajo.

Como segundo antecedente, el Modelo Prolab, Valenzuela et al. (2023)⁵. Esta investigación tiene como objetivo hacer frente al desempleo que viven los jóvenes profesionales entre los 22 y 32 años de edad de las clases sociales ya mencionadas quienes están interesados en obtener oportunidades laborales del tipo “freelance” mediante una plataforma denominada EmpleaTe. En esta plataforma podrán adquirir nuevas competencias y conocimientos para poder ingresar al mercado laboral con mejores oportunidades.

Dentro del mismo, se realizó una encuesta a 115 personas donde se les consultó, entre varias preguntas, si estarían interesados en la creación de perfiles profesionales para ofrecer sus servicios laborales en una plataforma con características de una red social, teniendo como resultado un 90.9% de respuestas afirmativas.

Esta afirmación nos brinda un mayor panorama en nuestra investigación incentivándolos a desarrollar el sistema de perfiles verificados para mejorar la experiencia de los usuarios a la hora de buscar mejorar sus perfiles laborales y mostrarlos públicamente a los reclutadores de nuestra plataforma.

Como tercer antecedente, Peralta y León (2022)⁶. *Plataforma web para generar la contratación y valoración de jóvenes diseñadores de 20 a 25 años en Lima - Perú*. Para optar por el grado de Bachiller en Publicidad - Marketing digital y Dirección de diseño gráfico. Escuela Toulouse Lautrec.

El objetivo consiste en fomentar el empleo en el sector creativo en el Perú, mediante una plataforma web, asesorando a los emprendedores sobre la importancia de un diseñador como potenciador del crecimiento económico de su empresa.

Los resultados de la investigación concluyen que las dificultades que enfrentan los jóvenes profesionales para encontrar empleo son una constante en el territorio nacional, pero

cuando se trata de profesionales de carreras creativas, este problema se intensifica. Se tiene también, que la pandemia ha amplificado esta brecha, y que los empleadores suelen menospreciar e infravalorar las carreras de diseño y a sus egresados en el Perú.

La utilidad de la tesis es fomentar los puestos laborales en jóvenes profesionales. Se escogió este estudio porque brinda datos relevantes que nutren a nuestra investigación.

Como cuarto antecedente, ManPowerGroup (2020): *Escasez de oportunidades laborales para los jóvenes*.

El objetivo consiste en identificar las dificultades para encontrar trabajo que enfrentan los jóvenes entre 18 y 29 años en 14 países de Latinoamérica.

Los resultados de la investigación concluyen que el 58% de los jóvenes encuestados, reconocen que la razón principal por la que no los contratan es por la falta de experiencia, seguida del conocimiento de inglés o algún otro idioma. También, se concluye que, los principales retos en Latinoamérica son los sueldos bajos y el trabajo informal. Y, finalmente, se concluye que junto con el sector privado y los gobiernos, el Sector Social juega un papel fundamental en el abordaje de los problemas planteados en el estudio.

Esta investigación arroja resultados relevantes para el estudio y brinda recomendaciones en base a estadísticas, sobre lo que podrían hacer los jóvenes profesionales, las empresas, el gobierno, las escuelas y el sector social.

Como quinto antecedente, Milagros, R. P. K. (2022, 6 julio)*. *EmpLEAT: plataforma web para aumentar tu empleabilidad*. para optar el grado de bachiller en Administración y marketing - Administración y negocios del deporte - Administración y negocios internacionales. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

El objetivo consiste en desarrollar una *plataforma virtual de aprendizaje y desarrollo* mediante cursos personalizados que refuercen sus habilidades blandas, el trabajo en equipo

así como también, el manejo de softwares, entre otros. Esta plataforma virtual tiene dos públicos objetivos bien definidos que se desarrollan de forma paralela o *Multilateral*: estudiantes de últimos ciclos y profesionales especialistas en distintas áreas.

