ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
"TOULOUSE LAUTREC"

PLATAFORMA DIGITAL PARA CONECTAR A JÓVENES EGRESADOS DE CARRERAS CREATIVAS CON OPORTUNIDADES LABORALES EN LIMA METROPOLITANA 2024

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

AUTOR:
VALERIA ALEJANDRA ORTIZ GUEVARA
(https://orcid.org/0000-0002-2793-1660)

Trabajo de Investigación para obtener el grado de Publicidad y Marketing Digital

AUTOR:
VERONICA LYSSET AYALA MARCELO
(https://orcid.org/0009-0003-1968-545X)

Asesor
JOSE ANTONIO CORAL MORANTE
(https://orcid.org/0000-0001-7774-1227)

Lima-Perú
Mes 2024

JMGC - Plataforma digital para conectar a jóvenes egresados de carreras creativas con oportunidades

ENVIO 56

ENVIO 56

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:468425185

Fecha de entrega
20 jun 2025, 6:29 a.m. GMT+2

Fecha de descarga
20 jun 2025, 6:38 a.m. GMT+2

Nombre de archivo
JMGC - Plataforma digital para conectar a jóvenes egresados de carreras creativas con oportunid....pdf

Tamaño de archivo
5.2 MB

38 Páginas

7674 Palabras

44.476 Caracteres

19% 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

18% Fuentes de Internet
1% Publicaciones
7% 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 proyecto de innovación aborda la escasa igualdad de oportunidades laborales para jóvenes egresados de carreras creativas en Lima Metropolitana. Consiste en el diseño y desarrollo de una plataforma digital para conectar a estos egresados, de entre 18 y 25 años, con empresas que valoran y remuneran justamente el talento creativo.

La plataforma facilita la inserción laboral de los jóvenes creativos y les ofrece herramientas para su desarrollo profesional. Los usuarios pueden crear perfiles donde muestran su talento, formación y portafolios, lo que permite a las empresas evaluar sus habilidades. Un sistema de reputación permite a las empresas calificar a los egresados según su desempeño, facilitando la sección de candidatos para puestos creativos.

Para asegurar transparencia y remuneración justa, la plataforma incluye modelos de contratos y herramientas para la gestión de pagos adaptados al mercado actual. Se organizan charlas para promover políticas laborales inclusivas y para abordar el estrés asociado con la búsqueda de empleo. Además, se fomenta la colaboración en proyectos multidisciplinarios mediante retos creativos propuestos por empresas.

El objetivo es conectar a jóvenes egresados de carreras creativas con oportunidades laborales y proporcionarles recursos para su desarrollo profesional. Este proyecto tiene el potencial de contribuir al crecimiento profesional de estos egresados y de fortalecer la equidad en el mercado laboral creativo en Lima Metropolitana.

Palabras clave: *Plataforma digital, Egresados creativos, Oportunidades Laborales*

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del trabajo de investigación

1. Contextualización del problema……6
2. Justificación……....8
    2.1. Justificación Social……..8
    2.2. Justificación Práctica……...9
    2.3. Justificación Metodológica……..9
3. Reto de Innovación…….10
4. Sustento teórico……..….11
    4.1. Estudios previos…….…...11
    4.2. Marco teórico……....14
5. Beneficiarios……19
6. Propuesta de valor……20
    6.1. Propuesta de valor……20
    6.2. Segmento de clientes……21
    6.3. Canales…….……21
    6.4. Relación con los clientes……..22
    6.5. Actividades clave…….22
    6.6. Recursos clave……..23
    6.7. Aliados clave……24
    6.8. Fuentes de ingreso……24
    6.9. Presupuesto…….…….26

7. Resultados…….….27

8. Conclusiones…….….28

9. Bibliografía…….……...30

10. Anexos……...36

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. *Proyección de Ingresos* …….. 25

Tabla 2. *Inversión Inicial* ……..... 26

Tabla 3. *Gastos Mensuales* ……27

1. Contextualización del Problema

En el Perú, las carreras creativas comenzaron a volverse más populares estos últimos años debido a la llegada de la era tecnológica, sin embargo, a pesar del crecimiento constante de las industrias creativas, sigue habiendo una alarmante desigualdad en las oportunidades laborales para los jóvenes graduados de estas carreras.

Los egresados de instituciones educativas dedicadas a formar profesionales creativos enfrentan numerosos desafíos para ingresar al mercado laboral y desarrollarse profesionalmente en un entorno tecnológico, donde la creatividad es una habilidad importante. Por ende, según (Pedrosa, 2022) aunque las instituciones educativas superiores brindan apoyo a sus estudiantes a través de bolsas de trabajo. Estas bolsas de trabajo son herramientas que permiten a las empresas reclutar candidatos durante un período de tiempo, de acuerdo a los requerimientos de estas.

Sin embargo, según (Christian, 2023) podría llevar a que los trabajadores jóvenes encuentren trabajos equivocados o trabajos que tienden a proporcionar un ambiente laboral tóxico. “Los recién graduados pueden verse expuestos a la explotación si no tienen la experiencia para distinguir entre el bien y el mal”, dice Hughes.

Por otro lado comenta (Aguado, 2020) La ausencia de posibilidades de empleo no solamente tiene un impacto en la situación financiera de las personas, sino que también afecta su bienestar emocional.

Es por esto que según (Tomás et al., 2017) La crisis económica que afecta a los jóvenes desempleados puede tener impactos negativos en su salud mental y bienestar psicosocial. Muchos de ellos se ven obligados a buscar empleos precarios como alternativa.

La situación se ve perjudicada por una serie de factores políticos y estructurales que restringen sus oportunidades laborales y de desarrollo, ya que según el INEI el Perú ha sido el

país con la tasa de desempleos más afectada, de los cuales el 20% son jóvenes. Esto ha causado graves consecuencias en el empleo juvenil, tales como desigualdad de género, falta de apoyo económico y peores condiciones laborales.

Dado que a lo largo de los años el aspecto político nos ha jugado en contra e incluso con la reciente pandemia que afectó a todo el mundo, debemos tener en cuenta que el contexto actual no es el mismo que hace unos años, cuando las personas estaban perdiendo sus empleos y oportunidades laborales.

Según (Fernandez, 2022), es difícil para los egresados de carreras creativas encontrar trabajo debido a la poca cantidad de ofertas laborales disponibles. Ya que muchas de estas ofertas laborales, ofrecen sueldos inadecuados, requisitos excesivos como experiencia previa y funciones ajenas al puesto. Además de la constante falta de supervisión en los portales de empleo hacia las empresas que publican anuncios con requisitos inapropiados.

Según (Villaseñor et al., 2021), muchos de estos profesionales no tienen empleos a tiempo completo o se encuentran desempleados debido al aislamiento experimentado durante el período de cuarentena. En consecuencia, algunos se ven obligados a iniciar un negocio por necesidad de ingresos o trabajo, donde la creatividad no necesariamente existe.

La falta de reconocimiento y valoración de algunos sectores empresariales y gubernamentales contribuye a la subestimación del potencial de estos jóvenes talentos, dando como resultado una escasez de trabajos formales y con buena remuneración dentro de estas industrias, lo que causa que muchos graduados busquen trabajos en sectores no relacionados o terminen emigrando en busca de mejores oportunidades.

Según el IEP, el 47% de los jóvenes peruanos considera emigrar debido a la creciente desconfianza en el futuro del país, lo que conllevaba no solo a la pérdida de ciudadanos, sino también de talento.

