ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
"TOULOUSE LAUTREC"

CREACIÓN DE UN PLATAFORMA INTERACTIVA QUE AYUDE SOLUCIONAR LA CARENCIA DE CONTACTOS LABORALES EN JÓVENES EGRESADOS CON EDUCACIÓN SUPERIOR EN LIMA METROPOLITANA

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

AUTOR:
SABRINA NAYELI ARANGUREN LUY
(https://orcid.org/0009-0002-7368-782X)

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

AUTOR:
NICOLE AKEMI BOULANGGER VENTURA
(https://orcid.org/0009-0007-1493-0144)

Asesor
LENY AMELIA PERCCA TREJO

(https://orcid.org/ 0000-0002-8363-8354)

Lima - Perú
2024

JMGC - Clickin- T_INVEST- SABRINA NAYELI ARANGUREN LUY.docx (2).pdf

ENVÍO 59 SIN REPOSITORIO

ENVÍO 59 SIN REPOSITORIO

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::11391:469820692

Fecha de entrega

25 jun 2025, 10:22 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

25 jun 2025, 10:53 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

JMGC - Clickin- T_INVEST- SABRINA NAYELI ARANGUREN LUY.docx (2).pdf

Tamaño de archivo

3.0 MB

35 Páginas

7187 Palabras

41.621 Caracteres

12% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado

Exclusiones

- N.º de fuente excluida

Fuentes principales

7%	Fuentes de Internet
1%	Publicaciones
8%	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 planteamiento de este estudio se debe a la alta tasa de desempleo entre los jóvenes egresados de instituciones de educación superior en el Perú. Esta problemática se ha visto agravada por la falta de contactos laborales.

Debido a esto, la investigación tiene como objetivo principal facilitar la inserción laboral y fomentar el desarrollo profesional de estos jóvenes. Se ha desarrollado una plataforma interactiva diseñada para ofrecer una experiencia integral en la búsqueda de empleo. Esta permite a los usuarios conectar con líderes profesionales del sector, proporcionando acceso a mayores oportunidades laborales.

La metodología Toulouse Thinking, en la investigación nos ayudó a identificar las necesidades y obstáculos que enfrentan los jóvenes, se generó ideas a través de las herramientas que nos proporciona esta metodología, llegando a soluciones y validando el prototipo con nuestro usuario, evaluando la viabilidad e impacto.

Nuestros beneficiarios son los jóvenes egresados de entre 20 a 25 años que enfrentan dificultades para ingresar al mercado laboral, además favorece de la misma forma los líderes profesionales y empresa en la búsqueda y reclutamiento joven.

Como resultado se ha logrado cumplir de manera satisfactoria con los objetivos establecidos para abordar el problema del desempleo juvenil en los egresados.

Palabras claves: desempleo, egresados, comunidad, contactos

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del Trabajo de Investigación

1. Contextualización del problema……06
2. Justificación……...08
   2.1 Justificación social……...……08
   2.2 Justificación práctica……...…….09
   2.3 Justificación metodológica……... …….09
3. Reto de Innovación…….....10
   3.1 Pregunta general…….....10
   3.2 Objetivo general…….....11
4. Sustento teórico…….....12
   4.1 Estudios previos…….....12
   4.2 Marco teórico…….....16
   4.2.1 Desarrollo de una plataforma interactiva…….....16
   4.2.2 Conceptualización de una plataforma interactiva ..…….....16
   4.2.3 Características de una plataforma interactiva..…….....16
   4.2.3.1 Flexibilidad……...…….....16
   4.2.3.2 Funcionalidad y usabilidad……...…….....16
   4.2.3.3 Interactividad…….……...…….....17
   4.2.4 Tipos de una plataforma interactiva…....…….....17
   4.2.4.1 Plataformas educativas…..……...…….....17
   4.2.4.2 Plataformas sociales……..……...…….....17
   4.2.4.3 Plataformas de comercio electrónico...…….....18
   4.2.4.4 Plataformas especializadas……...…….....18
   4.2.4.5 Importancia de una plataforma interactiva…….....19
5. Beneficiarios……...19
   5.1 Beneficiarios directos...…….…...19
   5.2 Beneficiarios indirectos…….....19
   5.2.1 Arquetipo del cliente…….....19
   5.3 Cantidad de beneficiarios…….21
6. Propuesta de valor……..21
   6.1 Propuesta de valor……21

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…….22
6.7 Aliados clave……23
6.8 Fuentes de ingreso……23
6.9 Presupuesto…….……..24
7. Resultados…….….26
8. Conclusiones…….….28
9. Bibliografía…….……...29
10. Anexos……...33
10.1 Anexo A: Entrevista a jóvenes egresados……..33
10.2 Anexo B: Investigación del nuestro público objetivo……...…….....33
10.3 Anexo C: Investigación del nuestro público objetivo…..……..33
10.4 Anexo D: Taller generativo con egresados……....33
10.5 Anexo E: Entrevista de validación de prototipo…….....33

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. *Presupuesto inicial* …….....25

Tabla 2. *Presupuesto mensual* ……....25

Tabla 3. *Ingresos*…….26

1. Contextualización del Problema

Actualmente en Perú, la tasa de desempleo entre los jóvenes egresados de instituciones de educación superior es motivo de preocupación. Más del 80% de los jóvenes entre 18 y 29 años tiene problemas para encontrar un empleo. Más de 39% de dicha cantidad lleva buscándolo más de seis meses. Mientras que más del 21% está intentando encontrar un empleo durante un año. (ManpowerGroup, 2022).

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2022), aproximadamente más de 69 millones de jóvenes en todo el mundo actualmente enfrentan dificultades para encontrar empleo. Este fenómeno tuvo un aumento significativo en los últimos años, resultando en un gran número de jóvenes que se encuentran en una etapa crucial de sus vidas sin estar ni estudiando ni trabajando, afectando la definición de su proyecto de vida. Se trata de millones de personas experimentando frustración a nivel individual, lo que constituye una tragedia social de alcance global.

A pesar de haber completado sus estudios, muchos de estos jóvenes enfrentan dificultades para ingresar al mercado laboral debido a la carencia de contactos laborales. Esta situación plantea desafíos significativos no solo para los individuos afectados, sino también para la economía en general y el desarrollo social del país.

En Lima Metropolitana, la situación laboral para los jóvenes egresados con educación superior presenta desafíos adicionales. Si bien la capital concentra una parte significativa de las oportunidades laborales del país, también es un entorno altamente competitivo y exigente. Según Sepúlveda Ramírez, (2006) la carencia de una red de contactos profesionales puede colocar a los jóvenes egresados en una situación de desventaja frente a otros candidatos más establecidos en el mercado laboral.