Esta investigación es, en suma, importante porque desarrolla dos hipótesis que apoyan y refuerzan nuestra investigación. La primera: *Los estudiantes universitarios, en últimos ciclos de su carrera no logran conseguir un puesto de practicante pre profesional porque su CV no es competente con el mercado. Segundo: Los estudiantes universitarios, en últimos ciclos de su carrera, no pueden conseguir un puesto como practicante pre profesional porque no están capacitados para un proceso de reclutamiento y selección.*

0. Marco teórico

4.2.1 Creación de una plataforma web “J.E.T” para impulsar la empleabilidad de los jóvenes recién egresados sin experiencia en Lima Metropolitana

4.2.1.1 Conceptualización del servicio de la plataforma web

Jet es una plataforma web que funciona como propulsor de aprendizaje y desarrollo profesional y laboral que, mediante el uso de la inteligencia artificial, tiene como objetivo llevar al profesional un paso adelante, es decir, diferenciándolos de los demás postulantes.

A veces se dice que trabajar en plataformas digitales es una "nueva" forma de trabajo porque se basa en el desarrollo de Internet y las plataformas digitales que actualmente le dan soporte (Garcia, 2020).

4.2.1.2 Características de la plataforma web

4.2.1.2.1 Desarrollo técnico (CMS)

Para la creación de la plataforma se utiliza un sistema de gestión de contenido (CMS) llamado Wordpress, que permite la creación de sitios web de una forma simple y sencilla, teniendo como ventaja el no necesitar

conocimientos en programación (Luna, A. C. 2017). Ser de código abierto y gratuito, así como también ser muy versátil al desarrollar todo tipo de página web como lo serían de comercio electrónico o E-commerce, plataformas educativas, blogs, etc.

Según W3techs, Wordpress es utilizado por el 42,3 % de todos los sitios webs que hay actualmente, mostrando que su uso tiene una cuota en el mercado del 62,8%. (W3techs, 2024).

Otra ventaja importante a mencionar es la facilidad de integrar plugins o add-ons que mejoran sus funcionalidades y permiten añadir mejores características al sitio web. (Gustavo B, 2023).

4.2.1.2.2 Diseño y experiencia de usuario (UX)

El diseño UX es importante porque juega un papel fundamental en la creación de experiencias positivas para los usuarios. Al considerar las necesidades, expectativas y emociones de los usuarios, se logra mejorar la usabilidad, la accesibilidad y la satisfacción general del usuario. El diseño UX también puede influir en la retención de usuarios, la fidelidad a la marca y el éxito comercial, ya que una experiencia positiva puede generar recomendaciones boca a boca y clientes satisfechos. En resumen, el diseño UX es esencial para crear productos y servicios digitales que sean efectivos, atractivos y que realmente cumplan con las necesidades de los usuarios.

El diseño UX como modelo teórico metodológico filosófico se aplica para involucrar tecnologías y humanizar la tecnología a través de la investigación e involucrando al grupo o audiencia objetiva. (Januario, 2019)^o

4.2.1.2.3 Inteligencia Artificial Emocional (IAE)

La inteligencia artificial emocional se define como una subcategoría de la inteligencia artificial, que se encuentra en un proceso de investigación y desarrollo, y que es capaz de identificar, comprender y medir las emociones humanas, a través de diversos medios como: el texto, la voz, los rasgos faciales o la detección biométrica. Fernández, E. C. (2021).

Su funcionalidad ha permitido que distintas empresas en el mundo desarrollen tecnologías que brindan diversos servicios como: soluciones de seguridad, autenticación biométrica, reconocimiento facial y análisis de emociones.

Un ejemplo es Smart eye, una empresa sueca creada en 1999, que desarrolla Human Insight AI que es una tecnología de inteligencia artificial que ayuda y predice el comportamiento humano en entornos complejos. Imotions es el software que utiliza para analizar el comportamiento, sentimientos y emociones y así poder predecir resultados.

Sabiendo la utilidad de las inteligencias artificiales emocionales, y sus posibilidades. Se optó por trabajar con Final Round AI, inteligencia artificial diseñada para dar apoyo profesional antes, durante y después de las entrevistas de trabajo. Su uso permite entrevistar a los postulantes y brindarles un resumen de su proceso. Y así, posteriormente, poder recomendar los cursos necesarios para implementar en su formación y mejorar sus habilidades blandas y técnicas. Final Round AI: Interview copilot. (2024)

4.2.1.4 Tipos de actividades que se realizan en una plataforma web

4.2.1.4.1 Webinar

Los eventos informativos, educativos o de capacitación que se realizan mediante el uso de una plataforma virtual, llegan a una audiencia digital que participa activamente realizando preguntas, encuestas entre otras interacciones.

