

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



**DESARROLLO DE UNA PLATAFORMA VIRTUAL QUE  
OFREZCA PRÁCTICAS PREPROFESIONALES A ESTUDIANTES  
DE DISEÑO GRÁFICO Y ARQUITECTURA DE INTERIORES**

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en  
Arquitectura de Interiores

**AUTORES:**

**Milagros Tania Mamani Solis**  
(ORCID: 0000-0002-9230-2633)

**Nicole Stefany Luciano Calderón**  
(ORCID: 0000-0002-4968-9940)

**ASESORES**

**Dora Viviana Rosa Vega Swayne**  
(ORCID: 0000-0003-1352-1537)

**Alicia Chávez Somoza**  
(ORCID: 0000-0002-6248-3779)

Lima-Perú

**Octubre 2021**

## **Resumen del Proyecto de Investigación**

El proyecto de innovación Desarrollo de una plataforma virtual que ofrezca prácticas preprofesionales a estudiantes de diseño gráfico y arquitectura de interiores se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Competitividad y desarrollo industrial y la actividad económica de Enseñanza y busca resolver la dificultad para conseguir prácticas preprofesionales y mejorar el nivel de calificación por los postulantes, teniendo como población beneficiaria a estudiantes de las carreras de diseño gráfico y arquitectura de interiores y a empresas del rubro creativo.

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

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en el desarrollo de una plataforma que ofrezca plazas de practicantes a estudiantes, se trata de una plataforma virtual llamada Portalia que realizará convenios exclusivos con empresas nacionales y extranjeras del rubro creativo, para ofrecerlas a los estudiantes de

diseño gráfico y arquitectura de interiores que pasen por el programa de enseñanza integral para reforzar sus conocimientos y estar mejor calificados.

Para la experimentación se diseñaron el contenido de redes sociales y el portal web para conocer el interés de estudiantes y empresas en la propuesta. Los estudiantes interactuaron positivamente con la red social de Instagram al presentar contenido relevante para sus necesidades. Las empresas encontraron en la propuesta una idea interesante que necesitaba de mejoras en comunicación de beneficios.

Se concluye que la solución propuesta alivia la necesidad de los estudiantes que buscan asesoría y conocimiento a profundidad para estar mejor preparados para el mundo laboral y que existe un potencial de mejora para conectar mejor con las necesidades de las empresas. Se recomienda crear un piloto con un grupo reducido de estudiantes para comparar su competitividad con los estudiantes que no fueron parte del programa.

## TABLA DE CONTENIDO

### Resumen del proyecto de innovación

1. Contextualización del problema...	5
2. Justificación...	7
3. Reto de Innovación...	7
4. Sustento teórico...	9
4.1 Estudios previos...	9
4.2 Marco teórico...	12
5. Beneficiarios...	15
6. Propuesta de valor...	18
6.1 Propuesta de valor...	18
6.2 Segmento de clientes...	18
6.3 Canales...	18
6.4 Relación con los clientes...	19
6.5 Actividades clave...	19
6.6 Recursos clave...	19
6.7 Aliados clave...	20
6.8 Fuentes de ingreso...	20
6.9 Presupuesto...	21
7. Resultados...	21
8. Conclusiones...	25
9. Bibliografía...	26
10. Anexos...	29

## **1. Contextualización del Problema**

En el Perú, desde el 2000 hubo un incremento en la cantidad de universidades, casi duplicando su número para el año 2019. Sin embargo, este crecimiento parece no haber ido de la mano de un aumento de la calidad en la enseñanza, puesto que la tasa de desempleo de egresados se incrementó de 5,2% a 8,8% durante los años 2014 a 2018 (REDES, 2020). En un país que está en una constante búsqueda de progreso y desarrollo, la posible existencia de una promesa educativa que carece de calidad para cumplir con las necesidades de las empresas es muy perjudicial para el avance del país y el futuro de sus ciudadanos jóvenes. Estos últimos podrían caer en otras malas condiciones laborales: el subempleo. Como indican Yamada, Lavado y Martínez (2014), las probabilidades de estar subempleado se incrementan de 19% a 30% si se estudia en una universidad de baja calidad. Como consecuencia, un estudiante con bajo nivel académico tendrá muchas dificultades para empezar a laboral, lo cual termina perjudicando el futuro laboral del estudiante.