Por otro lado, las dificultades para acceder a una educación de alta calidad en estos campos también contribuyen a la desigualdad de oportunidades, ya que estas carreras suelen ser un poco más costosas. La falta de recursos en las instituciones educativas públicas, tales como el acceso limitado a becas y programas de apoyo para estudios superiores, reducen la posibilidad de que muchos jóvenes talentosos puedan formarse como profesionales en áreas creativas.

Según (Daniela Trucco, 2015), es importante fomentar la generación de procesos de transición de la educación a empleos de mayor calidad y adecuados. Asimismo, es fundamental promover la existencia de un marco legal y de políticas públicas que aseguren la oportunidad de construcción de trayectorias de trabajo decente para los jóvenes, ya que gracias a los diversos programas de promoción de la empleabilidad, la generación de empleo, autoempleo y emprendimiento, es posible mejorar las condiciones laborales, los niveles de formalización y protección social para los jóvenes trabajadores.

2. Justificación

2.1 Justificación Social: Los egresados de carreras creativas se verán favorecidos al tener acceso a un recurso que les permitirá encontrar oportunidades laborales que estén alineadas con sus habilidades y formación académica, también tendrán accesos a charlas, inducciones, retos, mentorías y una gran comunidad de profesionales con carreras no convencionales; proporcionándoles una satisfacción laboral al desarrollarse en un entorno que valorará su creatividad y conocimientos específicos. Las empresas y empleadores se beneficiarán al acceder

a profesionales altamente cualificados, lo que promueve un entorno laboral más diverso y enriquecedor. Además, la sociedad se beneficia al fomentar el desarrollo profesional de egresados de carreras creativas, enriqueciendo el entorno cultural y empresarial, y promoviendo la innovación y el progreso en diversas áreas como las artes, el diseño, la tecnología, la comunicación y el marketing.

2.2 Justificación Práctica: Se busca dar a conocer la escasa igualdad de oportunidades laborales para jóvenes egresados de carreras creativas en Lima Metropolitana. Esta carencia de orientación laboral adecuada representa un desafío en su transición al mundo laboral, generando incertidumbre y desmotivación, limitando así sus oportunidades de desarrollo profesional y afectando negativamente su futuro.

2.3 Justificación Metodológica: Se empleó la metodología Toulouse Thinking para ejecutar este proyecto de investigación, con el propósito fundamental de diseñar una solución con potencial valor práctico. Se han seguido las cuatro fases de esta metodología: investigación, ideación, desarrollo y transferencia; estas fases guían el desarrollo de la tesis desde conceptos relevantes hasta aspectos más complejos.

Además, utilizamos el Modelo Canvas para estructurar nuestro proyecto. Este modelo consta de nueve bloques: segmento de cliente, propuesta de valor, canales, relaciones con clientes, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades clave, socios clave y estructura de costos. Estos bloques fueron cruciales para orientar nuestra investigación y asegurar un enfoque integral.

3. Reto de innovación

Creación de una plataforma digital enfocada en ayudar continuamente a los egresados de carreras creativas a poder encontrar un trabajo en Lima Metropolitana.

3.1 Preguntas

3.1.1 Pregunta general

¿De qué manera podríamos apoyar a los egresados de carreras creativas en Lima Metropolitana a encontrar trabajo?

3.1.2 Preguntas específicas

P1**:** ¿Cuáles son los métodos que se utilizarán para investigar las necesidades de los egresados de carreras creativas en Lima Metropolitana?

P2: ¿Qué materiales se utilizarán para la creación de una solución destinada a ser utilizada por egresados de carreras creativas en Lima Metropolitana?

P3: ¿De qué manera se puede determinar el impacto de la solución para los egresados de carreras creativas en Lima Metropolitana?

3.2 Objetivos:

3.2.1 Objetivo general:

Diseñar una plataforma digital enfocada en ayudar continuamente a los egresados de carreras creativas a poder encontrar un trabajo en Lima Metropolitana, en el año 2024.

3.2.2 Objetivos específicos:

01**:** Investigar las necesidades de los egresados de carreras creativas en Lima Metropolitana utilizando métodos cualitativos y cuantitativos, como encuestas y entrevistas, para diseñar una plataforma digital que se adapte a sus requerimientos.

02: Definir los recursos y materiales como herramientas de diseño necesarias para el desarrollo de la plataforma digital que permitirá a los egresados de carreras creativas en Lima Metropolitana acceder a oportunidades laborales de manera eficaz.

03: Establecer criterios y métodos de evaluación, utilizando talleres generativos y validaciones, para medir el impacto de la plataforma digital en la inserción laboral de los egresados de carreras creativas en Lima Metropolitana.

4. Sustento Teórico

4.1 Estudios previos

(Loo y Guillen, 2021) en el estudio "*Análisis de la dificultad de inserción laboral en los egresados de carreras creativas en Perú"* tiene como objetivo analizar los problemas que enfrentan los egresados de carreras creativas a la hora de buscar empleo y determinar cómo poder ayudarlos a obtener un trabajo de manera efectiva. A través de entrevistas donde se hicieron una serie de preguntas a los egresados de carreras creativas, los resultados mostraron que el principal problema para ingresar al mundo laboral de los recién egresados de carreras creativas se debe a su falta de experiencia laboral y desinformación con respecto a su propia carrera. Al identificar cuáles eran las dificultades que enfrentaban, se propuso una aplicación móvil donde los egresados pudieran informarse sobre sus carreras creativas, y obtener seguimiento personalizado que los ayude a integrarse con éxito en el mundo laboral.

De la misma manera (Castro y Amésquita, 2022) en el *"Estudio de la influencia del personal branding en el desarrollo profesional de los estudiantes y egresados de carreras creativas"* se analiza la importancia del "personal branding" o marca personal en el desarrollo profesional y laboral en un mercado altamente competitivo y en constante cambio. Para esta

investigación, se realizaron 215 encuestas con la finalidad de entender mejor el problema, concluyendo que el personal branding puede resultar beneficioso en el mercado laboral, ya que permite a los profesionales resaltar sus habilidades y conectarse con sus potenciales empleadores. Publicar sus trabajos en redes sociales, generar una conexión con los potenciales clientes, y lograr diferenciarse, es importante para destacar y tener un mejor desarrollo profesional.

En el siguiente estudio (Medina y Cuglievan, 2021). "*Chamba es chamba, proyecto social en Instagram: Estrategia de relanzamiento y re-branding".* Se tuvo como objetivo impactar en la vida de las personas a través de la comunicación digital, brindando herramientas para que los jóvenes inicien su vida laboral exitosamente. Mediante el engagement mínimo del 8%, así como alcanzar una base mínima de 3000 seguidores. Mientras que en los objetivos de comunicación fueron la recomendación "boca a boca", lograr un buen posicionamiento dentro del top of mind de los estudiantes de Comunicación, como una plataforma para conseguir prácticas. La investigación que se realizó demuestra la importancia de conocer al público objetivo, llevar a cabo una buena investigación y ejecutar estrategias constantes para lograr un impacto positivo en la vida de las personas a través de la comunicación digital.

Se buscó la participación de las personas y comunidades por las cuales se realizó el proyecto, tomando en cuenta las decisiones conjuntas, la inclusión y la colaboración de estos. Los resultados de la investigación finalizan con gratas sorpresas debido a que se superó las expectativas que se tenían en un inicio, confirmando así el logro de los objetivos, cerrando como idea central que se tiene a chamba es chamba como una comunidad para practicantes, siendo una página que cuelga empleos y una empresa de asesoría y talleres. En donde también demuestra que son una comunidad y no solo como un portal para conseguir trabajo. Además, la capacidad

que este proyecto pudo proporcionar para generar una estrategia efectiva, creando así no solo una página en donde conseguir trabajo, sino también la pertenencia a una gran comunidad.