El webinar es “una especie de videoconferencia con fines comerciales o educacionales en la cual una empresa utiliza una plataforma online para transmitir una comunicación en vía única el término abrevia la expresión en inglés web based seminar, que se puede interpretar como un seminario realizado por internet. La palabra webinar no se encuentra disponible en la base de datos del Diccionario de la Lengua Española, dispuesta en línea por la Real Academia Española. (RAE, 2024)

4.2.1.4.2 Entrevistas laborales

Las entrevistas consisten en una reunión entre un empleador potencial y un candidato para evaluar su idoneidad para un puesto de trabajo específico. Es un paso crucial en el proceso de selección de personal y puede influir significativamente en la decisión final de contratación.

La entrevista laboral es un recurso empleado para obtener datos adicionales de los postulantes que forman parte del proceso de selección. Su propósito es permitir que la organización evalúe las habilidades técnicas y conceptuales de los candidatos, asegurándose así de seleccionar a la persona más adecuada para el puesto (Zimmerman, 2016)

4.2.1.4.3 Evaluación de competencias

En el proceso de la evaluación de los conocimientos, se analiza y se determina el nivel de comprensión y dominio que un profesional tiene sobre

un determinado tema. El objetivo principal de la evaluación de conocimientos es medir el grado de aprendizaje alcanzado por los profesionales en relación con los objetivos de aprendizaje establecidos, permitiendo así identificar fortalezas, debilidades y áreas de mejora.

Casanova et al. (2018) plantean que las competencias se refieren a las capacidades y habilidades inherentes a las personas, las cuales se desarrollan en consonancia con las influencias y demandas del entorno, así como con las metas individuales y motivaciones. Según esta perspectiva, no es suficiente poseer conocimientos o habilidades prácticas, sino que es fundamental integrar estos conocimientos con actitudes favorables para llevar a cabo las acciones de manera efectiva. Estas actitudes se comprenden como la capacidad intrínseca del individuo para llevar a cabo eficientemente una serie de acciones similares.

4.2.1.4.4 Evaluación Continua

La evaluación continua de una persona que desea postular a un trabajo es importante ya que permite un seguimiento y análisis constante de sus habilidades, conocimientos y competencias relevantes para el puesto. A través de este proceso, los empleadores pueden obtener una visión más completa y precisa de las capacidades de los candidatos, así como su progreso y desarrollo a lo largo del tiempo. La evaluación continua también proporciona a los postulantes la oportunidad de recibir retroalimentación constructiva, identificar áreas de mejora y demostrar su compromiso con el crecimiento profesional. Además, este enfoque permite a los empleadores tomar decisiones informadas y seleccionar a los candidatos más adecuados para el puesto, garantizando una contratación exitosa y una alineación efectiva entre las habilidades del postulante y los requisitos del trabajo.

4.2.1.4.5 Recomendaciones, asesorías personalizadas

Las recomendaciones y asesorías personalizadas se caracterizan por adaptarse a las necesidades individuales de cada candidato y ofrecer orientación específica y relevante para ayudarlos a tomar decisiones informadas a fin de alcanzar la meta de pasar exitosamente una entrevista laboral.

El asesor, muchas veces, es una figura ajena a la institución o grupo que le contrata. Puede ofrecer, desde una posición externa y de independencia (no de neutralidad, pues es contratado desde una posición de poder), opciones a las demandas que se le plantean. Su intervención parte de una demanda y necesita intercambio de información. Al finalizar la asesoría, acaba el contacto con la institución o grupo, del que solo ha formado parte en relación con la tarea para la que ha sido solicitado.

4.2.1.5 Estrategias de comunicación (promoción y adopción)

Las estrategias de comunicación son planes bien organizados para hablar de una manera efectiva y lograr ciertos objetivos. Se aplican en diferentes áreas como marketing, negocios, medios de comunicación, empresas, etc.

La importancia de estas estrategias es entender a quién va dirigido el mensaje, usar canales adecuados para comunicarse, tener metas claras, crear mensajes relevantes y estar constantemente buscando maneras de mejorar.