En paralelo a esta situación, la percepción de los estudiantes es que hay una valla elevada para dar el primer paso como futuros profesionales: las primeras prácticas preprofesionales. Los requerimientos para un trabajo, en el caso de las carreras creativas de Arquitectura de interiores y Diseño gráfico, son cada vez mayores por el avance tecnológico constante. Como indica De la Flor (2018) “En el Perú, muchas universidades han incorporado en sus currículos la realización de una práctica preprofesional como requisito para graduarse” (p.12). Por ello, en algunos centros de estudio se están implementando métodos para certificar los conocimientos de los estudiantes antes que terminen la carrera con el fin de darle más peso a sus

conocimientos y puedan ser contratados. Esto solo ayuda hasta cierto punto a un estudiante que busca trabajo, ya que seguirá careciendo del requisito más importante, el cual es la experiencia en el campo real de trabajo.

Es en esta misma realidad en la que también se desarrollan y ponen en práctica las habilidades blandas, consideradas muy importantes y decisivas para la realización de un profesional. De acuerdo con Franco y Ñopo (2018): “las empresas requieren más habilidades socioemocionales —determinación, extroversión, estabilidad emocional— que cognitivas, y los jóvenes peruanos carecen de ellas”, por lo que los proyectos y situaciones planteadas en clase serían más enriquecedores si tuvieran un enfoque más cercano al laboral, en el que el alumno pueda familiarizarse con dicho contexto gradualmente.

Considerando esta situación es que se busca ubicar oportunidades laborales para practicantes, a la vez que se refuerza y complementa la formación de los jóvenes para que tengan una adecuada inserción al mundo laboral. Como indica De la Flor (2018) en su investigación: “realizar prácticas preprofesionales incrementa en 34% la probabilidad de trabajar en algún empleo relacionado con la carrera que se estudió”. El concluir la etapa de educación superior habiendo ya adquirido experiencia laboral reafirma la visión que el estudiante tuvo al empezar su carrera profesional y lo encamina a conseguir mejores condiciones de trabajo.

## **2. Justificación**

De acuerdo con la información recopilada en la investigación, los estudiantes de los últimos ciclos de las carreras de diseño gráfico y diseño o arquitectura de interiores refieren que han encontrado dificultades para conseguir un puesto laboral relacionado a su carrera, debido que la malla curricular de su casa de estudios afecta sus postulaciones, ya que recibieron cursos a un nivel básico y los requerimientos del mercado son altos. Según De la Flor (2018) “las prácticas son efectivas porque mejoran los resultados laborales de los egresados, incluso en el caso de prácticas en micro y pequeñas empresas” (p.12), por lo que es necesario que los estudiantes estén adecuadamente preparados para conseguir las prácticas.

Este proyecto tiene como finalidad generar oportunidades de prácticas mediante convenios y aumentar los conocimientos y habilidades de los egresados de las carreras de diseño gráfico y diseño o arquitectura de interiores con el fin de que los empleadores puedan contratarlos al cumplir con sus requerimientos y superen sus expectativas.

## **3. Reto de innovación**

Para impulsar a los estudiantes de diseño gráfico y diseño o arquitectura de interiores se plantea desarrollar Portalia: una plataforma virtual que conectará empresas con estudiantes, reforzando puntos clave y temas necesarios de estos para que sus perfiles sean más atractivos para las empresas aliadas y sean contratados directamente. Como dice García Peñalvo (2005), el e-learning “posibilita y flexibiliza el acceso y el tiempo en el proceso de enseñanza-aprendizaje, adecuándolos a las habilidades,

necesidades y disponibilidades de cada discente”. (“Definición de e-learning”, párr.7)

Por lo tanto, una plataforma virtual es una alternativa adecuada dado el contexto actual donde los servicios online están abarcando más terreno, debido a las medidas sanitarias implementadas, y que el público busca cada vez más productos que se adapten a ellos, como el acceso libre de acuerdo a su disponibilidad de tiempo.

El reforzar las habilidades duras y blandas de los estudiantes viene a partir del tiempo insuficiente que los estudiantes perciben que se les da en ciertos temas en sus centros de estudios, y que tiene como consecuencia el quedarse corto frente a una oferta laboral. El contenido de las clases que brindará la plataforma va un paso más allá, ya que tendrá un enfoque real, similar a lo que se espera en un trabajo.

Asimismo, existen procesos en el ámbito laboral que no se cubren en las clases y que son desconocidos por los estudiantes. Este es el proceso de inducción que reciben los practicantes por las empresas, el cual no todas están dispuestas a asumir por la inversión de tiempo y dedicación de personal, por lo que exigen personal con experiencia previa. Portalia propone una enseñanza con enfoque laboral donde el estudiante comprenderá los procesos necesarios para trabajos reales. Conocerá los roles de cada miembro del equipo con el que se relacionará en un trabajo real para entender las tareas del día a día.