(Vega y Paico, 2021) "*Adecuada inserción al mundo laboral de los egresados de profesiones creativas a través del portal web de empleo: Creactiva."* Tuvo como objetivo implementar una idea o estrategia innovadora que ayude a asegurar una inserción adecuada al mercado laboral para los egresados creativos. Mediante un modelo de negocio con planes premium disponible para empresas que deseen ofrecer puestos de trabajo en CreActiva (web dirigida a los egresados de profesiones creativas), los egresados tendrían la posibilidad de encontrar una empresa donde desarrollar su carrera profesional. Implementaron la metodología mixta en su investigación, basando la mayoría de su tesis con información sacada de encuestas, entrevistas e información relacionada con su tema. Su investigación dio como resultado que los egresados no cuentan con herramientas para encontrar prácticas laborales, debido a esto el proceso puede ser estresante y tedioso. Finalmente, CreActiva (web dirigida a los egresados de profesiones creativas) logró cumplir con el objetivo propuesto por los investigadores, facilitando la búsqueda de ofertas laborales para los egresados creativos y potenciando su experiencia antes, durante y después de su inserción al mundo laboral.

En el siguiente estudio (Guillen y Guerrero, 2021) *"Los egresados de carreras creativas de los institutos superiores tienen dificultad para la inserción laboral"* tiene como objetivo equiparar las oportunidades de empleo disponibles para los egresados de carreras creativas técnicas disponibles para los egresados de carreras creativas con las de sus pares universitarios en este campo. La investigación se ha iniciado con un riguroso análisis de datos estadísticos, tesis y artículos académicos relevantes sobre el empleo y desempleo en estas áreas específicas, seguido de encuestas segmentadas y talleres interactivos para comprender mejor las necesidades

y preocupaciones de este grupo demográfico. En este contexto, surge CSIWORKS, una plataforma integral diseñada para ofrecer asesorías personalizadas, cursos y talleres que potencien las habilidades blandas y mejoren los portafolios de los egresados, así como proporcionar un espacio donde puedan compartir sus trabajos y conectarse con empresas del sector creativo. La plataforma se posiciona como una herramienta exclusiva para creativos, adaptada a sus necesidades específicas y a la forma en que interactúan con la tecnología. A través de esta iniciativa, se busca no solo abordar la problemática del desempleo, sino también fortalecer la empleabilidad y las oportunidades de desarrollo profesional de los jóvenes egresados de carreras creativas técnicas en el contexto peruano.

4.2 Marco teórico

Uno de los principios fundamentales que sustenta este proyecto es la **creatividad**, que es definida en el libro "Anatomía de la creatividad" por (Dr Guilera, 2020) como: "La capacidad de cambiar la realidad aportando soluciones óptimas a problemas concretos es una capacidad humana que prospera en entornos de máxima complejidad, porque requiere soluciones paralelas a aspectos ambientales, económicos, sociales, industriales, antropológicos, de desarrollo sostenible, etc." (párr. 1)

Y teniendo a la creatividad como principio fundamental también se cuenta con las **habilidades creativas,** ya que gracias a estas uno puede interactuar de una manera diferente a los objetivos que se propongan; puesto que "Las capacidades creativas de los estudiantes se pueden reconocer a través de sus interpretaciones, demostraciones, acciones y productos. Ser creativo implica crear algo que previamente no existía." De Bono, E. (1999, p.28); así como también se destaca que "Todas las personas tienen la capacidad de mostrar creatividad en cualquier

momento de sus vidas, aunque es beneficioso cultivar esas habilidades, especialmente durante la etapa escolar. "Individuos creativos exploran la fantasía, la imaginación y un sentido original de la realidad; la función principal de la creatividad es trascender lo que la mayoría considera como existente para dar origen a una nueva realidad". Huerta, J., & Rodríguez, G. (2006, p. 113). Es por esto que la gente con habilidades creativas tiende a mostrar curiosidad por comprender y descubrir su entorno, interpretando la realidad de manera que les permite generar ideas originadas en la imaginación o la fantasía.

Otro concepto relevante en esta investigación es el **desempleo** definido por (Bayeto y Cañari, 2023) como: “El desempleo no es un problema en sí mismo, sino una condición temporal que todo empleado espera encontrar en algún momento de su vida laboral, ya sea porque es nuevo en el mundo laboral y está buscando su primer empleo o porque ha sido despedido y desea volver a otro trabajo o simplemente dejarlo voluntariamente con la esperanza de regresar a un puesto que puede mejorar su calidad de vida. Sin embargo, hay situaciones en las que el mantenimiento de un cierto nivel de desempleo y, por tanto, de una duración media más prolongada del desempleo, conducirá a un deterioro significativo de la calidad de vida de quienes lo padecen. Esto puede explicarse por el hecho de que, al estar desempleadas, las personas en general empiezan a sentir que su situación financiera se deteriora, lo que si se mantiene durante un largo período de tiempo puede conducir a un grave deterioro tanto en la calidad como en la calidad de su vida y sus familias.” (párr. 2)

Es por eso que para buscar una solución a este problema se decidió utilizar la creación de una **página web**. Definido por (Martínez Rolán, 2019) de la siguiente manera: “El diseño web involucra la creación de páginas web, abarcando la planificación, el diseño, la implementación y el mantenimiento de los sitios web. Este proceso va más allá del diseño gráfico convencional, ya

que implica la integración del diseño gráfico con la interactividad, la experiencia de usuario, la usabilidad y la arquitectura de la información. Además, el diseño web puede incluir elementos multimedia como sonido, animaciones o video."

Ahora una **página web personalizada** en base al comportamiento del usuario, según (Anna, 2020) es una herramienta poderosa para obtener información de los clientes y mejorar los contenidos para ofrecer lo que necesitan. Esto establece una relación valiosa con los consumidores al proporcionarles lo que desean encontrar y transmitirles un sentimiento de conocimiento. Además, el desarrollo personalizado de un sitio web tiene un impacto positivo en otras áreas de marketing, como los contenidos, al ofrecer contenido inteligente que se personaliza según las características del visitante. Esto garantiza que sea relevante y genere interés.

La empleabilidad es un concepto al que también recurrimos en esta investigación, (Llinares, 2020) la define como: "El neoliberalismo utiliza el concepto de empleabilidad como fuerza clave y motor del trabajo. Teniendo esto en cuenta, están surgiendo muchos y variados enfoques, que pueden dividirse en tres direcciones: una que se centra en la responsabilidad individual, la segunda que se centra en la crítica de todos los supuestos del movimiento anterior y, en tercer lugar, un enfoque integrado del empleo, denominado Modelo Bioecológico de la Empleabilidad (MBE). Este último concepto abarca la complejidad de todo tipo de grupos y situaciones en las que se utiliza el término. Proporciona, por tanto, un concepto de empleabilidad que permite analizar la empleabilidad tanto de un joven estudiante como de un adulto en una empresa socialmente integrada."

Otra de las bases fundamentales que hace a nuestro proyecto diferente es **la capacitación,** (Lopez, 2017) la define como: "El impulso de procesos continuos de formación, educación o

aprendizaje, que permite que los trabajadores tengan la posibilidad de realizar adecuadamente un trabajo o función, así como desarrollar sus propios potenciales, ya sean innatos o adquiridos y, de este modo, tener un quehacer digno y reconocido dentro de las organizaciones. Apreciar la capacitación es fundamental para identificar los procesos que componen la administración de los recursos humanos, pero también lo es para lograr que una organización se mantenga vigente y competitiva dentro de un mercado cada vez más exigente y competitivo."