La estrategia de comunicación es un plan organizado de acciones que busca lograr un objetivo específico mediante la comunicación dentro de la empresa. Mendez (2017)

4.2.1.5.1 Promoción de plataforma entre universidades, empresas y egresados

La Promoción de plataforma entre universidades, empresas y egresados hace referencia a la aplicación de estrategias y medidas diseñadas para fomentar la colaboración y conexión entre tres actores fundamentales: las instituciones educativas (universidades), las empresas y los graduados.

El propósito principal de estrategia es facilitar encontrar empleo, desarrollar habilidades relevantes para el mercado laboral, promover el intercambio de conocimientos e impulsar oportunidades académicas. En resumen, su objetivo es crear colaboraciones beneficiosas que sean provechosas tanto para las instituciones educativas como para las empresas.

4.2.1.5.2 Estrategias de comunicación en redes sociales

Las estrategias de comunicación en redes sociales son planes y métodos organizados para gestionar y difundir mensajes de manera efectiva en diversas plataformas sociales. Son fundamentales para establecer y mantener una presencia sólida en línea.

Elementos esenciales de estas estrategias incluyen la definición clara de metas, una comprensión detallada del público objetivo, la creación de contenidos relevante y atractivo, la interrelación activa con la audiencia, y la evaluación continua del rendimiento a través del seguimiento de métricas claves.

En la actualidad las redes sociales son esenciales ya que estas estrategias son de mucha importancia para establecer relaciones fuertes,

resaltar mensajes y alcanzar objetivos específicos como Instagram, Facebook, LinkedIn, entre otras.

Una forma de comunicarse a través de redes sociales ayuda a acercarse a los clientes, ya que estas plataformas permiten que la marca y los usuarios interactúen. Esto posibilita tener conversaciones entre la marca y los usuarios, y también medir la información sobre sus usos, gustos y preferencias (Nicolás, 2010)

4.2.1.5.3 Interacción Social

La interacción social es cuando las personas impactan a través de su comportamiento, emociones o actitudes ante un medio de comunicación a través de dispositivos.

Estas interacciones suceden en diferentes lugares en el centro laboral, en el hogar o en el centro de estudios para ello se necesita al menos dos personas.

4.2.1.6 Importancia de crear una plataforma web

Las plataformas web son adaptables y evolutivas en el tiempo para satisfacer las necesidades cambiantes de los usuarios y del mercado. Se pueden agregar nuevas funciones, así como mejorar la experiencia del usuario y realizar actualizaciones de manera regular.

0. Beneficiarios

Este arquetipo representa a jóvenes de entre 23 y 28 años que recientemente han completado sus estudios superiores, pero que se sienten insatisfechos con las enseñanzas proporcionadas por su centro de estudios. A pesar de haber adquirido conocimientos teóricos

y algunas habilidades prácticas durante su formación académica, enfrentan dificultades significativas para ingresar al mercado laboral. Carecen de experiencia laboral relevante en el campo en el que desean trabajar, así como de habilidades de comunicación que les permitan desenvolverse adecuadamente. La falta de contactos y conexiones en la industria dificulta aún más su búsqueda de empleo. Además, la rápida evolución del mercado laboral, impulsada por avances tecnológicos y cambios en las demandas del mercado, puede dificultar aún más su inserción laboral. Estos jóvenes pueden tener dificultades para mantenerse al día con las últimas tendencias y tecnologías requeridas en sus campos de interés.

Los egresados sin experiencia laboral, que luchan por encontrar trabajo y enfrentan dificultades en entrevistas, son actores centrales en el ámbito laboral. Necesitan apoyo para ingresar al mercado laboral y progresar profesionalmente. Aunque representan una parte importante de la fuerza laboral potencial, su falta de experiencia puede dificultar su transición y desarrollo. En un mapa de actores, serían identificados como centrales debido a su relevancia en políticas y acciones para mejorar su empleabilidad y desarrollo profesional.