Un portafolio de trabajo atractivo y bien desarrollado, además de una preparación para entrevistas y un asesoramiento para organizar mejor su espacio de estudio pueden generar un impacto positivo al momento de ingresar o continuar en el mundo laboral. En el caso de los estudiantes estas preparaciones son inexistentes o no



son adecuadas. En el mejor de los casos, son asesorados por sus mismos compañeros o profesores, pero esto se limita al ámbito académico, el cual no se alinea a los casos reales. Es por esto que, como parte de la enseñanza integral, en la plataforma se ofrecerán talleres y asesorías en habilidades blandas y mejora del perfil profesional para lograr un rendimiento completo del estudiante.

#### **4. Sustento Teórico**

##### **4.1. Estudios previos**

##### **4.1.1. Primer antecedente**

En el 2021, Danny Loisell Aramburú Cuadros y Brangel Omar Saucedo Vásquez tuvieron como objetivo investigar la influencia de la plataforma virtual Moodle en la motivación por el aprendizaje del idioma inglés en el INSTITUTO ISAM. El tipo de investigación fue experimental, con un grupo de 40 alumnos que fueron evaluados mediante un cuestionario y un examen de conocimientos sobre su motivación y aprendizaje en el curso. La mitad de ellos, pertenecientes al grupo experimental, habían pasado por la plataforma virtual.

Los resultados fueron favorables, indicando que una plataforma virtual influye positivamente en el aprendizaje del idioma inglés, basado en el incremento porcentual del nivel de motivación y las notas de los estudiantes del instituto. Este antecedente es útil para la investigación, ya que demuestra los beneficios de una plataforma virtual y su gran impacto en la enseñanza, los cuales serán vistos favorablemente por estudiantes que buscan reforzar sus conocimientos.

#### **4.1.2. Segundo antecedente**

La tesis de José Torres Argomedeo, en el 2019, tuvo como objetivo comprobar si el uso de una plataforma virtual de aprendizaje mejora el rendimiento académico en los estudiantes de la Escuela de Tecnologías de la Información de SENATI. La investigación experimental consistió en un pretest y postest aplicado a 20 alumnos del curso de Redes II para evaluar el rendimiento académico y uso de la plataforma.

Como resultado, los estudiantes mejoraron su promedio de 9,24 a 15,6 luego de usar la plataforma, y el 90% presentó un nivel de rendimiento alto, habiendo sido que el 65% tenía antes un rendimiento bajo. Se puede decir que el antecedente es relevante ya que confirma la mejora en el rendimiento académico de sus participantes, el cual es uno de los objetivos de la presente investigación.

#### **4.1.3. Tercer antecedente**

En la investigación desarrollada por Rosa Aurora Sanchez Trujillo en el 2019, se buscó definir si el uso de un aula virtual tiene influencia en el aprendizaje de los estudiantes del curso de Informática en la Facultad de Derecho de la Universidad de San Martín de Porres. Se trabajó con dos secciones de 30 estudiantes para formar los grupos experimental y de control, a los cuales se les evaluó mediante un pretest para registrar el nivel de conocimiento previo al experimento.

Durante todo un semestre, se procedió con el desarrollo de las clases mediante el aula virtual solo para el primer grupo. Se aplicó un posttest al final del semestre para comparar los resultados, los cuales mostraron una influencia positiva en el porcentaje del nivel de aprendizaje para los estudiantes que llevaron las clases por el aula virtual (93.3%) a diferencia del grupo de control (63,3%) que lo hicieron por la enseñanza tradicional. La investigación resulta relevante para la propuesta al mostrar resultados favorables por el uso de una plataforma educativa para alcanzar mayores niveles de aprendizaje, los cuales son necesarios para tener un perfil laboral más atractivo.

#### **4.1.4. Cuarto antecedente**

El trabajo de investigación desarrollado por Alexandra Fernanda Laureano Damian y Annabeth Alicia Martinez Rivadeneyra en el 2020 sobre las prácticas preprofesionales de los estudiantes de la carrera de Administración y Emprendimiento tuvo como objetivo conocer la situación actual de los estudiantes que están en proceso de inserción al mercado laboral y cómo mejorar dicha situación. Realizaron 94 encuestas y 3 entrevistas a profundidad al segmento de estudio. Se encontró que solo el 36% ha realizado prácticas.