El networking es un concepto al que también recurrimos debido a lo importante que es este para todo tipo de carreras, (Capel, 2008) expresa que: "En definitiva, la base principal del networking es construir relaciones con personas de tu entorno profesional que quieran hacer negocios contigo o con las que puedas hacerlo en un futuro de una forma u otra. Es una forma de venta personal en cierto modo. Tienes que dar a conocer en qué eres profesional y las ventajas de la compañía en la que trabajas para que tus contactos te pidan mayor información y te ganes su confianza. Networking también se basa en generar notoriedad, darte a conocer, que seas una buena referencia para que tus contactos te recomienden a otras personas. Es una herramienta que cada vez va ganando más peso en las empresas, sobre todo dando mayor valor a aquellos profesionales que cuentan con una buena red de contactos y saben moverse para generar mayor negocio para las empresas en las que trabajan."

El **sistema de reputación** es otro concepto relevante en esta investigación, definido por (Dellarocas, 2010) como: "La transmisión digital de información dentro de comunidades en línea, que se asemeja al intercambio de información de boca en boca en el mundo físico. Lo que genera un impacto significativo, ya que los sistemas de reputación generan confianza en los entornos digitales".

Otra base fundamental de nuestro proyecto son los **perfiles profesionales** definidos por (Hawes & Corvalán, 2005) como: “La descripción de las habilidades que identifican a un profesional en una determinada área. Estas descripciones permiten que la sociedad perciba a este individuo como un profesional capacitado para realizar tareas específicas. Además, estos perfiles profesionales pueden variar dependiendo del nivel de experiencia.”

La **inserción laboral** es un concepto al que también recurrimos en esta investigación, según Bisquerra lo define como: “Un proceso que involucra distintos factores, como habilidades y educación, además de las oportunidades disponibles en el mercado laboral. Cuando una persona coincide con las necesidades del mercado, se produce un encuentro entre su capacidad de conseguir empleo (empleabilidad) y la disponibilidad del puesto de trabajo (ocupabilidad).” (como se cita en Cravero, 2016/2017, p. 18)

Los **talleres virtuales** es otro concepto relevante definido por (Valdivia & Acuña, 2020) como: “Actividades en las que se utiliza la tecnología para llevar a cabo sesiones de aprendizaje de forma remota. Estos talleres virtuales permiten a los participantes interactuar y aprender a través de recursos digitales. Además, están diseñados para abordar temas específicos y son una estrategia efectiva para el desarrollo de competencias profesionales, ya que permiten a los participantes aplicar lo aprendido en un entorno real.”

Los **eventos virtuales** según Stringnet (2022) son “Experiencias digitales que simulan la interacción cara a cara entre un grupo de personas. Estos eventos ocurren en un entorno completamente digital respaldado por tecnología. Los participantes se reúnen en torno a un tema específico o un objetivo común. Algunos ejemplos de estos eventos incluyen la obtención de información sobre un tema de interés, disfrutar de entretenimiento, resolver problemas relacionados con un tema específico, recibir formación.”

La **motivación laboral** (Dávila y Agüero, 2021) es definida como: “En el caso específico de la motivación laboral, la misma se constituye como un estado interno que acciona y orienta los pensamientos, dirigida a estimular, conservar y dirigir la conducta hacia un determinado propósito, generando conductas que cambian en el nivel de activación e intensidad del comportamiento (Arias, 2006).”

Un concepto que identificamos gracias a las entrevistas y encuestas es la **explotación laboral,** (Gómez, y otros, 2022) lo define como: “La explotación laboral es un flagelo que consiste en el abuso que ejercen los empleadores con sus empleados. Esto no solamente se refiere al aspecto económico, sino también físico y mental, la imposición de largas horas extras en muchos casos no remuneradas que van acompañados de malos tratos, amenazas, entre muchas cosas más.”

5. Beneficiarios

Los beneficiarios de esta investigación son jóvenes egresados de carreras creativas en Lima Metropolitana, quienes se encuentran en una etapa importante de transición hacia el mundo laboral. Estos jóvenes, entre 18 y 25 años, de nivel socioeconómico B y C, incluyen tanto hombres como mujeres que esperan encontrar un trabajo que valore su creatividad y les ofrezca una remuneración justa.

A menudo, se enfrentan a la presión de sus familias, quienes constantemente preguntan cuándo conseguirán trabajo. Para intentar encontrar oportunidades laborales, dedican su tiempo a revisar portales de empleo como LinkedIn, Computrabajo, etc. Sin embargo, se encuentran con varios obstáculos, ya que muchos de los trabajos disponibles no ofrecen una remuneración

adecuada, requieren realizar tareas que no están relacionadas con su carrera y solicitan años de experiencia laboral que estos jóvenes no tienen.

Según (Chui, 2022) La falta de experiencia laboral es una de las mayores dificultades que pueden enfrentar los recién egresados. Muchos centros laborales exigen más de 6 meses de experiencia para contratar a un candidato, lo que los deja en desventaja, ya que sus opciones se limitan.

La falta de experiencia laboral hace que muchos de estos jóvenes no sepan cómo desenvolverse, lo que les genera inseguridad a la hora de presentarse en entrevistas, negociar salarios o defender sus ideas. Entender sus experiencias y necesidades es necesario para proponer soluciones que los ayuden a superar las dificultades que enfrentan y a alcanzar su máximo potencial en el mercado laboral.

6. Propuesta de Valor

6.1. Propuesta de valor

Consiste en la creación de una plataforma digital destinada a conectar a recién egresados de carreras creativas, entre 18 y 25 años de edad, con empresas que valoran y remuneran de manera justa el talento creativo en Lima Metropolitana. Esta plataforma tiene como propósito principal facilitar la inserción laboral de estos jóvenes, a la vez que les proporciona herramientas y recursos para su desarrollo profesional continuo.

La plataforma permite a los egresados crear perfiles profesionales, lo que les ayuda a exhibir su talento y portafolios, mientras las empresas pueden evaluar sus habilidades y experiencia. Además, la plataforma incluye herramientas para promover la transparencia en los procesos de contratación y gestionar los pagos de manera justa y segura.

Otra característica es el espacio para charlas que fomentan políticas laborales inclusivas y abordan el estrés y la ansiedad relacionados con la búsqueda de empleo. Las empresas también pueden crear retos creativos para los egresados, promoviendo la colaboración y permitiendo que los jóvenes demuestren su talento en situaciones prácticas.

Por último, la plataforma tiene una sección para la creación de comunidades, permitiendo a los jóvenes interactuar y compartir ideas con otros profesionales creativos.

6.2. Segmento de clientes

Nuestro segmento de clientes se compone de jóvenes egresados de carreras creativas de 18 a 25 años de edad, tanto hombres como mujeres, que residen en Lima Metropolitana. Estos jóvenes pertenecen a los niveles socioeconómicos B y C y son usuarios activos de redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok. Estos egresados buscan oportunidades laborales en el sector creativo y utilizan sus dispositivos móviles y redes sociales para conectarse, compartir sus portafolios y buscar ofertas de trabajo.

6.3. Canales

Los principales canales de comunicación y promoción para nuestra plataforma serán las redes sociales, incluyendo Facebook, Instagram, TikTok y LinkedIn. A través de estas plataformas, podremos llegar a nuestro público objetivo y compartir contenido relevante para los jóvenes egresados de carreras creativas, que interactúan con frecuencia en estas redes.