Los reclutadores y empresarios, como actores directos, desempeñan roles clave en el proceso de reclutamiento y selección de personal, que incluyen la definición de perfiles de puesto, la publicación de ofertas de empleo, la evaluación de candidatos, las entrevistas y la toma de decisiones de contratación. Su frustración al no encontrar al candidato ideal puede afectar la productividad, el rendimiento y la competitividad de la empresa. En un mapa de actores, serían identificados como actores directos debido a su participación activa en el proceso de selección de personal y su influencia en las decisiones de contratación dentro de las organizaciones.

El Ministerio de Educación y entidades como SUNEDU desempeñan un papel indirecto en la inserción laboral de los egresados universitarios. Aunque no participan directamente en la selección de personal, su función en la formulación de políticas y

regulación del sistema educativo influye en las habilidades y competencias adquiridas por los egresados. Estos actores tienen la responsabilidad de establecer estándares de calidad para los programas educativos y supervisar la enseñanza y el aprendizaje. Sin embargo, si no implementan herramientas adecuadas para asegurar que los egresados adquieran habilidades necesarias para el mercado laboral, podrían contribuir indirectamente a las dificultades de empleo de estos egresados.

El desafío de innovación beneficiará a tres grupos de personas:

- 1. Jóvenes egresados: Estos individuos han logrado identificar y potenciar sus habilidades gracias a las estrategias y programas propuestos en la plataforma. Ahora tienen la oportunidad de aplicar sus conocimientos adquiridos durante su formación académica en un entorno laboral real. Además de obtener ingresos económicos, tienen la posibilidad de desarrollar habilidades adicionales, establecer redes profesionales y avanzar en sus carreras.
- 2. Reclutadores: Los encargados de identificar y seleccionar candidatos adecuados para las vacantes laborales en las empresas se beneficiarán al utilizar los filtros y herramientas propuestas en la plataforma web. Esto les permitirá ahorrar tiempo y recursos al encontrar candidatos que se ajusten mejor a las necesidades y requisitos de las empresas. Al optimizar el proceso de reclutamiento y selección, aumentarán la eficiencia y la calidad de las contrataciones.
- 3. Empresarios: Son los que buscan contratar personal capacitado y calificado para tareas específicas dentro de sus organizaciones, se beneficiarán al acceder a un grupo de candidatos más preparados para cumplir y satisfacer con las demandas del mercado laboral. El contratar el talento laboral deseado les permitirá mejorar la productividad, la competitividad y el crecimiento de sus empresas.

0. Propuesta de Valor

1. Propuesta de valor

J.E.T es una plataforma para la evaluación de competencias técnicas y blandas mediante el uso de la inteligencia artificial para un mejor acceso al mercado laboral de los recién egresados de las carreras de Comunicaciones de Lima Metropolitana. La combinación de una entrevista virtual y una prueba de conocimientos técnicos mediante la detección de emociones a través de la Inteligencia artificial, proporciona una evaluación integral de las competencias de los candidatos. Proporcionar retroalimentación a los candidatos basada en la detección de emociones puede ser muy útil para ayudarles a comprender cómo se están comunicando durante la entrevista y cómo pueden mejorar en el futuro. Después de la retroalimentación, los recursos de aprendizaje en línea pueden ser una excelente manera para que los candidatos mejoren sus habilidades técnicas y blandas según las áreas en las que necesiten desarrollo.

0. Segmento de clientes

Jóvenes egresados: Estos individuos encuentran en J.E.T. una oportunidad para aplicar sus habilidades recién adquiridas en un entorno laboral real. Además de obtener ingresos económicos, valoran la posibilidad de desarrollo profesional continuo y la oportunidad de establecer redes profesionales.

La plataforma les proporciona las herramientas y recursos necesarios para destacar en el proceso de reclutamiento y avanzar en sus carreras.

Reclutadores: Los reclutadores se benefician de la eficiencia y la calidad mejorada en el proceso de reclutamiento y selección. Al utilizar las herramientas de filtrado y evaluación de candidatos de J.E.T., pueden identificar rápidamente a los candidatos más adecuados para las vacantes laborales. Esto les permite ahorrar tiempo

y recursos, al tiempo que garantiza que las contrataciones sean más acertadas y satisfactorias para las empresas.

Empresarios: Los empresarios valoran el acceso a un grupo de candidatos más preparados y calificados para satisfacer las demandas del mercado laboral.