A partir de todo lo redactado anteriormente y partiendo de las carreras de comunicación audiovisual y multimedia, arquitectura de interiores, dirección y diseño gráfico, publicidad y marketing digital se propone crear una aplicación que ofrece una experiencia integral interactiva desarrollada en un aplicativo para todos los dispositivos que no solo te ayude a encontrar empleo, sino que también te impulsa hacia el éxito como profesional. Una de ellas y la más importante es la seguridad y confianza que tendrán los egresados de formar parte de comunidades entre los jóvenes y los líderes del rubro, en donde obtendrán beneficios al tener acceso a oportunidades laborales, aprendizaje mutuo, desarrollo profesional a través de un apartado de networking y talleres. Además de puntos de valor añadidos, buscando transformar la experiencia de búsqueda de empleo en un juego interactivo donde los usuarios puedan crear avatares que representan sus habilidades, intereses y personalidad, otro diferencial que destaca en la propuesta es la eliminación de los filtros de búsqueda tradicionales proponiendo un mapa interactivo para una búsqueda más visual e interactiva. Asimismo, con el objetivo de potenciar el crecimiento profesional y personal de los usuarios, en la propuesta se ha incorporado un apartado de misiones y tareas semanales. Estas actividades están diseñadas para ayudar a los usuarios a desarrollar habilidades relevantes para el mercado laboral actual. Al completar una serie de retos, los usuarios recibirán reconocimiento y recompensas que los ayudarán a destacar en su proceso de búsqueda de empleo.

Finalmente se concluye que el proceso de contratación en los jóvenes egresados será rápido ya que tendrán el acceso directo a sus líderes profesionales de cada carrera, sobre todo porque las charlas ayudarán a su crecimiento tanto laboral como personal, gracias a su enfoque en las habilidades blandas y todo lo que un sector empresarial necesita.

2. Justificación

La investigación se enfoca en solucionar una problemática ya existente que afecta a gran parte de jóvenes egresados. Para ello se propone desarrollar un medio interactivo para ayudar a impulsar el empleo juvenil generando una red de contactos profesionales.

2.1. Justificación social

La carencia de contactos laborales en jóvenes egresados en Lima Metropolitana establece una preocupación social de gran importancia. Está problemática no solo dificulta las oportunidades de empleo para las personas afectadas, sino que también tiene implicaciones más amplias para la sociedad. El acceso a las oportunidades de empleo está fuertemente influenciado por una red de contactos profesionales. Esto dificulta que los jóvenes recién egresados se incorporen al mercado laboral. Según Eva Collado, (2017) es importante mantener y cultivar constantemente una sólida red de contactos, en lugar de solo recurrir a ella cuando la necesitamos o nos encontramos en una situación de desempleo. Descuidar esta red puede resultar en que otros no estén dispuestos a ayudarnos cuando lo necesitemos. Por esta razón, se ha decidido enfocar la investigación en los jóvenes egresados con falta de red de contactos profesionales pues se considera que las oportunidades de empleo están fuertemente influenciadas por una red de contactos profesionales. Los jóvenes egresados se verán beneficiados al recibir una propuesta creativa e interactiva que ayude a mejorar su probabilidad de conseguir un empleo, de esta manera, puedan ser capaces de generar un impacto positivo en diversos aspectos de su vida.

Los usuarios se verán beneficiados al tener un espacio donde podrán generar contactos profesionales, participar de eventos o charlas junto al acceso de una comunidad de apoyo entre otros egresados según la carrera, de una manera innovadora y dinámica, a través de una experiencia digital, accesible y funcional.

2.2. Justificación práctica

Esta investigación se realiza porque existe la necesidad de ayudar a reducir el porcentaje de jóvenes egresados de Lima Metropolitana, debido a las preocupaciones que se presentan al ser muy difícil iniciar su vida laboral. Tal como indica German Lora, (2020) el Perú enfrenta una situación crítica en cuanto al desempleo juvenil, alcanzando niveles preocupantes, desde el 2019 la tasa de participación laboral entre los jóvenes retrocedió significativamente más del 8.6% solo en Lima Metropolitana, lo que resultó en que más de 78,000 jóvenes no pudieran integrarse al mercado laboral.

Por lo que la propuesta de negocio busca aliviar esta problemática a fin de que los jóvenes egresados puedan reducir el nivel de desempleo juvenil y evitar que se desarrollen problemas económicos, entre otros.

2.3 Justificación metodológica

Con el propósito de proponer una solución innovadora para abordar la problemática, se ha empleado la metodología Toulouse Thinking. Caracterizada por su flexibilidad y enfoque colaborativo, que permite recopilar la información necesaria de manera efectiva. El proceso consta de cuatro etapas que fomentan el estudio, la identificación de una problemática concreta, la generación de insights y la exploración de diversas soluciones, culminando así en la conclusión del proceso.

Del mismo modo, otra herramienta importante durante el desarrollo del proyecto fue el mapa del problema que permite visualizar de manera clara y estructurada los diferentes aspectos relacionados con la problemática, ayudando a identificar áreas clave de intervención y a diseñar estrategias de manera más precisa.

Al igual que la herramienta llamada arquetipo, crucial para la investigación, permitiendo conocer a profundidad el usuario y definir sus necesidades junto a lo que piensa y acciones en su situación. Con la información recolectada que se obtiene, permite una base

teórica sólida para el análisis.

Una herramienta de considerable valor en el proyecto es el reto de diseño, el cual desempeña un papel fundamental al facilitar una comprensión más profunda de los insights generados por un dolor o necesidad asociados a cada arquetipo. Esta pregunta final que surge de esta herramienta facilita la transición a la etapa "idear".

Como última herramienta considerable en el proyecto es propuesta de valor este lienzo nos ayuda a centrar el análisis de cada arquetipo como medio eficaz de comprender mejor a cada sector involucrado en el problema. Este enfoque ofrece mayor visión, identificando así las fortalezas como áreas de oportunidad en las redes laborales. Este enfoque se alinea directamente con el arquetipo del problema.

3. Reto de innovación

Carencia de contactos laborales en jóvenes egresados con educación superior en Lima Metropolitana.

3.1 Pregunta general:

¿De qué manera se podría solucionar la carencia de contactos laborales en jóvenes egresados con educación superior en Lima Metropolitana?

Preguntas específicas

P1: ¿Qué recursos se necesitaría para crear una plataforma interactiva que ayude a solucionar la carencia de contactos laborales en jóvenes egresados con educación superior en Lima Metropolitana?

P2: ¿Qué actividades se necesitan para crear una plataforma interactiva que ayude a solucionar la carencia de contactos laborales en jóvenes egresados con educación superior en Lima Metropolitana?

P3: ¿Qué tan efectivo sería crear una plataforma interactiva que ayude a solucionar la carencia de contactos laborales en jóvenes egresados con educación superior en Lima Metropolitana?

3.2 Objetivo general

Crear una plataforma interactiva que ayude solucionar la carencia de contactos laborales en jóvenes egresados con educación superior en Lima Metropolitana.

Objetivos específicos

O.1 Establecer que recursos se necesitaría para crear una plataforma interactiva que ayude a solucionar la carencia de contactos laborales en jóvenes egresados con educación superior en Lima Metropolitana

O.2 Investigar qué actividades se necesitan para crear una plataforma interactiva que ayude a solucionar la carencia de contactos laborales en jóvenes egresados con educación superior en Lima Metropolitana.

O.3 Comprobar que tan efectivo sería crear una plataforma interactiva que ayude a solucionar la carencia de contactos laborales en jóvenes egresados con educación superior en Lima Metropolitana

4. Sustento Teórico

4.1.Estudios previos

Peralta, C y León, E (2022) desarrollaron la tesis *"Plataforma web para generar la contratación y valoración de jóvenes diseñadores de 20 a 25 años en Lima, Perú"*, para obtener el grado de Bachiller en Dirección y Diseño Gráfico en la Escuela Superior Toulouse Lautrec.