Los principales motivos para no conseguir prácticas fueron la falta de experiencia laboral y la poca flexibilidad de horarios. Como posibles soluciones se plantea establecer convenios con empresas para conseguir las prácticas de forma automática, mejorar la bolsa laboral e incluir el aprendizaje experiencial en la enseñanza, el cual prioriza el llevar a la práctica los conocimientos. Estos hallazgos

refuerzan la importancia de la investigación porque avalan las propuestas de convenios laborales y enseñanza con enfoque laboral del reto de innovación.

#### **4.1.5. Quinto antecedente**

El estudio realizado por Andrea Blanco Eiroa, en 2018, evalúa el impacto de las agencias de colocación en la reducción de desempleo juvenil en la provincia de A Coruña, España. Para investigar el sector, se recopiló y analizó fuentes de datos secundarios y se realizaron entrevistas a profundidad a 4 empresas que trabajan como agencias de colocación.

Se concluye que son una herramienta importante que facilita la búsqueda de empleo y agiliza el proceso de selección de personal. Si bien no tienen un gran impacto en reducir el desempleo dado los factores involucrados, lo ayudan a reducir gradualmente. Este estudio aporta a la investigación en cuanto confirma que el servicio de búsqueda y preparación de talentos es útil tanto para empresas como para la mano de obra al concretar la colocación laboral, el cual es uno de los objetivos propuestos.

## **4.2. Marco teórico**

### **4.2.1. Prácticas preprofesionales**

Para Marrero, Mohamed y Xifra (2018) “Las prácticas pre-profesionales constituyen un elemento importante en la formación integral y el desenvolvimiento del estudiante, que necesita enfrentarse a la realidad social mediante la aplicación de la teoría adquirida dentro del aula a la solución de problemas específicos.” (p.11).

Para los estudiantes, las prácticas representan el primer paso en el camino de ser profesionales exitosos. El fruto del esfuerzo y dedicación en sus años de estudio se refleja, más que en sus notas, en la obtención de un puesto de trabajo. Por lo que mientras más rápido puedan conseguir prácticas adecuadas, más probabilidades de tener un buen futuro laboral, y para esto deben estar correctamente preparados.

#### **4.2.2. Agencia de empleo**

Dascalu (2016) define las agencias como:

un punto de contacto entre las personas que demandan un puesto de trabajo y las empresas o empleadores que necesitan cubrir determinadas necesidades. Para conseguir encajar la oferta y la demanda de empleo, las agencias de colocación estudian los perfiles profesionales de los candidatos y, por otro lado, analizan los requerimientos de los puestos de trabajo ofertados. (p.4)

Como eje de la propuesta se considera la relación que se tendrá con las empresas que buscan practicantes profesionales. Estas pondrán a disposición, de forma exclusiva, sus plazas de prácticas ya que se les facilitará una cartera de estudiantes calificados según sus requerimientos. Este proceso empieza con el entrenamiento en habilidades a los postulantes, para pasar a la selección y reclutamiento de los mejores calificados y termina en la entrevista y evaluación final de cada empresa, seleccionando a los candidatos necesarios.

### **4.2.3. Plataforma educativa**

Quimbayo y Sanabria (2017) definen las plataformas educativas, o Learning Management Systems, como:

un aula en línea donde los instructores pueden mantener debates, cargar lecturas, mostrar videos y reproducir audio, llevar a cabo actividades de aprendizaje, hacer anuncios y evaluar y calificar el trabajo de los estudiantes. Los LMS almacenan y entregan materiales desarrollados en una variedad de formatos diferentes, desde documentos de MS Office hasta videos y aplicaciones de terceros. (p.31)

Debido al avance y familiarización de los estudiantes con la educación digital y a las limitaciones que se tiene en cuenta al tener una pandemia en la actualidad, es beneficioso el uso de una plataforma educativa como canal de enseñanza. Se aprovecha su fácil acceso y gran alcance que tiene, ya que el uso de un ordenador con internet es común en los estudiantes. Asimismo, como lo señalan los antecedentes encontrados, es un canal de enseñanza de gran eficacia.