Al contratar talento laboral de alta calidad a través de J.E.T., pueden mejorar la productividad, la competitividad y el crecimiento de sus empresas.

Además, al tener acceso a candidatos que han pasado por una evaluación rigurosa, pueden estar más seguros de que están contratando al mejor talento disponible.

Estos puntos resaltan cómo J.E.T. crea valor para cada uno de sus segmentos de clientes y cómo contribuye al éxito tanto de los jóvenes egresados como de las empresas que buscan contratar talento calificado.

0. Canales

JET utilizará como canales de comunicación las principales plataformas sociales: A Través de publicidad en Instagram y Facebook para una mayor visibilidad y promoción. Tik Tok es un espacio dinámico y creativo, ideal para presentar de manera atractiva la propuesta de nuestra plataforma. LinkedIn, nos enfocaremos a construir relaciones profesionales sólidas y en Google, implementaremos estrategia para maximizar la visibilidad en las búsquedas relacionadas con competencias laborales y desarrollo profesional.

0. Relación con los clientes

La interacción con los clientes se establecerá mediante la plataforma, proporcionando un espacio para compartir actualizaciones y sugerencias. Además, se implementarán encuestas con el fin de obtener comentarios detallados. Estas

encuestas serán esenciales para mejorar la experiencia del usuario y fortalecer la relación entre la plataforma y sus usuarios.

0. Actividades clave

Las actividades claves permiten tener un panorama de todas aquellas acciones necesarias e indispensables para el desarrollo del trabajo de forma eficiente. Se han seleccionado 4 actividades claves que se realizarán en distintas etapas del proceso de creación de la plataforma.

a) Implementación de la inteligencia artificial con la plataforma web. b) Desarrollo y mantenimiento de la plataforma. c) Convocatoria de entrevistadores d) Creación de redes sociales en plataformas diversas como instagram, facebook y tiktok

0. Recursos clave

Para el desarrollo de la plataforma web, los recursos clave indispensables están divididos en dos categorías: a) Recursos de diseño y desarrollo, que están compuestos por diseñadores gráficos, diseñadores ux/ui, desarrolladores web y diseñadores de softwares b) Profesionales evaluadores, que lo componen expertos en el desarrollo de procesos de selección y expertos en el uso de herramientas digitales relacionadas a las carreras diseño gráfico.

0. Aliados clave

Se propondrá establecer alianzas estratégicas con plataformas de cursos en línea como aliados clave, con el objetivo de mejorar las habilidades y competencias de los usuarios de la plataforma.

Se contará con la alianza de empresas y reclutadores interesados en los beneficios que ofrece la plataforma, ya que permitirá reducir el tiempo invertido en la búsqueda de candidatos, mejorando el filtro

0. Fuentes de ingresos

Como principal fuente de ingreso se establecerá un sistema de suscripción dirigido a recién egresados y a reclutadores y empresarios en busca de personal calificado para sus compañías. Este sistema dependerá del tipo de suscripción ya que puede ser mensual, semestral y anual.

Como segunda fuente de ingresos, la plataforma tendrá disponible espacios para integración de publicidad con patrocinadores.

1. Presupuestos

Tabla 1. Inversión Inicial

Ítem	Descripción de recursos	Cantidad	UM	Costo	Importe
1	1 Dominio web	1	UND	S/ 100.00	S/ 100.00
2	Plataforma Final RoundAi	1	UND	S/ 350.00	S/ 350.00
3	Desarrollador Front end	1	UND	S/ 4 000.00	S/ 4 000.00
4	Desarrollador Back end	1	UND	S/ 4 500.00	S/ 4 500.00
5	Hostinger	1	UND	S/ 40.00	S/ 40.00
6	Administrador	1	UND	S/ 1 500.00	S/ 1 500.00
Total					S/. 10 490.00

Tabla 2. Presupuesto de Gastos Mensuales

Ítem	Descripción de recursos	Cantidad	UM	Costo	Importe
1	Plataforma azure integrada con IA	1	UND	S/ 1,140.00	S/ 1,140.00
2	Desarrollador Back end	1	UND	S/ 750.00	S/ 750.00
3	Desarrollador front end	1	UND	S/ 750.00	S/ 750.00
4	Equipo de marketing	1	UND	S/ 2,500	S/ 2,500
5	Publicidad	1	UND	S/ 150.00	S/ 150.00
Total					S/ 5290.00