El objetivo de esta investigación fue ofrecer soluciones prácticas y efectivas para que los jóvenes diseñadores puedan encontrar trabajos satisfactorios. Los resultados revelan que, aunque la plataforma no resolverá por completo el problema del desempleo, permitirá a los diseñadores acceder a mejores oportunidades y adquirir más experiencia profesional. Además, contribuirá a reducir los prejuicios hacia estas carreras y sus profesionales.

En conclusión, aunque la plataforma no eliminará el desempleo, facilitará que los diseñadores mejoren su situación laboral y obtengan más experiencia profesional. También ayudará a disminuir los estigmas asociados a estas profesiones. Esta tesis se incorporó a la investigación debido a su enfoque en aumentar las oportunidades y la transparencia en el proceso de contratación. La plataforma aspira a crear un entorno laboral más equitativo y transparente para los jóvenes, fomentando el sector creativo.

Agüero, I (2021) desarrolló la tesis "*Desarrollo de una aplicación de búsqueda de empleo: Art&Job",* para optar por el Máster en Desarrollo de Aplicaciones para Dispositivos Móviles en la Universidad Oberta de Catalunya.

El propósito fue modificar el flujo de las aplicaciones de publicación, captación y selección de empleo, implementando un sistema más auténtico basado en recomendaciones de contactos y personas cercanas con experiencias laborales recientes.

Los resultados mostraron un aumento en el número de usuarios, logrando una buena aceptación e impacto positivo, destacando la satisfacción tanto de los usuarios como de los empleadores. En comparación con los métodos tradicionales de reclutamiento, la facilidad de uso de la aplicación mejoró notablemente todo el proceso de selección en el mercado laboral.

En conclusión, una de las características más destacadas de esta aplicación es su capacidad para simular el mecanismo de recomendaciones y replicar la interacción entre usuarios para compartir información. Además, una funcionalidad de gran valor es la inclusión de un calendario, algo que otras aplicaciones no ofrecen. Esto permite a los usuarios organizar su vida laboral y gestionar proyectos de manera más eficiente.

Esta tesis se incluyó en la investigación por su enfoque en evaluar la eficacia del aplicativo, proporcionando resultados que brindan información valiosa para el proyecto.

Gomez, et al (2019) elaboraron la tesis *Creación de plataforma virtual para empleabilidad: Get Work*, con el propósito de obtener el grado de bachiller en las carreras de Administración - Recursos Humanos y Administración - Negocios Internacionales en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

La plataforma tenía diversos objetivos, incluyendo el incremento de la tasa de empleo entre los usuarios desempleados y aquellos que buscan trabajos alineados con sus competencias. Además, la plataforma funcionaba como intermediaria entre los usuarios y las empresas que necesitan cubrir vacantes, facilitando y acelerando el proceso de selección y búsqueda de candidatos.

Los resultados obtenidos con esta plataforma virtual ofrecieron varias ventajas: reducción del tiempo necesario para realizar una búsqueda exhaustiva de empleo, adquisición de experiencia laboral, acceso a nuevas oportunidades profesionales, y aprendizaje de expertos en el sector, además de la ampliación de la red de contactos. Esto es posible gracias

a la variedad de vacantes proporcionadas por una amplia gama de empresas involucradas y afiliadas que se ajustan a los perfiles de los usuarios.

En conclusión, el mercado no ha explotado completamente las capacidades de los portales de empleo. Muchas personas están altamente motivadas para mejorar sus perspectivas de empleo, pero carecen de orientación sobre cómo comenzar y encontrar recursos prácticos y accesibles para alcanzar sus objetivos de manera efectiva.

Esta tesis se incorporó en la investigación porque busca encontrar una solución más allá de lo convencional. El análisis del mercado y de los portales de empleo ha sido esencial para desarrollar esta solución.

Olivera, et al (2021) desarrollaron la tesis *Plataforma digital de intermediación para el talento flexible*, para optar por el grado de Magíster en Administración Estratégica de Empresas en la Universidad Católica del Perú.

El objetivo central fue establecer una plataforma en línea tipo marketplace, alineada con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 8, con el propósito de contribuir al crecimiento del Producto Interno Bruto y por consiguiente, a una economía sostenible en el país. Esta iniciativa presentaba una alternativa de empleo segura, confiable y autónoma, al mismo tiempo que ayudaba a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero al eliminar la necesidad de trasladarse a un lugar de trabajo convencional.

Los resultados indicaron que un 88.9% de los encuestados mostraron disposición para utilizar la plataforma con el fin de obtener ingresos adicionales. Asimismo, expresaron su disposición e interés en pagar por el servicio y emplearlo de manera regular.

En resumen, se ha replanteado la concepción de nuevos emprendimientos o negocios, reconociendo que el éxito de los modelos de negocio depende de comprender profundamente el entorno y las necesidades de los usuarios a los que se dirigen.

Esta investigación se considera relevante porque arroja luz sobre cómo las plataformas digitales pueden influir en la motivación laboral y en la gestión del talento en contextos específicos. La plataforma emplea perfiles detallados, sistemas de valoración, cercanía entre empleador y trabajador, así como reseñas, proporcionando un mercado laboral virtual más adaptable y flexible.

Morales, C (2021) desarrolló la tesis *A.B.E.P Aplicativo de búsqueda de empleos y práctica,* para obtener el título profesional de Ingeniero de Sistemas en la Universidad Autónoma de Bucaramanga.

El propósito fundamental consistió en establecer una plataforma de software que combinara un prototipo de aplicación móvil y un sitio web interconectados, con el fin de simplificar la búsqueda de prácticas universitarias para los estudiantes.

Los hallazgos de la investigación indican que tanto los pasantes como los recién graduados pueden asegurar un empleo que les proporcione experiencia y conocimientos para competir en el mercado laboral. Además, la plataforma permite a las empresas publicar ofertas de trabajo y gestionar a los candidatos junto con sus currículums mediante una aplicación web. Los usuarios cuentan con la facilidad de crear una cuenta para encontrar las mejores oportunidades y postularse a través de la aplicación web o móvil.

Se deduce que esta investigación evidencia de forma contundente el impacto positivo del proyecto, tanto en el ámbito educativo al proporcionar conocimientos aplicados, como en la utilidad que ofrece la aplicación al mostrar su potencial en diversas áreas, proyectos y ofertas con un alcance más amplio, gracias a una base de datos conectada en tiempo real.

Este estudio se considera fundamental dentro de la investigación porque aborda el enfoque del público objetivo y su compromiso en alcanzar los objetivos propuestos, facilitando así la obtención de empleo.

4.2.Marco teórico

4.2.1 Desarrollo de una plataforma interactiva

4.2.2 Conceptualización de una plataforma interactiva

Según EcuRED (2021), los entornos interactivos se definen como sistemas de hardware y software creados para automatizar y gestionar actividades educativas y formativas, conocidos también como plataformas LMS (Sistemas de Gestión del Aprendizaje). Es decir, estos son espacios en línea que permiten la ejecución de diversas aplicaciones o programas en un solo lugar para satisfacer varias necesidades. Estas plataformas incluyen diversas funciones que facilitan a los usuarios la resolución de problemas de manera automatizada, optimizando el uso de recursos.