### **4.2.4. Habilidades duras**

Para Espinoza y Gallegos (2020), las habilidades duras:

son las que responden a todo el conocimiento académico curricular obtenido durante el proceso formativo formal; estas habilidades son las que se aprenden y entre ellas se tienen: una certificación en algún área del conocimiento, el dominio de lenguas extranjeras, la práctica en informática, las técnicas de escritura y expresión oral, el conocimiento y manejo de distintas herramientas. (p.46)

El dominio de las habilidades duras es vital en las carreras creativas porque es mediante el manejo de herramientas digitales y conceptos que se puede representar la innovación y creatividad del estudiante. Estas habilidades marcan el nivel del portafolio y el potencial que puedan ofrecer a empresas que buscan talento. Por ello, es necesario reforzar su dominio para destacar entre la competencia.

#### **4.2.5. Habilidades blandas**

Rodríguez (2020) concuerda que las habilidades blandas se definen:

tal como lo describió Gardner (2001) y refrendado por Goleman (1998), como un conjunto de competencias socioemocionales, interpersonales que están íntimamente ligadas a la inteligencia emocional y que constituyen el eje transversal para que una persona logre el éxito laboral y personal. En este mismo sentido, Vargas M. A, & Vargas M. S (2015) define las competencias blandas como un grupo de 3 categorías: actitudes, valores y emociones, y coincide con los autores anteriores en que se encuentran estrechamente relacionadas a la inteligencia emocional. (p.187)

El aporte humano en el ámbito laboral viene de las habilidades blandas, las cuales se pueden ser desarrolladas y entrenadas con dinámicas y simulaciones de situaciones típicas. El estudiante debe estar preparado tanto intelectual como emocionalmente para el mundo laboral.

## **5. Beneficiarios**

Los principales beneficiarios son estudiantes de las carreras de diseño gráfico y diseño o arquitectura de interiores de la ciudad de Lima, pertenecientes a los últimos

ciclos de la carrera. Son nativos digitales, jóvenes cuyas edades se encuentran entre los 20 y 22 años. Si bien los aplicativos y dispositivos móviles son parte de su día a día, también se toman un tiempo para realizar actividades recreativas y artísticas, ya que están en constante exploración y desarrollo de su carrera creativa. En parte están conformes con la enseñanza que reciben en sus centros de estudios, puesto que les permite desarrollar su lado creativo. Sin embargo, sienten que necesitan profundizar en cursos y temas que ven requeridos cuando buscan sus prácticas preprofesionales.

Por el otro lado está el segundo grupo de beneficiarios, jefes y directores de empresas y agencias de diseño pequeñas y medianas. Tienen entre 35 y 40 años, de profesión son diseñadores gráficos o arquitectos, por lo que conocen muy bien la carrera y el rubro. Están actualizados a los sucesos del día a día y conocen las herramientas digitales del momento. Por el ritmo de trabajo que manejan en sus empresas requieren de personal calificado, que conozca los procesos y aporte mucho, por lo que al requerir de un nuevo trabajador lo buscan con experiencia previa.

El encuentro de ambos públicos se da en el intercambio currículums y ofertas laborales del mercado laboral creativo, ya sea en portales de empleo, bolsas de trabajo de centros de estudio o en el boca a boca. Los estudiantes preparan sus portafolios con los proyectos desarrollados en los cursos de acuerdo a lo que han aprendido. Tienen altas expectativas e incertidumbre porque el ser aceptados por una empresa es símbolo de validación y que están haciendo las cosas bien. Sin embargo, son estudiantes sin experiencia, existe una inseguridad natural al estar frente a una situación diferente a la



académica. El mercado laboral puede significar un golpe de realidad para los que no están adecuadamente preparados.

Los estudiantes mejores calificados son los que conseguirán las plazas de practicantes primero. Las empresas encuentran en ellos el talento y un potencial trabajador que les ayude a cumplir sus objetivos. Requerirá una dedicación de tiempo para entrenarlos, pero el buen trabajo que se espera de ellos lo recompensa. Para este grupo, su carrera profesional ha empezado, pero no para todos. Quedan relegados los estudiantes promedio que se preocupan porque pasa el tiempo y siguen en la búsqueda de prácticas. Han confirmado que no están preparados y no tienen una orientación de cómo mejorar. Mientras más ofertas encuentran, más se dan cuenta de la exigencia en los requisitos, a veces exagerada, de las empresas.

Un grupo de estudiantes buscará soluciones fuera de sus centros de estudios para prepararse mejor. Encontrarán escuelas alternativas y cursos online, paquetes de suscripción a precios accesibles, tutoriales gratis en internet. Tienen muchas posibilidades de mejora, pero deberán organizarse por su propia cuenta. Existirá otro grupo que por necesidad aceptará prácticas en trabajos con malas condiciones o asumiendo responsabilidades que no le corresponden.