Tabla 3. Ingresos

Ítem	Categoría	Costo unitario	Estimado total de unidades vendidas al mes	Ingreso estimado mensual	Ingreso estimado trimestral
1	Suscripción mype	S/ 250	5 und	S/ 1250.00	S/ 3750.00
2	Suscripción empresas grandes	S/ 1300	3 und	S/ 3900.00	S/ 11 700.00
3	Publicidad	S/ 150	5 und	S/ 750.00	S/ 2250.00
4	Suscripción egresados	S/ 90	10 und	S/ 900.00	S/ 2700.00
				Total	S/ 20 400.00

Tabla 4. Utilidad/Pérdida

Total de ingresos estimados	Total de inversión	Total de gastos	Utilidad/Pérdida
S/ 20 400.00	S/ 10 829.00	S/ 5290.00	S/ 4281.00

0. Resultados

J.E.T. Ha logrado avances significativos en la innovación al ofrecer una plataforma que combina la evaluación de competencias técnicas y blandas mediante inteligencia artificial, junto con recursos de aprendizaje en línea para los usuarios. De esta manera, J.E.T. está contribuyendo positivamente a la inclusión social y económica al ayudar a los jóvenes egresados a ingresar al mercado laboral y al facilitar el proceso de reclutamiento para las empresas.

Parte del reto que sí se cumplió:

- J.E.T. proporciona oportunidades laborales para los jóvenes egresados, lo que contribuye a su inclusión económica.

- La plataforma facilita el acceso a empleos para personas de diferentes orígenes y situaciones económicas, promoviendo así la inclusión social.
- Los segmentos de clientes identificados (jóvenes egresados, reclutadores y empresarios) se benefician de la plataforma de diversas maneras, como la mejora en el proceso de reclutamiento y la disponibilidad de candidatos mejor preparados.

Parte del reto que no se cumplió completamente:

- Aún no se ha considerado cómo J.E.T. aborda la inclusión política.

Los resultados mostrados pueden ser atribuidos a una combinación de factores, como la dedicación del equipo detrás de J.E.T. para desarrollar y mejorar la plataforma, la demanda creciente de soluciones innovadoras en el mercado laboral, y la capacidad de adaptación y evolución de la plataforma en respuesta a las necesidades y comentarios de los usuarios. Así como también proporcionar oportunidades laborales y facilitar el acceso al mercado laboral para una amplia gama de personas.

0. Conclusiones

J.E.T aborda directamente el desafío del difícil acceso al mercado laboral para los recién egresados de las carreras de Comunicaciones en Lima, Perú, en el año 2024, en línea con el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 10, Meta 10.3, que busca promover la inclusión social y económica, así como la igualdad de oportunidades para todos.

En un contexto donde los nuevos profesionales enfrentan bajas oportunidades laborales debido a la falta de experiencia, la plataforma innovadora ofrece una solución integral. Integrando inteligencia artificial, la plataforma permite a los recién egresados medir su nivel competitivo en conocimientos técnicos y habilidades blandas a través de entrevistas con inteligencia artificial emocional.

Durante el período de prueba, se recibió una respuesta abrumadoramente positiva por parte de los usuarios que pudieron ver el prototipo. La capacidad de nuestra plataforma para identificar habilidades individuales y sugerir áreas de mejora mediante el uso de inteligencia artificial ha demostrado ser altamente valiosa para nuestros usuarios. La satisfacción y el entusiasmo expresados por los usuarios no solo valida nuestro enfoque, sino que también refuerza la importancia de continuar desarrollando soluciones tecnológicas innovadoras para el crecimiento personal y profesional. Este proyecto tiene un potencial significativo para impactar positivamente a un amplio espectro de personas en su búsqueda por alcanzar su máximo potencial.