Además, utilizaremos publicidad en Google Ads y en redes sociales para ampliar nuestro alcance y atraer más usuarios. Esta combinación de canales nos permitirá generar mayor

visibilidad y captar la atención de los jóvenes que buscan oportunidades laborales y recursos para su desarrollo profesional.

6.4. Relación con los clientes

Establecer una conexión y comunicación sólida con los clientes es esencial para generar confianza entre los usuarios. Para ello, hemos implementado una comunicación directa a través de la plataforma para ofrecer soporte y resolver dudas de manera efectiva. De esta forma, buscamos que los usuarios tengan un canal de comunicación rápido y confiable donde puedan obtener respuestas a sus preguntas y recibir asistencia técnica cuando lo necesiten.

Además, hemos integrado la personalización de la experiencia del usuario, brindando recomendaciones basadas en sus preferencias y comportamientos dentro de la plataforma. Esto permitirá a cada usuario acceder a contenido relevante, como ofertas de trabajo, cursos, y eventos relacionados con sus intereses, lo que contribuirá a una experiencia más atractiva y útil para nuestros clientes.

Por último, para asegurar la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios, mantenemos un equipo dedicado a brindar asistencia y orientación personalizada. Este equipo ayudará a los clientes a optimizar sus perfiles y aprovechar al máximo las herramientas que ofrece la plataforma. Con esta estrategia, buscamos establecer una relación duradera con nuestros usuarios, garantizando que obtengan el máximo valor de nuestra plataforma.

6.5. Actividades clave

Para llevar a cabo nuestro objetivo y garantizar el éxito de la plataforma, hemos establecido diversas actividades clave. La primera es el desarrollo y mejora continua de la

plataforma, para asegurarnos de que satisface las necesidades de nuestro público objetivo. Esto incluye trabajar constantemente en la funcionalidad, la interfaz de usuario y la experiencia del cliente, para que los usuarios encuentren la plataforma útil y atractiva.

Además, organizaremos eventos para fomentar la interacción y el networking entre nuestros usuarios. Estos eventos incluirán charlas y actividades que faciliten la colaboración y la creación de relaciones entre los egresados y las empresas. A través de estas actividades, buscamos construir una comunidad activa, donde los usuarios puedan beneficiarse mutuamente y encontrar nuevas oportunidades de desarrollo profesional.

6.6. Recursos clave

Para lograr los resultados deseados y mantener el desarrollo continuo de la plataforma, se necesitan varios recursos clave. En primer lugar, es importante contar con un programador web responsable de implementar y mantener las funciones técnicas de la plataforma. Este profesional se encargará de asegurar una experiencia fluida para los usuarios.

Además, el soporte técnico es un recurso esencial para resolver problemas y mantener el rendimiento óptimo de la plataforma. Este profesional se ocupará de identificar y solucionar errores, además de brindar asistencia a los usuarios que necesiten ayuda con el uso de la plataforma.

Otro recurso es el diseñador UX/UI, quien se encargará del diseño visual y la experiencia de usuario. Este profesional trabajará en la creación de una interfaz atractiva y fácil de usar, utilizando herramientas para desarrollar el diseño y las interacciones necesarias antes de ser implementadas por el programador.

6.7. Aliados clave

Para asegurar un flujo constante de talento creativo, hemos establecido alianzas con aliados clave. En primer lugar, colaboraremos con universidades e instituciones educativas para acceder a una red de egresados creativos. Estas alianzas nos permitirán conectar con egresados interesados en oportunidades laborales.

Otro aliado clave es el Ministerio del Trabajo, con el que buscaremos apoyo para garantizar que nuestra plataforma cumpla con las normas laborales y fomente prácticas justas para todos los usuarios. Esta colaboración ayudará a reforzar la credibilidad de la plataforma y a crear un entorno laboral seguro para los egresados creativos.

Además, trabajaremos con empresas del sector creativo para brindar a los egresados una amplia gama de oportunidades laborales. Estas asociaciones con empresas líderes del sector nos permitirán ofrecer ofertas de empleo para nuestros usuarios, a la vez que establecemos conexiones valiosas para el desarrollo profesional de los egresados.

6.8. Fuentes de ingresos

El modelo de sostenibilidad se basa en un enfoque Freemium, diseñado para atraer a jóvenes egresados de carreras creativas en búsqueda de empleo. En la versión básica, se ofrece acceso gratuito a la plataforma, con la inclusión de publicidad y algunas funciones limitadas. Los ingresos provienen de estos anuncios que se muestran a los usuarios mientras utilizan la plataforma.

Para aquellos que buscan una experiencia sin publicidad y acceso completo a todas las funcionalidades, ofrecemos suscripciones Premium con tres niveles: Básico, Avanzado y un Plan Personalizado para los usuarios que desean un enfoque más adaptado a sus necesidades

específicas. La suscripción Premium incluye ventajas como sesiones personalizadas, acceso a cursos especializados y otras funciones exclusivas.

A continuación, se mostrará la tabla 6.1 de ingresos aproximados para ilustrar las fuentes de ingreso esperadas y el potencial de crecimiento del proyecto. El mercado total de esta plataforma digital está compuesto por aproximadamente 6,000 alumnos al año, egresados de carreras creativas en Lima Metropolitana. Para la fase inicial del proyecto, se espera captar un mercado objetivo de 150 clientes, que representa el 2.5% del total. Esta cifra se basa en la suscripción mensual básica, lo que proporciona una base sólida para el modelo de negocio.

Tabla 1

Proyección de Ingresos

Categoría	**Costo unitario**	**Estimado del total de unidades vendidas al mes**	**Ingreso estimado mensual**	**Ingreso estimado trimestral**
Suscripción mensual básica	S/.30.00	150	S/.4.500,00	S/.13.500,00
Publicidad dentro de la web	S/.500.00	5	S/.2.500,00	S/.7.500,00
Suscripción mensual avanzada	S/.50.00	80	S/.4.000,00	S/.12.000,00
Suscripción Personalizada	S/.100.00	50	S/.5.000,00	S/.15.000,00
TOTAL				**S/.48.000,00**

Fuente: Elaboración propia

6.9. Presupuestos

La siguiente tabla 6.2 detalla la inversión inicial necesaria para el desarrollo y lanzamiento de nuestra plataforma digital.

Tabla 2

Inversión Inicial

Inversión Inicial	
Recursos Producción	
1 Laptop	S/.1.200,00
Dominio	S/.200,00
Host	S/.200,00
Recursos Administrativos	
Luz	S/.400,00
Internet	S/.100,00
Recursos Logísticos	
Programador Web	S/.3.500,00
Diseñador UX/UI	S/.2.000,00
Soporte Técnico	S/.1.500,00
TOTAL	**S/.9.100,00**

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se muestra la tabla 6.3 de gastos mensuales previstos para mantener y operar la plataforma digital.

Tabla 3

Gastos Mensuales

Gastos Mensuales	
Recursos Producción	
Dominio	S/.80,00
Host	S/.80,00
Recursos Administrativos	
Luz	S/.400,00
Internet	S/.100,00
Actualizaciones de Softwares	S/.200,00
Recursos Logísticos	
Programador Web	S/.2.000,00
Diseñador UX/UI	S/.1.500,00
Soporte Técnico	S/.1.500,00
Recursos de Difusión	
Publicidad en Redes Sociales	S/.500,00
Publicidad en Google Ads	S/.300,00
TOTAL	**S/.6.660,00**

Fuente: Elaboración propia

7. Resultados

Los resultados obtenidos durante el proceso de validación permitieron confirmar el cumplimiento del reto. Durante este proceso, los participantes mostraron un alto nivel de interés por la plataforma y la percibieron como una herramienta efectiva para conectarse con oportunidades laborales, exhibir su talento y establecer conexiones con otros creativos. Gracias a

la retroalimentación recibida, se identificaron áreas para mejorar, y se llevaron a cabo las acciones necesarias para hacer ajustes.