4.2.3 Características de una plataforma interactiva

4.2.3.1: Flexibilidad

La flexibilidad es una cualidad esencial para alcanzar un mayor logro en el desarrollo de software. En un entorno tecnológico en constante cambio, la capacidad de adaptarse ágilmente a nuevos desafíos, requisitos cambiantes y avances tecnológicos es crucial para garantizar la efectividad, excelencia y la competitividad de los proyectos de software. Muguerza (2021) señaló que la flexibilidad en una plataforma puede ajustarse tanto a los programas educativos de la institución como a los materiales y métodos pedagógicos de la organización. Asimismo, facilita la organización rápida y eficiente de cursos.

4.2.3.2: Funcionalidad y usabilidad

La usabilidad de una plataforma en línea se mide por la eficacia de la interacción de los visitantes con ella. Para asegurar una experiencia positiva, es clave que la navegación sea

intuitiva, el diseño coherente en todas las páginas y se ofrezca información relevante y útil. Según Gomez (2019), una plataforma interactiva se ajusta a las necesidades y demandas de los usuarios, quienes la emplean para cumplir objetivos específicos.

4.2.3.3: Interactividad

La interactividad consta de la comunicación entre los individuos y los medios digitales. Es la habilidad de una computadora, programa o contenido para reaccionar a las acciones del usuario.

Navarro (2020) define la interactividad como el mejor procedimiento para formar la horizontalidad en las relaciones personales, dichos como tipos de interactividad que modifican la relación jerárquica entre el emisor y receptor disminuyendo la verticalidad a excepción de algunos casos que se dificultan por características de las plataformas digitales.

4.2.4 Tipos de una plataforma interactiva

4.2.4.1: Plataformas educativas

Sampaolessi (2022) señala que estas herramientas son útiles para la enseñanza a distancia y como un refuerzo para la enseñanza presencial ya que ambas comparten los mismos beneficios. Los estudiantes han obtenido una mejora con la posibilidad de una interacción personalizada y en cuanto al tiempo es un bonus para la realización de las actividades, por lo cual se pondría estaría diciendo que es una nueva motivación para los estudiantes.

4.2.4.2: Plataformas sociales

Existen muchas plataformas sociales, también conocidas como redes sociales. Actualmente, es utilizado por la mayoría de nuestra sociedad. Estos medios digitales almacenan diversa información relacionada con la interacción social.

Gracias a estas herramientas, los usuarios pueden establecer y mantener conexiones con familiares, amigos o conocidos a través de Internet.

Llonch (2021) señala que las plataformas permiten un contacto entre aquellos que la utilizan y que realizan sus funciones como un medio informativo ya sea público o privado.

4.2.4.3: Plataformas de comercio electrónico

Con la ayuda de estas plataformas, las personas pueden comprar una amplia variedad de productos y servicios sin salir de casa y sin límite físico. Existen tiendas virtuales tanto para el modelo B2B como para B2c. Cada vez se desarrollan más plataformas de comercio electrónico en diferentes áreas, incluso en países donde esta práctica es poco común, es por ello que cada día se está popularizando más.

Huerta (2021) , es una de las herramientas que brinda una solución para la creación de una tienda virtual. Todos los tipos de herramientas coinciden en facilitar una venta en línea con la gestión de los productos ofrecidos.

4.2.4.4: Plataformas especializadas

Las plataformas digitales especializadas se diseñan para atender las demandas y necesidades de los grupos específicos de usuarios. Existen una amplia variedad de plataformas virtuales para satisfacer necesidades en todos los sectores imaginables. Siempre que surja una necesidad, es posible desarrollar una plataforma para abordarla, sin importar el ámbito. Según Mattos (2023), un espacio en línea ofrece la capacidad de alojar diversas aplicaciones o programas en un solo lugar, con el propósito de satisfacer las necesidades del

usuario. Esto permite resolver problemas de forma automática y eficiente, utilizando recursos mínimos pero funcionales.

4.2.4.5: Importancia de una plataforma interactiva

La plataforma interactiva “ClickIn” es importante porque se enfoca en el desarrollo de eventos y actividades dinámicas que tienen como objetivo promover la generación de red de contactos con líderes profesionales de cada rubro, impulsando a la sociedad un incremento de jóvenes egresados con empleo. Al promover el empleo en los jóvenes recién egresados ayuda a crear conciencia sobre los problemas económicos y personales que esto causa y anima a las personas, empresas o agentes de recursos humanos a tomar conciencia que los jóvenes pueden aportar un gran valor a sus empresas con conocimientos frescos y diferenciales.

5. Beneficiarios

5.1 Directos

La plataforma interactiva está enfocada en jóvenes recién egresados en Lima Metropolitana, entre 20 a 25 años, que buscan adquirir una red de contactos laborales para poder ser considerados por las empresas y tener más posibilidades de conseguir un empleo.

5.2 Indirectos

Estos son los líderes profesionales más destacados de distintos rubros o carreras profesionales, quienes son participantes de la propuesta ya que buscan el bienestar de aquellos jóvenes egresados desempleados.

5.2.1 Arquetipo del cliente

Los beneficiarios son jóvenes de 20 a 25 años, recientemente egresados y desempleados que residen en Lima Metropolitana. Son jóvenes que se encuentran frustrados por no conseguir empleo a pesar de su esfuerzo y dedicación diaria.

Es ampliamente reconocido por estos jóvenes el desafío que implica el proceso de búsqueda laboral. Aunque conscientes de su dedicación, perciben una desventaja en comparación con otros jóvenes que poseen experiencia o una red de contactos establecida. Sin embargo, mantienen la esperanza de ser considerados con igualdad por parte de empresas, reclutadores y líderes profesionales.

Maria Lara, es una joven con 23 años de edad, egresada de la carrera de Comunicaciones de la Universidad de Lima, actualmente vive con sus padres en la Molina y se encuentra en búsqueda de prácticas profesionales, es decir, aún no cuenta con experiencia en su campo laboral debido a que hay alta demanda en los puestos que desea, ella desea tener una red de contactos laborales que le permitan tener más posibilidades para conseguir un empleo. Le molesta saber que tiene mucho potencial y aun así las empresas no confían en sus capacidades debido a que no tiene un CV altamente calificado y eso hace que se sienta mal.

Los arquetipos fueron elaborados empleando toda la información recopilada de los lienzos de investigación, como encuestas, entrevistas y el mapa de actores. Estos se dividieron en tres secciones:

Sección 1 - Centrales: En este apartado se encuentra el público objetivo, quienes son los jóvenes egresados de 20 a 25 años, los más afectados por la problemática establecida previamente, desempleo de jóvenes egresados. Además, ellos serán los beneficiarios de la solución que se plantea.

Sección 2 - Directos: En esta sección se encuentran las personas quienes tienen un contacto más directo y forman parte del entorno social de los jóvenes egresados. Encontramos a las empresas, los líderes profesionales del rubro, las instituciones educativas superiores y agentes reclutadores.

Sección 3 - Indirectos: En esta sección se encuentran las organizaciones públicas y privadas, quienes no mantienen un contacto tan directo con el público elegido. Se tomaron en

cuenta Organizaciones no Gubernamentales (ONG), y a entidades públicas tales como el Ministerio de Trabajo. Sin embargo, no influyó mucho para el desarrollo previo de los arquetipos.