La propuesta de Portalia busca cambiar gradualmente esta situación, reduciendo el subempleo y ubicando en plazas adecuadas de prácticas a aquellos estudiantes que hayan desarrollado su talento y puedan ofrecer más que el practicante promedio.

## **6. Propuesta de Valor**

### **6.1. Propuesta de valor**

Se ofrece plazas de practicantes a estudiantes de las carreras de diseño gráfico y diseño o arquitectura de interiores que se encuentran en búsqueda activa de experiencia laboral, a través de un programa de enseñanza integral, con el cual estarán mejor preparados, y un convenio de exclusividad con empresas, las cuales se beneficiarán del talento mejor desarrollado de los estudiantes de Portalia.

### **6.2. Segmento de clientes**

El foco de la propuesta se da en los estudiantes y empresas del rubro creativo:

- Estudiantes de diseño gráfico y diseño o arquitectura de interiores de los últimos ciclos que no cuentan con prácticas preprofesionales realizadas.
- Empresas que buscan practicantes preparados de estas carreras, ya sea porque son del rubro o porque tienen un área interna relacionada a él.

### **6.3. Canales**

Se utilizarán redes sociales como Instagram, Facebook y LinkedIn para generar tráfico hacia el portal web. Aquí se encontrará la información de los servicios ofrecidos, un blog con contenido relevante, el acceso a estudiantes para el programa de enseñanza integral y el acceso a empresas para el reclutamiento y bolsa de estudiantes. El proceso de conversión se concretará mediante los canales de comunicación de las redes sociales, WhatsApp y llamadas telefónicas.

#### **6.4. Relación con los clientes**

Se busca generar una relación de fidelización, confianza y seguridad con los estudiantes y empresas. Para lograrlo, se asignará un coordinador a cada carrera que velará por el correcto desarrollo de los cursos, talleres y asesorías a estudiantes. Para las empresas, un ejecutivo comercial estará siempre en comunicación con ellos para informarles del proceso de reclutamiento y candidatos.

#### **6.5. Actividades clave**

Con el fin de tener un buen posicionamiento en la comunidad laboral y educativa, se publicará contenido relevante en los canales de redes sociales. Se preparará a los estudiantes mediante el programa integral de enseñanza, que consta de cursos de programas digitales y teoría, asesoramientos y reforzamiento de habilidades blandas. Además, se brindarán charlas de experiencia a estudiantes de la plataforma y a estudiantes externos. Con los estudiantes en camino a ser preparados, se podrá ofrecer el servicio de reclutamiento corporativo a las empresas aliadas.

#### **6.6. Recursos clave**

Para el correcto funcionamiento de la propuesta se necesitará de: las vacantes exclusivas que se obtendrán de las empresas; las clases online y grabadas, que serán preparadas por los profesores y asesores; la plataforma web junto con el hosting y dominio registrado; las redes sociales manejadas por un diseñador y un community manager; el personal administrativo y coordinadores de carrera que velarán por los procesos comerciales y académicos; y los equipos tecnológicos para gerencia.

### **6.7. Aliados clave**

Los aliados se dividen en 3 grupos:

- Las agencias y estudios de diseño, así como las empresas con áreas propias de diseño gráfico o diseño o arquitectura interiores. Se consideran tanto las empresas grandes nacionales como las startups que pueden sustentar su potencial, hasta las empresas extranjeras que busquen talento fuera de sus fronteras.
- Las comunidades de las carreras y portales educativos que, al ser fuentes de información confiables del público objetivo, ayudarán a potenciar el alcance de Portalia.
- Profesionales exitosos que brindarán charlas sobre su desarrollo en la carrera con el fin de dar a conocer cómo es la realidad de un diseñador gráfico y diseñador o arquitecto de interiores en el mercado actual.

### **6.8. Fuentes de ingresos**

Se obtendrán ingresos de 4 formas:

- Inscripciones al programa de 3 meses por parte de los estudiantes que buscan el ingreso a prácticas y reforzar sus conocimientos.
- Membresía mensual de estudiantes que hayan culminado el programa de 3 meses pero que deseen seguir postulando a ofertas laborales y tener acceso a las charlas mensuales.

- Servicio de reclutamiento y acceso a la bolsa de estudiantes preparados por Portalia para las empresas al concretar el convenio exclusivo de vacantes.
- Charlas cada mes para el público interesado en conocer de primera mano la experiencia de trabajo de los mismos profesionales.