Las acciones realizadas incluyeron la reorganización de ciertas secciones para mejorar la visibilidad de elementos importantes. Se revisaron y ajustaron los planes de suscripción para garantizar flexibilidad, tomando en cuenta las sugerencias de los usuarios. También se implementó un sistema de soporte al usuario para brindar asistencia y responder a preguntas frecuentes, y se estableció un sistema de retroalimentación para recibir sugerencias y comentarios, lo que permitió mantener un proceso de mejora continua.

El éxito del reto de innovación se debió a varios factores clave. Primero, el enfoque en la experiencia del usuario y la atención a la retroalimentación contribuyeron a mejorar la usabilidad y accesibilidad de la plataforma. La flexibilidad en la oferta de planes, con opciones gratuitas y premium, permitió a los usuarios elegir según sus necesidades y presupuesto. Además, el compromiso con la mejora continua, mediante la constante revisión y corrección de detalles, aseguró que la plataforma brindara una experiencia satisfactoria para los egresados creativos.

La plataforma digital cumplió con el reto de innovación al ofrecer una solución eficaz para jóvenes egresados de carreras creativas en Lima Metropolitana. Los resultados mostraron que la plataforma tiene el potencial de ayudar a estos egresados a conectarse con oportunidades laborales y desarrollar sus carreras profesionales, generando un impacto positivo y duradero.

8. Conclusiones

La creación de la plataforma digital fue impulsada por la necesidad de abordar la escasa igualdad de oportunidades laborales para los egresados de carreras creativas en Lima Metropolitana. El objetivo general fue diseñar una plataforma digital enfocada en ayudar

continuamente a estos egresados a encontrar empleo, proporcionando recursos y herramientas que les permitieran acceder al mercado laboral con mayor eficacia. El diseño de la plataforma se completó con éxito y se logró validar su utilidad y efectividad a través de diversos métodos cualitativos y cuantitativos, incluidas encuestas y entrevistas.

Los objetivos específicos contribuyeron significativamente al logro del objetivo general. El primer objetivo específico, que consistía en investigar las necesidades de los egresados, fue clave para garantizar que la plataforma estuviera alineada con las expectativas y desafíos de su público objetivo. A través de este proceso de investigación, se obtuvieron datos valiosos que permitieron definir características y funcionalidades necesarias para abordar las necesidades específicas de los egresados creativos.

El segundo objetivo se centró en definir los recursos necesarios para el desarrollo de la plataforma. Se identificaron herramientas y capacidades técnicas necesarias para la implementación exitosa del proyecto. Esto incluyó la definición de recursos de producción, administrativos, logísticos y financieros, garantizando una estructura sólida para la creación y mantenimiento de la plataforma.

El tercer objetivo específico, que consistía en establecer criterios y métodos de evaluación, permitió medir el impacto de la plataforma en la inserción laboral de los egresados de carreras creativas. Los criterios de evaluación establecidos brindaron un marco para medir el éxito del proyecto, identificando áreas de mejora y asegurando que la plataforma continuara evolucionando para satisfacer las necesidades de sus usuarios.

Las conclusiones obtenidas sugieren que esta plataforma tiene el potencial de generar un impacto positivo en la comunidad creativa, permitiendo a los egresados conectarse con empleadores, desarrollar sus carreras y acceder a recursos valiosos para su crecimiento

profesional. Además, el proyecto demuestra la importancia de abordar problemas de equidad en el ámbito laboral y resalta el valor de la innovación para resolver desafíos complejos en un contexto cada vez más competitivo.

9. Bibliografía

Alex Christian. (2023). *Las compañías que están empujando a los jóvenes al agotamiento extremo.* BBC News. https://www.bbc.com/mundo/noticias-64639328

Amesquita Falcon, M. S., & Castro Poma, C. A. (2022). *Estudio de la influencia del personal branding en el desarrollo profesional de los estudiantes y egresados de carreras creativas* [Tesis de pregrado]. Escuela de educación superior privada Toulouse Lautrec, Lima, Perú. https://repositorio.tls.edu.pe/handle/20.500.12826/397

Bayeto Rendón, J. L., & Cañari Oscco, L. (2023). *Efecto del seguro de desempleo en el mercado laboral peruano desde la perspectiva del modelo de búsqueda y emparejamiento* [Tesis de pregrado]. Universidad del Pacífico, Lima, Perú. https://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/3973

Pedrosa (2022). *Las problemáticas que obstaculizan la inserción laboral de estudiantes de carreras creativas* [Tesis de pregrado]. Escuela de educación superior privada Toulouse Lautrec, Lima, Perú. https://repositorio.tls.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12826/228/Tesis%20-%20Las%20problem%C3%A1ticas%20que%20obstaculizan%20la%20inserci%C3%B3n%20laboral%

20de%20estudiantes%20de%20carreras%20creativas%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Chui, E. (2022). *¿A qué panorama se enfrentan los universitarios egresados en Perú?*. PeopleCrafter. https://peoplecrafter.com/a-que-panorama-se-enfrentan-los-universitarios-egresados-en-peru/

Cravero, D. S. (2016/2017). *Inserción Laboral, Nivel de Empleabilidad y Satisfacción del Estudiantado*. Universidad de Barcelona. https://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/118482?mode=full

De Bono, E. (1999). *El Pensamiento Creativo: El poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas.* (pág. 28). Paidós. Buenos Aires, Argentina. http://hdl.handle.net/11232/2011

Dávila, R. y Agüero, E. (2021). *Motivación y satisfacción laboral en el desempeño del empleado en las organizaciones de la ciudad de Lima, Perú.* Revista Visión Gerencial http://erevistas.saber.ula.ve/visiongerencial

Anna, G. (29 de abril del 2019). Página web a medida: su importancia en una estrategia 360°. We are marketing. https://www.wearemarketing.com/es/blog/smart-content-la-importancia-de-los-sitios-web-personalizados.html#

Daniela Trucco. (2015). *Juventud: realidades y retos para un desarrollo con igualdad.* Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Chile, Santiago. https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/b0fed7d7-8e1c-4846-be04-25e8f1dd1f75/content

Dellarocas C. (2010). *Online reputation systems: How to design one that does what you need.* MIT Sloan Management Review. https://sloanreview.mit.edu/article/online-reputation-systems-how-to-design-one-that-does-what-you-need/

Fernandez, V. H. (2022). *Las problemáticas que obstaculizan la inserción laboral de estudiantes de carreras creativas* [Tesis de pregrado]. Escuela de educación superior privada Toulouse Lautrec. Lima, Perú https://repositorio.tls.edu.pe/handle/20.500.12826/228

Guilera, Dr. (2020). *Anatomía de la creatividad* [Archivo PDF]. Escuela superior de diseño ESDi. Barcelona, España. https://esdi.es/wp-content/uploads/2018/04/Anatomia-de-la-creatividad.pdf