5.3 Cantidad de beneficiarios

Los beneficiarios son jóvenes con un rango de 20 a 25 años de Lima Metropolitana (aproximadamente 1000 jóvenes). Este grupo ha sido seleccionado tras un exhaustivo análisis social e investigación. Nuestro objetivo principal es proporcionarles un servicio destinado a facilitar la interacción y, al mismo tiempo, abordar la problemática de la falta de empleo.

6. Propuesta de Valor

6.1. Propuesta de valor

La propuesta de valor empleada se trata de crear una experiencia interactiva que promueve el incremento y generación de una red de contactos estables con líderes profesionales para promover el empleo en los jóvenes egresados.

6.2. Segmento de clientes

El proyecto principalmente está destinado para los egresados de 20 a 25 años, quienes son el segmento central y por lo tanto son los más afectados por la problemática establecida.

Como segmento directo se trabaja principalmente con los líderes profesionales, quienes formarán parte de la elaboración de la propuesta, específicamente en la sección de networking donde se realizará los eventos personalizados para permitir llegar al objetivo principal del proyecto “Establecer una red de contactos”.

6.3. Canales

Los medios digitales que serán usados dentro del proyecto principalmente son los medios digitales principalmente aplicativos móviles que serán adaptados para el uso de otros

dispositivos electrónicos. Además, para difundir el proyecto se usará publicidad digital por redes sociales para un alcance más objetivo y preciso.

6.4. Relación con los clientes

Dentro de la propuesta se busca un servicio de comunidad networking donde se pueda establecer una red de contactos estable a través de diversos eventos, sesiones, charlas, totalmente dinámicas que se ejecutarán regularmente. Esta relación se verá dentro del aplicativo interactivo para todos los dispositivos, ayudando a generar mayor practicidad y comodidad a la hora de entablar con líderes profesionales del rubro, con empresas y hasta con más jóvenes egresados.

6.5. Actividades clave

Para llevar a cabo la propuesta se debe en tomar en consideración las siguientes actividades claves:

En la creación de la plataforma interactiva, se tomará a cabo el diseño del aplicativo, el desarrollo del mockup para su versión final. Así también como la programación que permitirá la interactividad que se busca, para una mayor facilidad al momento de usarlo.

En cuestión a los apartados dentro de los eventos para generar la red de contactos se llevará a cabo, la búsqueda de los líderes profesionales que estén dispuestos a colaborar y apoyar con la propuesta, también el diseño y estructura de los talleres, charlas, o eventos en los que sea necesario.

6.6. Recursos clave

En cuestión a los recursos claves la implementación de líderes del medio en la plataforma nos conecta y nos permite a los usuarios ampliar las interacciones, fomentar diálogos exclusivos, intercambiar experiencias, asesoramientos personalizados, incluyendo evaluación de currículum y consejos. Además, la plataforma ofrece eventos de networking, seminarios y mentorías, brindando oportunidades únicas para el desarrollo profesional. La

plataforma ofrece contenido dedicado al desarrollo profesional y educativo, la interfaz interactiva e intuitiva comprende las necesidades de cada usuario. La comunidad brinda un espacio para conectar con usuarios de situaciones similares, estos permiten destacar en el proceso mediante las interacciones como consejos, recursos y apoyo. Esta red de apoyo y colaboración es valiosa para sobresalir en su búsqueda de empleo y avanzar efectivamente en su carrera.

6.7. Aliados clave

Los aliados claves con los que se ha trabajado para el proyecto son los siguientes: Los líderes profesionales destacados de cada rubro, las microempresas, empresas en crecimiento y desarrolladas que necesiten de nuevo personal, añadiendo se cuenta como aliado al Ministerio de Trabajo. Juntos formarán parte del desarrollo y éxito de la propuesta interactiva del proyecto.

6.8. Fuentes de ingresos

Suscripciones Premium:

Ofrecemos un nivel de suscripción premium que brinda acceso a características adicionales, como eventos exclusivos, mentorías personalizadas, revisión de currículum vitae por expertos, etc.

Patrocinios de Empresas:

Buscamos patrocinios de empresas interesadas en conectarse con jóvenes talentos y líderes profesionales. Ofrecemos paquetes de patrocinio que incluyen visibilidad en la plataforma, participación en eventos, acceso exclusivo a la base de datos de usuarios, etc. Establecemos los precios de los paquetes de patrocinio basados en la exposición ofrecida y el valor percibido por las empresas patrocinadoras.

Comisiones por Colocación Laboral:

Establecemos un modelo de negocio donde cobramos una comisión por cada colocación laboral exitosa realizada a través de la plataforma. Determinamos el porcentaje de comisión según el acuerdo con las partes involucradas.

Publicidad en la Plataforma:

Ofrecemos espacios publicitarios dentro de la plataforma para compañías que quieran dar a conocer sus productos o servicios entre la audiencia de jóvenes egresados y líderes profesionales. Establecemos los precios de los anuncios considerando factores como la ubicación, el tamaño y la duración de la publicidad

Venta de Datos y Analíticas:

Ofrecemos servicios de análisis de datos y estadísticas sobre las interacciones y comportamientos de los usuarios en la plataforma a empresas interesadas en comprender mejor el mercado laboral juvenil. Establecemos precios por acceso a esta información según los tipos de datos y análisis ofrecidos.

6.9. Presupuestos

Tabla 1. ***Presupuesto inicial***

Item	Descripción de recursos	Cantidad	UM	Costo Unitario	Importe
1	Diseñador gráfico	1	UND	s/700	s/700
2	Programador (Creación App IOS-Android)	1	UND	s/16,000	s/16,000
3	Dominio y hosting	1	UND	s/600	s/600
4	Licenciamiento de App Store	1	UND	s/750	s/750
				TOTAL	s/18,050.00

Tabla 2. ***Presupuesto mensual***

Item	Descripción de recursos	Cantidad	UM	Costo Unitario	Importe
1	Horas asociadas a mantenimiento de desarrollo (se compra bolsa de 20 horas)	20	UND	s/600	s/1,100
2	Diseñador gráfico	1	UND	s/500	
3	Gastos de hosting	1	UND	s/300	s/300
4	Pautas en meta	1	UND	s/500	s/500
5	Cuota de préstamo	1	UND	s/920	s/920
				TOTAL	s/2,720

Tabla 3. ***Ingresos***

Item	Descripción de recursos	Costo Unitario	Estimado total de unidades vendidas por mes	Ingreso estimado mensual	Ingreso estimado Trimestral
1	Ingreso por plan básico ClickIn	s/19,97	15	s/300	s/900
2	Ingreso por plan conecta ClickIn	s/26,70	25	s/670	s/2,010
3	Ingreso por publicidad en la app	s/400	1	s/400	s/1,200
3	Ingreso por eventos/charlas	s/265	25	s/265	s/790
				TOTAL	s/4,900

7. Resultados

Se logró validar el proyecto junto a personas reales del público objetivo elegido, en este caso jóvenes egresados de 20 a 25 años que residen en Lima Metropolitana, mediante un taller generativo donde se explicó a detalle la problemática y propuesta valor, culminando en un focus group en el cual compartieron sus inquietudes y dieron sus puntos de vista con respecto a “ClickIN" En su totalidad los comentarios fueron positivos con sugerencias de gran valor. Donde expresaron su confianza y validación con respecto a la propuesta de solución expuesta. Así mismo, demostraron gran interés por saber más acerca del proyecto y

mostraron disposición a compartir esta información con más jóvenes egresados de la misma situación.

que parte si se cumplió.