### **6.9. Presupuestos**

Para llevar a cabo la propuesta de Portalia, se requerirá de ciertos costos mensuales y de inversión. El desglose completo se podrá observar en el Anexo 1. El resumen de ítems se indica en la siguiente lista:

- Alquiler de oficina para el trabajo de gerencia.
- Adquisición de mobiliario, equipos tecnológicos y papelería.
- Desarrollo web y de identidad de marca.
- Sueldos de equipo (gerencia, profesores, coordinadores, área administrativa, diseño y marketing).
- Servicios básicos y servicios mensuales (membresías y publicidad).
- Expositores para charlas mensuales.

En base a una proyección anual, se calcula que se recuperará la inversión inicial considerando los costos mensuales en el octavo mes (ver Anexo 5).

## **7. Resultados**

El diseño de la propuesta empezó con la realización de entrevistas a estudiantes, egresados, profesores y jefes de empresas. El objetivo fue conocer su percepción de la

enseñanza en sus centros de estudios y evaluar si los requisitos para una práctica laboral en las carreras de diseño gráfico y diseño o arquitectura de interiores son acordes a la realidad académica de los estudiantes y a la expectativa de los empleadores.

Con la información obtenida, se realizó un análisis de los insights para identificar sus dolores y deseos. Encontramos que, por parte de las empresas, se busca trabajadores que sepan hacer las cosas o requieran de apoyo de vez en cuando. Los estudiantes manifestaron que deseaban aprender más porque se habían dado cuenta, al ver los requisitos para puestos de prácticas, que tienen un conocimiento básico. La información que hasta ese entonces se les había enseñado del ámbito laboral, para muchos, era superficial.

De las respuestas se rescataron cursos y temas relevantes para los estudiantes. A partir de aquí es que se crea una malla de cursos teóricos y digitales para el programa de enseñanza, el cual se complementará con asesorías y talleres sobre desarrollo del perfil profesional y mejora de habilidades blandas. Se considera necesario que la propuesta ofrezca plazas para practicantes, ya que los estudiantes estarían suficientemente preparados para conseguir una al llevar al programa integral de enseñanza creado. Este beneficio para los estudiantes se obtendría a partir de convenios exclusivos con empresas nacionales y extranjeras, desde startups hasta empresas grandes, que busquen futuros practicantes ya entrenados. El programa durará 3 meses, llevando alrededor de 170 horas de clases en total, grabadas y en vivo online. La permanencia en el programa les permite postular a las ofertas de las empresas aliadas ilimitadamente, a las cuales podrán seguir postulando si adquieren una membresía mensual luego de haber

terminado el programa. Las empresas se beneficiarán de la alta competitividad que tendrá como resultado estudiantes muy bien preparados. Como parte del compromiso de transmitir la experiencia de trabajo real al público académico, se realizarán charlas mensuales, las cuales serán gratuitas para los estudiantes de Portalia.

Para la identidad y el naming, se trabajó bajo el concepto de portal, de la transición que hay entre el mundo académico y el mundo laboral. La propuesta de innovación permitirá a jóvenes creativos pasar de las carpetas a la realidad del mercado laboral, y así nace el nombre de Portalia. Este es un proyecto nuevo, con competencia similar pero no igual ya que combina la oferta laboral con la enseñanza enfocada en jóvenes. Se determina que las palabras clave para la marca sean: moderno, creativo y confiable. Para los colores de la marca se eligieron: azul eléctrico, verde encendido, amarillo dorado y blanco, los cuales, en combinación, crean la textura principal de Portalia. El logotipo se conforma por una tipografía sans serif, bold y legible, con un juego de formas en la letra O que hace referencia a un ingreso o un portal de manera sutil.

Con el fin de realizar la validación de diseño de la propuesta, se crean las redes sociales y el portal web, que son los principales canales de comunicación. En la página web se agregó información sobre los beneficios y convenios de Portalia, tanto para empresas como para estudiantes de las carreras, con un formulario en cada pie de página para solicitar mayor información. Para la red social de Instagram, donde está la mayor parte del público objetivo, se plantea comunicar contenido relevante, como tips y datos sobre la situación laboral y académica de las carreras, así como la oferta de Portalia.

En Instagram se recibieron mensajes de estudiantes interesados en la propuesta, querían saber con qué empresas se tendría alianzas, cómo es el proceso más a detalle y los costos. Se coordinó una presentación por zoom para explicar a detalle el proceso de Portalia y los beneficios que ofrece. En LinkedIn se contactó con personal encargado de las áreas de dirección y recursos humanos para hacerles llegar la propuesta y conocer su opinión sobre ella.