Guillen Chávez, E. J., & Guerrero Berrú, E. (2021). *Los egresados de carreras creativas de los institutos superiores tienen dificultad para la inserción laboral* [Tesis de pregrado]. Escuela de educación superior privada Toulouse Lautrec. Lima, Perú. https://repositorio.tls.edu.pe/handle/20.500.12826/53

Gonzales, M. A. (26 de septiembre de 2023). *El 47% de jóvenes peruanos considera irse a vivir o trabajar al extranjero*. Infobae. https://www.infobae.com

Huerta, J., & Rodríguez, G. (2006). *Desarrollo de habilidades directivas.* Pearson Educación. https://books.google.com

Hawes, G., & Corvalán, O. (2005). *Construcción de un perfil profesional*. [Archivo PDF] Proyecto Mecesup Tal, 101, 13-33. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net

INEI. (2021). *Oportunidades de empleo para los jóvenes en el Perú.* Ayuda en acción. https://ayudaenaccion.org.pe/actualidad/ayuda-en-accion-oportunidades-de-empleo-para-jovenes-en-peru/

Lopez, Ana. (2017). *Definición, Objetivos, importancia y marco filosófico de la capacitación.* Facultad de Contaduría y Administración, UNAM. https://repositorio-uapa.cuaieed.unam.mx/repositorio/moodle/pluginfile.php/1237/mod_resource/content/1/contenido/index.html#introduccion

Lopez, Felix. (2008). *El Poder del Networking. Trabaja tu red de contactos.* Editorial Netbiblo. España. https://books.google.es/books?id=EDBJWX4Tpf8C&lpg=PA5&ots=q2kMCCRsyd&dq=

red%20de%20contactos%20o%20networking%20definici%C3%B3n&lr&hl=es&pg=PP1#v=onepage&q&f=false

Llinares Insa. (2020). *La empleabilidad a debate: ¿Qué sabemos sobre la empleabilidad como estrategia de cambio social?* [Archivo PDF]. CIRIEC-España, Revista Jurídica de Economía Social y Cooperativa. https://revistas.uv.es/index.php/juridicaciriec/article/view/17017/15826

Loo Hu, E., & Guillen Chávez, E. J. (2021). *Análisis de la dificultad de inserción laboral en los egresados de carreras creativas en Perú* [Tesis de pregrado]. Escuela de educación superior privada Toulouse Lautrec, Lima, Perú. https://repositorio.tls.edu.pe/handle/20.500.12826/158

Stringnet (2022) Eventos virtuales: Qué son, tipos, beneficios y plataformas. Stringnet. https://www.stringnet.pe/blog/eventos-virtuales-que-son-beneficios/

Martínez Rolán. (2019). *Diseño de páginas web: WordPress para todos los públicos.* Catalunya, España, Editorial UOC. https://books.google.com

Medina Viale, D. A., & Cuglievan Blume, J. I. (2021). *Chamba es chamba, proyecto social en Instagram: Estrategia de relanzamiento y re-branding*. [Tesis de pregrado]. Universidad de Lima, Lima, Perú. https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/13785

Vía Vega, C. A., & Paico Nolasco, L. Y. (2021). *Adecuada inserción al mundo laboral de los egresados de profesiones creativas a través del portal web de empleo: Creactiva* [Tesis de pregrado]. Escuela de educación superior privada Toulouse Lautrec, Lima, Perú. https://repositorio.tls.edu.pe/handle/20.500.12826/259

Valdivia, S., Camargo, M., & Acuña, C. (2020). *Taller virtual como estrategia para la formación de competencias profesionales*. En Blanco & Negro, 11(1), 24-33. https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/enblancoynegro/article/view/23189

Villaseñor Et. (2021). *Intención emprendedora y creatividad en egresados de una universidad privada de la ciudad de lima* [Tesis de pregrado]. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú. https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/a22b811a-f683-4b3c-b709-46ecede713e0/content

Gómez, y otros. (2022). *Explotación laboral* [Archivo PDF]. Universidad Católica de Colombia. https://repository.ucatolica.edu.co/server/api/core/bitstreams/d7ab0faf-51b6-4f07-b2e8-44253fcfd15a/content

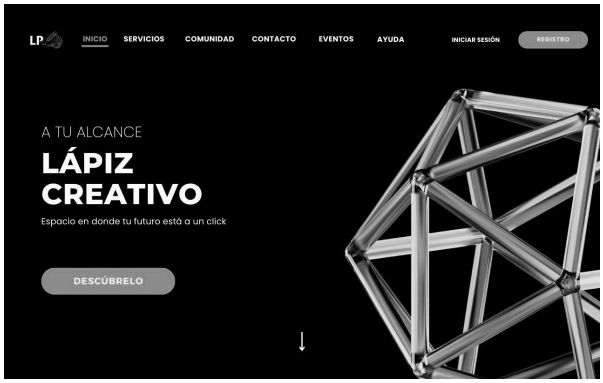
Aguado (2020). *Análisis de la dificultad de inserción laboral en los egresados de carreras creativas en Perú* [Tesis de pregrado]. Escuela de educación superior privada Toulouse Lautrec, Lima, Perú. https://repositorio.tls.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12826/158/Tesis_An%C3%A1lisis_

de_la_dificultad_de_inserci%C3%B3n_laboral_en_los_egresados_de_carreras_creativas_en_Per%C3%BA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

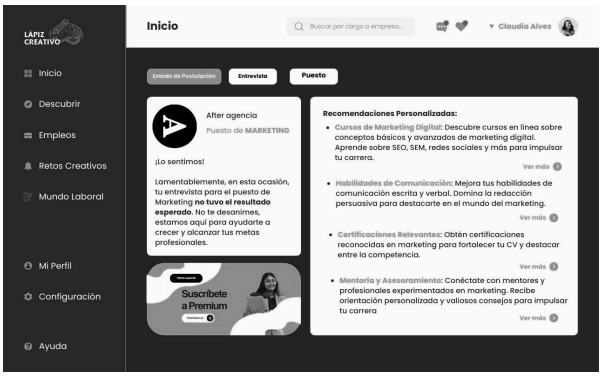
Tomás (2017). *Análisis de la dificultad de inserción laboral en los egresados de carreras creativas en Perú* [Tesis de pregrado]. Escuela de educación superior privada Toulouse Lautrec, Lima, Perú. https://repositorio.tls.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12826/158/Tesis_An%C3%A1lisis_de_la_dificultad_de_inserci%C3%B3n_laboral_en_los_egresados_de_carreras_creativas_en_Per%C3%BA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

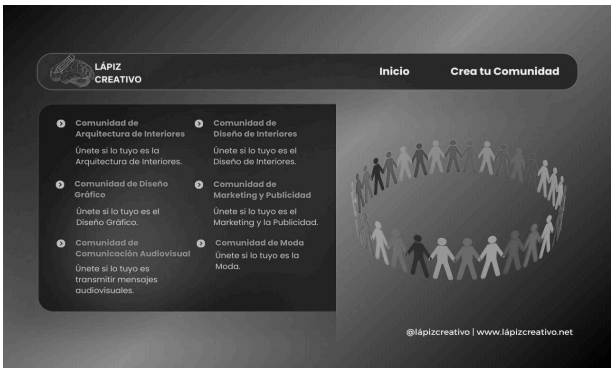
10. Anexos

Pantallas Visuales de la Plataforma Digital “Lápiz Creativo”