Se logró validar el 90% de la propuesta, ya que nuestro público objetivo pudo comprender el funcionamiento de nuestra aplicación “ClickIn” sin ningún problema, les agradó la innovación en los aspectos de la interfaz de este mismo, al igual que sus nuevas funcionalidades propuestas que marcan un valor agregado que a la vez ayuda a solucionar la problemática del desempleo en jóvenes egresados.

El 10% se basó en sugerencias constructivas de mejora enfocadas en difusión del aplicativo, que consiste en invitar a amigos y/o conocidos desde la aplicación a probarlo para conseguir empleo más rápido. Otra sugerencia se basó en mejorar la versión de pago del aplicativo, en cuestión a la accesibilidad y beneficios.

Los resultados fueron posibles gracias al taller generativo que se llevó a cabo junto a un grupo de jóvenes egresados. Donde se expuso a detalle de qué se trata el proyecto, la problemática y en el cuál pudieron responder diversas preguntas planteadas para recolectar datos útiles para la investigación, además de ello, se otorgó información general sobre la falta de oportunidades laborales para los egresados en Lima Metropolitana. También, se realizó una encuesta por privado a cada persona quien participó del taller enviada por privado y compartida a más jóvenes del público objetivo a través de redes sociales, donde se pudo hacer un análisis extra con la información recolectada, recopilando en su mayoría comentarios positivos con respecto al proyecto, reafirmando que la idea de la propuesta es innovadora y cumple satisfactoriamente con los objetivos de desarrollo sostenible con el que se trabajó.

8. Conclusiones

Como primera conclusión se validó la implementación exitosa de los recursos tecnológicos, humanos y financieros. Se contó con un equipo multidisciplinario de desarrolladores de software, diseñadores de experiencia de usuario (UX) y expertos en marketing y diseño digital, lo cual fue fundamental para la creación de una plataforma segura e interactiva. Asimismo, de la participación de los líderes profesionales quienes son gracias a ellos que el proyecto puede ser de un gran valor diferencial.

Como segunda conclusión, se validó al 100% las actividades que se crearon y se organizaron según el apartado dentro de la plataforma ClickIN, de esta manera se validó que el diseño y desarrollo del aplicativo móvil resultó en una interfaz intuitiva y accesible. Además, la implementación de funciones del perfil, red de contactos, eventos, charlas - cursos y el mapa interactivo, garantizó el correcto funcionamiento y la adaptación de la plataforma a las necesidades cambiantes del mercado laboral.

Como tercera conclusión, ClickIN demostró ser altamente efectiva en mejorar la red de contactos profesionales y la preparación laboral de los jóvenes egresados. Al proporcionar un espacio centralizado para la conexión con profesionales y egresados, así como recursos de capacitación y orientación profesional para asegurar una red laboral e impulsar tu perfil personal profesional.

Finalmente, se puede concluir que la plataforma no eliminará totalmente el desempleo en los jóvenes egresados. Sin embargo, proporcionará más oportunidades a estos jóvenes de

conseguir uno, mayor experiencia profesional y una red de contactos. Adicionalmente, orientar al usuario en todo el proceso de selección para un empleo.

9. Bibliografía:

Congosto (2018). *Desarrollo de una app para intercambio de contactos laborales*. [Tesis de Máster en Ingeniería Informática, Universidad Complutense de Madrid]. Docta USM. https://docta.ucm.es/rest/api/core/bitstreams/1701f507-849a-498c-9bb1-c779720792cf/content

Morales (2021). *Aplicativo de búsqueda de empleos y práctica.* [Tesis de Ingeniería de sistemas, Universidad autónoma de Bucaramanga, Colombia]. Repositorio UNAB. https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/15030

Camayo (2023). *Efectos de la sobreeducación sobre los salarios y la búsqueda de trabajo de profesionales en el Perú, en el periodo 2014 y 2017* [Tesis de bachiller, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/668383/Camayo_CP.pdf?sequence=8&isAllowed=y#:~:text=De%20igual%20manera%2C%20el%20Instituto,a%20m%C3%A1s%20con%20un%203%25.&text=respectivamente.

Collado (2017). *¿Por qué es importante tener una red de contactos?* https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/importante-red-contactos-130421-noticia/

Cutipa (2022). Aplicación web usando web scraping para mejorar la búsqueda de trabajo de tecnología de la escuela profesional de ingeniería de Sistemas de la Universidad Privada de Tacna. [Tesis de Ingeniería de Sistemas, Universidad Privada de Tacna]. Repositorio UPT.

https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/3003/Cutipa-Chambilla-Colquehuanca-Calcina.pdf?sequence=1&isAllowed=y

El 81% de jóvenes en Perú tiene problemas para encontrar trabajo (2022, 2 de septiembre). La Cámara.

https://lacamara.pe/el-81-de-jovenes-en-peru-tiene-problemas-para-encontrar-trabajo/

Frias (9 de septiembre - 2020). Uso de las aplicaciones financieras. https://www.coursehero.com/file/187761381/Tarea-1-Las-plataformas-financierasdocx/

Garzón (2020). *Desarrollo de una aplicación android que pueda servir como herramienta dentro de la gestión de proyectos de construcción bajo la óptica de la metodología BIM.* [Tesis de especialización en gerencia de obras, Universidad Católica de Colombia]. Repositorio Ucatólica.

https://repository.ucatolica.edu.co/server/api/core/bitstreams/35b166d2-c4d8-414f-bc14-a595f5c8aadd/content

Gómez et al (2019). *Creación de plataforma virtual para empleabilidad: Get Work.* [Tesis de Administración y Recursos Humanos, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú]. Repositorio Académico UPC.

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/626520

Agüero (2021). *Desarrollo de una aplicación de búsqueda de empleo: Art&Job.* [Tesis de Máster universitario de desarrollo de aplicaciones para dispositivos móviles, Universidad Oberta de Catalunya, España]. UOC

https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/137988/6/amunozcuaTFM1221memoria.pdf

Llonch (2021). R*edes sociales y el comportamiento de los adolescentes en la comunidad digital.* https://www.polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/6129/html

Loo, E. (2021). *Análisis de la dificultad de inserción laboral en los egresados de carreras creativas en Perú*. [Tesis en Dirección y Diseño Gráfico, Escuela de Educación Superior Privada Toulouse Lautrec]. Toulouse Lautrec. 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

Ojeda (2019). *Desarrollo de una aplicación móvil en android para la búsqueda de empleo informal*. [Tesis en Ingeniería de Sistemas, Universidad Santo Tomás, Primer Claustro Universitario de Colombia]. USTA. https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/21919/2018luisojeda.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ManpowerGroup (2022). *Escasez de Oportunidades Laborales para los Jóvenes 2022.* https://www.manpowergroup.com.ar/investigaciones/Escasez%20de%20Oportunidades%20Laborales%20para%20los%20Jovenes