0. Bibliografía

(N.d.-b). Manpowergroup.Pe. Retrieved March 15, 2024, from

https://www.manpowergroup.pe/wps/wcm/connect/manpowergroup/47cb2684-de23-4bab-ab64-75ccf882402b/PERU_Escasez+de+Oportunidades+Laborales++para+los+Jóvenes+2022.pdf?MOD=AJPERES

(N.d.-d). Rae.Es. Retrieved March 15, 2024, from <https://dle.rae.es/>

(N.d.-c). Redalyc.org. Retrieved March 15, 2024, from

<https://www.redalyc.org/journal/3606/360671619006/html/#:~:text=Algunos%20autores%20definen%20la%20asesor%C3%ADa,realmente%20responsable%20de%20hacer%20la>

Brousset López, A., Nicolas, R. B., Sánchez Vargas, C., Vigo Rodriguez, B., & Ysa Higa, K. (2022). Escasez de oportunidades laborales para los jóvenes (Para optar el grado de bachiller en Administración y Marketing, Administración y Negocios del Deporte, Administración y Negocios Internacionales). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

Building technology that understand, supports and predicts human behavior. (2024, 29 de febrero). Smarteye. [Building technology that understands, supports and predicts human behavior. - Smart Eye](#)

Casanova, I, Canquiz, L, Paredes Chacín, Í y Inciarte González, A. (2018). Visión general del enfoque por competencias en Latinoamérica. *Revista de Ciencias Sociales*.

Evaluación continua y ayuda al aprendizaje. Análisis de una experiencia de innovación en educación superior con apoyo de las TIC. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 5(3), 783-804.

Fernández, E. C. (2021, Febrero 20). ¿Qué es la inteligencia artificial emocional? Tokio School. <https://www.tokioschool.com/noticias/inteligencia-artificial-emocional/>

Final Round AI: Interview copilot. (n.d.). Finalroundai.com. Retrieved March 15, 2024, from <https://www.finalroundai.com/>

García Aymar, Jorge. (2021). Desempleo Laboral y la propuesta de la comunicación online para posicionar a una plataforma de empleo digital dirigida a comunicadores egresados de las universidades de Lima durante la pandemia del Covid-19. (Título Profesional de Licenciado en Diseño Digital Publicitario). Universidad Tecnológica del Perú.

García, W. F. (2020). Plataformas digitales.

Informe Técnico Situación del Mercado Laboral en Lima Metropolitana. (2022). [Informe de Empleo N° 2 - Trimestre: Nov - Dic 2021 - Ene 2022.pdf \(www.gob.pe\)](#)

Januario, C. (2019). Guía UX. Aprende los principios de la experiencia de usuario. México, D.F. [a20v41n05p09-libre.pdf \(d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net\)](#)

Luna, A. C. (2017). *Creación de páginas web con Wordpress*. ICB Editores. [Creación de Páginas Web con Wordpress - Ainoa Celaya Luna - Google Libros](#)

[Mendez \(2017\), Item Type, & Thesis, I.-R. \(n.d.\). Propuesta de estrategia de comunicación basada en la utilización de redes sociales para optimizar la gestión comercial de pequeñas empresas del sector comercio en Lima Metropolitana. Edu.Pe. Retrieved March 15, 2024, from https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625043/BustamanteM_K.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625043/BustamanteM_K.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Nicolás (2013) Item Type, & Thesis, I.-R. (n.d.). Propuesta de estrategia de comunicación basada en la utilización de redes sociales para optimizar la gestión comercial de pequeñas empresas del sector comercio en Lima Metropolitana. Edu.Pe. Retrieved March 15, 2024, from https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625043/BustamanteM_K.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Peralta Galarreta, c., & León Llerena, e. (2022). Plataforma web para generar la contratación y valoración de jóvenes diseñadores de 20 a 25 años en Lima - Perú (Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en Publicidad y Marketing Digital). Toulouse Lautrec.

Salvador, C. C., Villach, M. J. R., Saíz, R. M. M., & Llanos, M. N. (2007).

Usage statistics and market shares of content management systems (2024, 5 de febrero). W3Techs. https://w3techs.com/technologies/overview/content_management

Valenzuela Plasencia, K., Gonzales Montalvan, C., & Chuquilín Hernández, O. (2022). Modelo Prolab: EMPLEATE, plataforma digital para freelancers de los niveles socioeconómicos B- C y D+, graduados de universidades públicas y privadas del Perú (Tesis para obtener el grado de magíster en Administración estratégica de empresas).La Pontificia Universidad Católica del Perú.