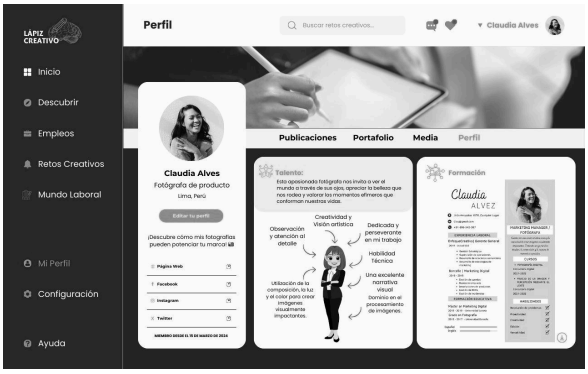


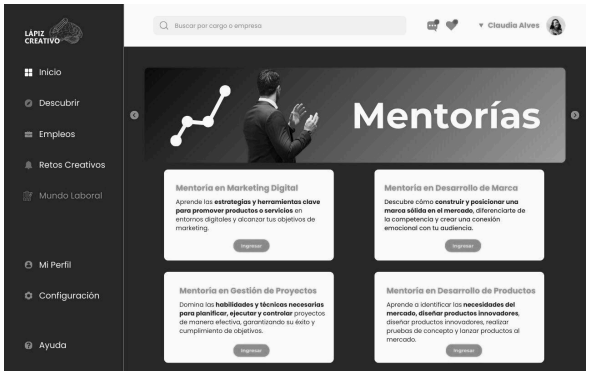

LÁPIZ CREATIVO
EVENTO
Este workshop gratuito es una oportunidad imperdible para explorar tu creatividad y expandir tus horizontes artísticos. Dirigido por las talentosas Brenda Wilson y Elena Martínez, este evento te sumergirá en un viaje de descubrimiento artístico. Desde técnicas innovadoras hasta consejos prácticos, este workshop te brindará las herramientas y la inspiración necesaria para llevar tu arte al siguiente nivel.
¡Reserva tu lugar ahora y déjate llevar por la magia del arte!
INSCRITO

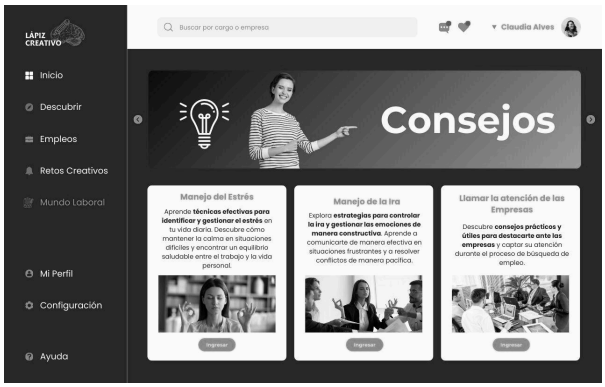

LÁPIZ CREATIVO
Planes
Elige el plan según tu necesidad, recuerda que cuentas con un mes gratis de membresía y luego ya se te cobrará al segundo mes, según tu plan.
Básico
s/. 30
1 cuenta.
Acceso a los Datos.
Crear Contenido.
Publicar Fotos.
Publicar Videos.
SELECCIONAR PLAN
Avanzado
s/. 50
1 Cuenta
Todo el Plan Básico.
Atención Personalizada.
Feedback Mensual.
Destaca tus Contenidos.
Acceso Ilimitado.
Ofertas y Descuentos.
Mayor Seguridad.
SELECCIONAR PLAN
Personalizado
Contactar
Todas las características de los planes anteriores, además de las características personalizadas que necesites.
Se realizará un presupuesto ajustado a tus necesidades.
CONTACTAR

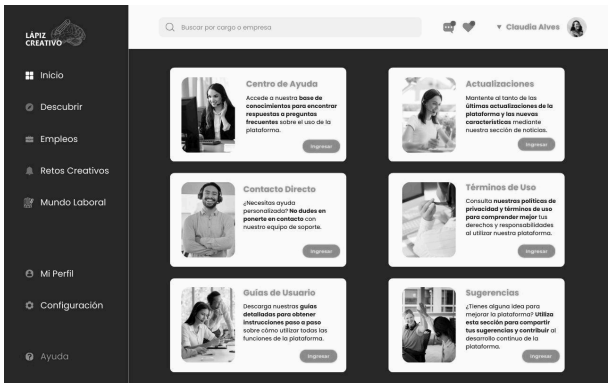

LÁPIZ CREATIVO
Buscar por cargo o empresa
Claudia Alves
Inicio
Descubrir
Empleos
Retos Creativos
Mundo Laboral
Mi Perfil
Configuración
Ayuda
Prepárate para el mundo laboral
Tipos de contratos
¿Cuánto debería ganar?
Contrato por obra o labor
Contrato de trabajo a término fijo
Contrato de trabajo a término indefinido
Contrato de aprendizaje
Descargar
Oferta especial
Suscríbete a Premium
Comienza ya


LÁPIZ CREATIVO
Buscar por cargo o empresa
Claudia Alves
Inicio
Descubrir
Empleos
Retos Creativos
Mundo Laboral
Mi Perfil
Configuración
Ayuda
Sistema de Reputación
¿Cómo Funciona?
Beneficios
Ver mi Sistema de Reputación
En Lápiz Creativo, valoramos la transparencia y la calidad en todas nuestras interacciones,. Es por eso que hemos implementado un sistema de reputación que permite a nuestros usuarios evaluar y ser evaluados en función de su desempeño y profesionalismo.
¿Cómo Funciona?
Calificaciones y comentarios: Después de completar un reto creativo, las empresas o usuarios pueden otorgarse mutuamente calificaciones y dejar comentarios detallados sobre su experiencia. Estas calificaciones y comentarios son visibles para todos los usuarios de la plataforma.
Puntuaciones Numéricas: Las calificaciones se basan en una escala numérica, donde los usuarios pueden otorgar de 1 a 5 estrellas, reflejando su nivel de satisfacción. Cuanto mayor sea la puntuación, mejor será la reputación del usuario en la plataforma.


LÁPIZ CREATIVO
Perfil
Buscar retos creativos...
Claudia Alves
Inicio
Descubrir
Empleos
Retos Creativos
Mundo Laboral
Mi Perfil
Configuración
Ayuda
Publicaciones
Portafolio
Media
Perfil
Claudia Alves
Fotógrafa de producto
Lima, Perú
Editar tu perfil
Talento:
Formación
Creatividad y visión artística
Observación y atención al detalle
Dedicada y perseverante en mi trabajo
Habilidad Técnica
Una excelente narrativa visual
Utilización de la composición, la luz y el color para crear imágenes visualmente impactantes.
Dominio en el procesamiento de imágenes.


LÁPIZ CREATIVO
Buscar por cargo o empresa
Claudia Alves
Inicio
Descubrir
Empleos
Retos Creativos
Mundo Laboral
Mi Perfil
Configuración
Ayuda
Mentorías
Mentoría en Marketing Digital
Aprende las estrategias y herramientas clave para promover productos o servicios en entornos digitales y alcanzar tus objetivos de marketing.
Ingresar
Mentoría en Desarrollo de Marca
Descubre cómo construir y posicionar una marca sólida en el mercado, diferenciarte de la competencia y crear una conexión emocional con tu audiencia.
Ingresar
Mentoría en Gestión de Proyectos
Domina las habilidades y técnicas necesarias para planificar, ejecutar y controlar proyectos de manera efectiva, garantizando su éxito y cumplimiento de objetivos.
Ingresar
Mentoría en Desarrollo de Productos
Aprende a identificar las necesidades del mercado, diseñar productos innovadores, realizar pruebas de concepto y lanzar productos al mercado.
Ingresar





Evidencias de los Talleres Generativos, Entrevistas y Encuestas