Navarro (2020). *Comunicación Horizontal e Interactividad.* [Universidad CEU San Pablo, España]. CEU https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/95642/Cap%c3%adtulo%205.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Navarro (2022). *Desarrollo de una aplicación móvil en android de un terminal punto de venta.* [Tesis en Ingeniería Informática, Universidad Politécnica de Madrid]. UPM https://oa.upm.es/71284/1/TFG_RAFAEL_NAVARRO_ATIENZA.pdf

Organización Internacional del Trabajo. (OIT, 2020). *Aumento de la exclusión de los jóvenes del empleo y capacitación.* https://www.ilo.org/es/resource/news/aumento-de-la-exclusion-de-los-jovenes-del-empleo-y-la-capacitacion

Olivera et al (2021). *Plataforma digital de intermediación para el talento flexible.* [Tesis en Administración estratégica de empresas, Universidad Católica del Perú]. Repositorio PUCP. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/20809

Peralta et al (2022). *Plataforma web para generar la contratación y valoración de jóvenes diseñadores de 20 a 25 años en Lima, Perú*. [Tesis en Publicidad y Marketing Digital, Escuela de Educación Superior Tecnológica Privada Toulouse Lautrec]. Toulouse Lautrec. https://repositorio.tls.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12826/298/Trab%20Invest%20-%20Plataforma%20web%20para%20generar%20la%20contrataci%C3%B3n%20....pdf?sequence=1&isAllowed=y

Alvarez (2023). *Entorno virtual de aprendizaje en Realidad Virtual Inmersiva*. [Licenciado en Diseño Digital de Medios Interactivos, Universidad Autónoma de Ciudad de Juárez, México]. Recursos UACJ https://erecursos.uacj.mx/server/api/core/bitstreams/31f95e0c-7723-426b-94f1-9a6a0734d961/content

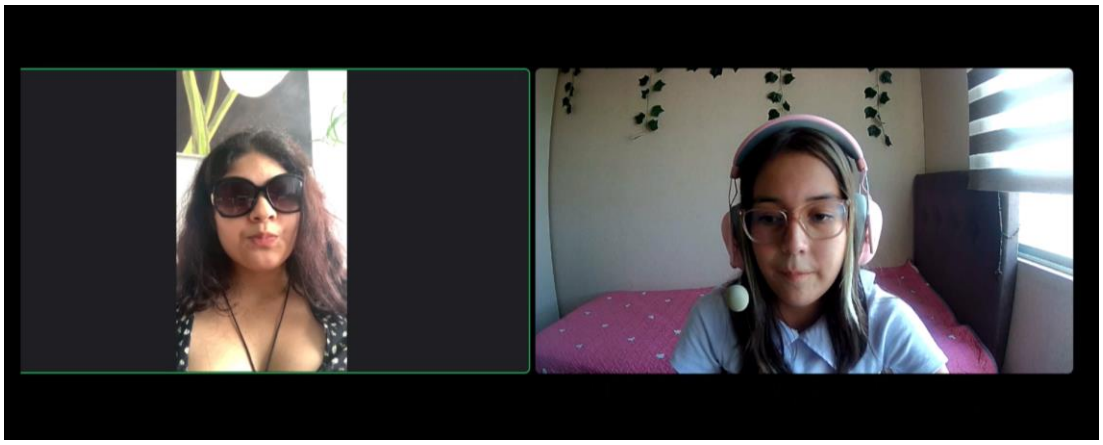
Tirado (2023). *Influencia de la aplicación móvil Trabajex en la búsqueda de empleo en la ciudad de Cajamarca*. [Tesis de Ingeniería de Sistemas Computacionales, Universidad Privada del Norte]. UPN https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/35550/Tirado%20Chavez%2c%20Elvis%20Jesus%20-%20Embargado.pdf?sequence=1&isAllowed=y

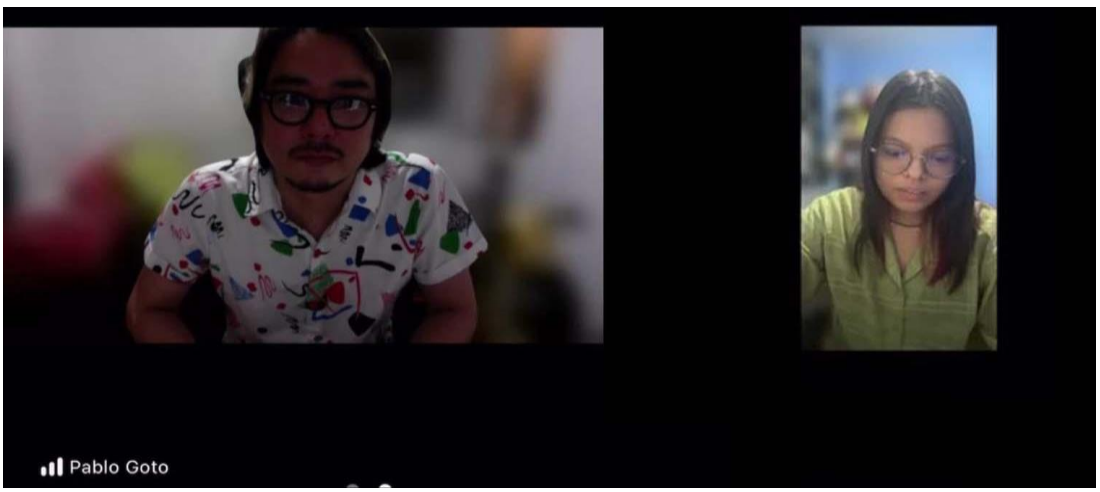
Ulloa et al (2022). *Gestión de las relaciones con el cliente y la calidad del servicio en las instituciones educativas particulares de la ciudad de Huancavelica.* [Tesis de Licenciatura en Administración, Universidad Nacional de Huancavelica, Perú]. Repositorio UNH https://repositorio.unh.edu.pe/items/4084eea8-9080-48c8-83ce-ea7a3983d78f/full

Universidad Cesar Vallejo [UCV]. (2023, 18 de noviembre). *¡Un reto urgente! El desempleo juvenil en el Perú.* https://www.ucv.edu.pe/noticias/un-reto-urgente-el-desempleo-juvenil-en-el-peru

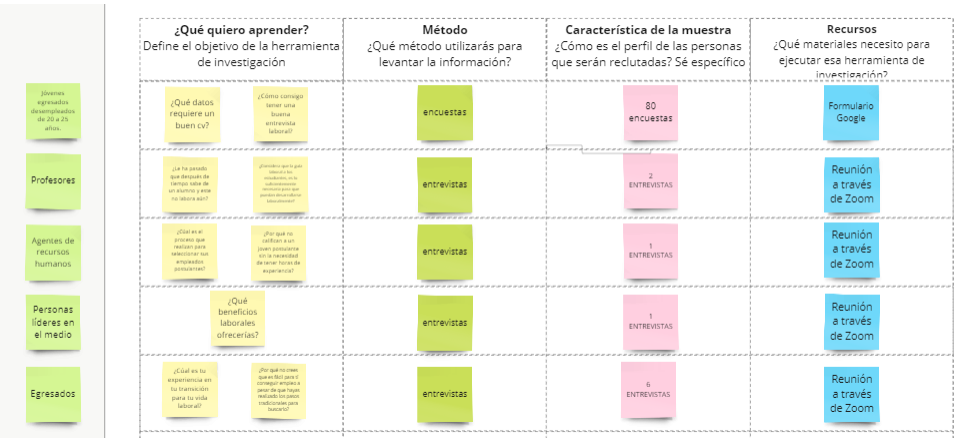
10. Anexos

Anexo A: Entrevista a jóvenes egresados

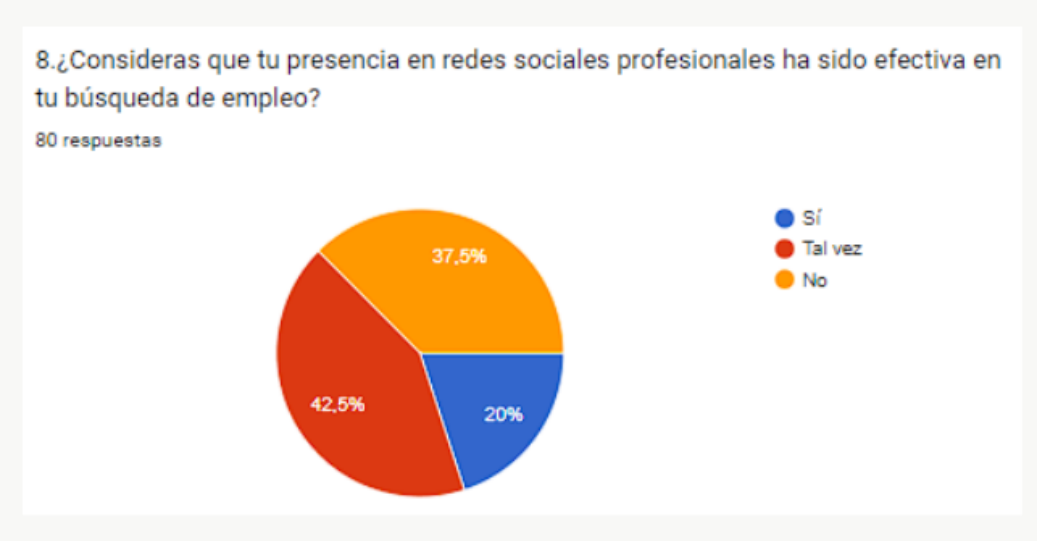




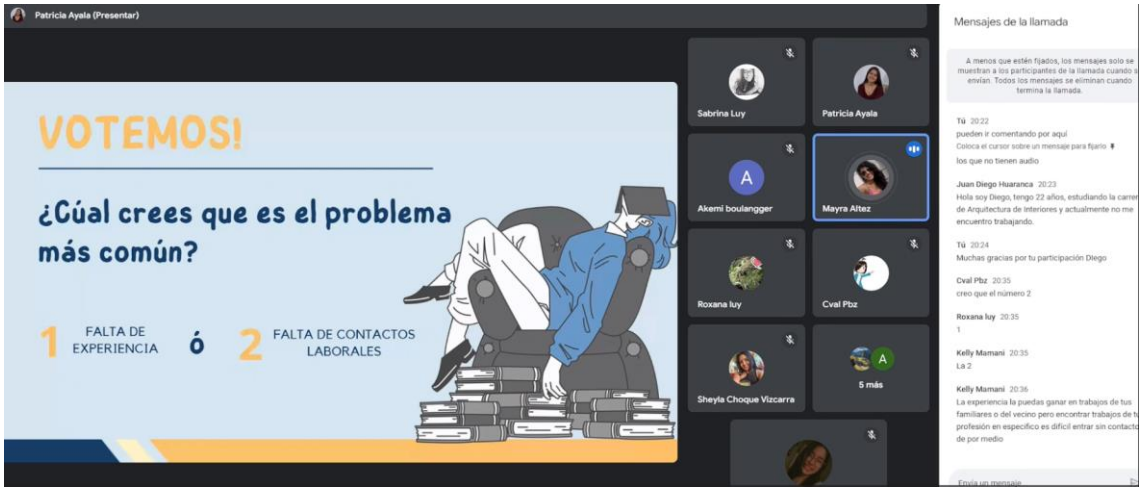
Anexo B: Investigación del nuestro público objetivo



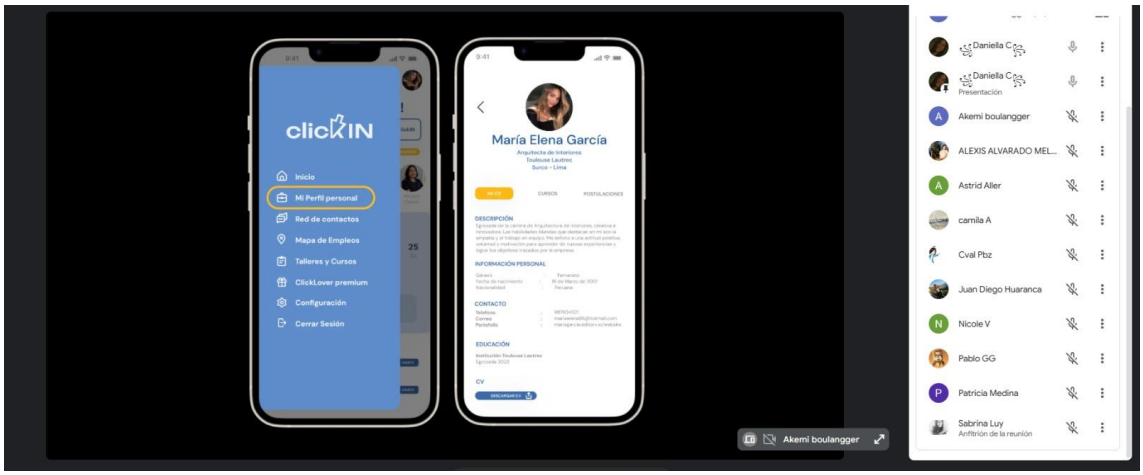
Anexo C: Encuesta del problema



Anexo D: Taller generativo con egresados



Anexo E: Entrevista de validación de prototipo



Hipótesis:	Observaciones:	Resultados:	Acciones:
- A pesar que nosotras habíamos probado la app, sentíamos el temor que alguno de los participantes nos digan que no sabían cómo usarlo o que se les hacía complicado. -Teníamos la duda si los jóvenes que siempre utilizan computadora para la búsqueda de empleo, no se iban a sentir cómodas con una app para celular.	- Los participantes se dieron su tiempo de utilizar la app, en silencio. - Mientras lo iban utilizando, decían *Qué bonito*, *Interesante este apartado*. La experiencia con los usuarios fue enriquecedora, se logró entender mejor el pensamiento de los jóvenes egresados y lo que buscan para amortiguar el problema constante de su día a día.	- Las personas estuvieron contentas con la app y nos dijeron que si la recomendarían. - Hubieron críticas, pero fueron constructivas, no hubo nada que no les haya gustado, más bien nos ayudaron a que tenga más potencial.	Se mejoró el diseño en el tamaño de las letras en algunos apartados del aplicativo. Se añadió algunos comentarios de los participantes como: -añadir notificaciones de aviso -añadir secciones para subir tus trabajos profesionales. -Definir mejor los paquetes premium.