De los 5 representantes de empresas, 3 comentaron que la idea les parecía interesante y novedosa, al no haber algo similar que involucre obtención de prácticas de la mano de enseñanza. Resaltaron la enseñanza de cursos digitales y habilidades blandas ya que cada vez es más exigente el mercado. Los 2 restantes mencionaron que, si bien no era una mala idea, ya existían lugares para buscar prácticas y estudiantes, como las bolsas de institutos y universidades, o que su empresa era pequeña y ya tenían un equipo formado. Por el lado de los estudiantes, se realizó una presentación por zoom con 12 estudiantes de las carreras de diseño gráfico y arquitectura de interiores para validar la propuesta, diseño y web. Concordaron que era una propuesta nueva, que sería de mucha utilidad para su desarrollo por los cursos que se ofrecen. El costo les parecía un poco alto por lo que se ofrecía, a pesar de ser un paquete completo. Lo compararon con los cursos grabados de plataformas online e indicaron que valdría la pena si tuviera un plus, como un nivel avanzado, o fuese personalizado. Sí valoraron más las asesorías para entrevistas, portafolio y habilidades blandas, esto es posiblemente a que no se refuerzan mucho los temas en la malla que llevan. En la revisión de la web, comentaron que sentían el estilo de Portalia, que les agradaban los degradados pero que no se exagera en su uso. Algunos textos no se llegaba a leer bien y que se mejore la



combinación de fotos y fondos de color, también usar un poco de fondo blanco para hacer la lectura más fácil.

Sobre todo el feedback recibido, se realizaron ajustes en el diseño de la propuesta, tanto en el proceso como en el aspecto visual.

## **8. Conclusiones**

En líneas generales, la propuesta de innovación tuvo aceptación con algunos ajustes. Los estudiantes, que serán el público con mayor beneficio de la propuesta, ven a Portalia como una posible solución al problema de obtener prácticas preprofesionales. Lo más valorado son los convenios que se establecerán con las empresas, seguidos del programa de enseñanza, donde sobresale el reforzamiento al desarrollo del curriculum vitae y portafolio, además de la preparación para entrevistas. El que tengan una revisión y asesoría por un profesional es muy positivo y deseado por ellos. Los cursos digitales y de teoría son valorados en la medida que ofrezcan algo más que lo que ya se ve en internet o escuelas alternativas. Aplicando los ajustes recibidos, se puede decir que para los estudiantes el reto de innovación ha sido cumplido.

Para las empresas existen varias cosas que mejorar, como el dejar en claro cómo se beneficia la empresa al ofrecer la vacante y si es que los cursos enseñados aportarán al estudiante. Asimismo, para no tener desventaja con las bolsas de trabajo de los centros de estudio, se sugirió que el convenio no tenga costo para las empresas, de este modo se puede captar el mayor número de vacantes. El reto de innovación se cumple en parte, pero tiene espacio para mejoras.

En resumen, la propuesta de una plataforma que combine la contratación de estudiantes y a la vez ofrezca una enseñanza integral es un negocio nuevo en el rubro creativo, que tiene puntos por mejorar para ser más viable, pero que tiene un gran potencial por la demanda de demostrada de estudiantes que necesitan una nueva forma de conseguir prácticas, y por las empresas que buscan trabajadores con capacidades cada vez mejor desarrolladas.

## 9. Bibliografía

Lavado, P., Martínez, J., Yamada, G. (2014). *¿Una promesa incumplida? La calidad de la educación superior universitaria y el subempleo profesional en el Perú.*

Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.

Recuperado de:

<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Documentos-de-Trabajo/2014/documento-de-trabajo-21-2014.pdf>

De la Flor, L. (2018). *La importancia de las prácticas preprofesionales en la transición al empleo. Un estudio en las ciudades capitales del Perú.* Grupo de Análisis para el Desarrollo.

Recuperado de: <https://www.grade.org.pe/wp-content/uploads/AI33.pdf>

Franco, A. P., Ñopo, H. (2018). *Ser joven en el Perú: educación y trabajo.* Grupo de Análisis para el Desarrollo.

Recuperado de: <https://www.grade.org.pe/wp-content/uploads/AI37.pdf>

García, F. J. (2005). *Estado actual de los sistemas e-learning*. Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información, 6(2).

Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/2010/201021055001.pdf>

Aramburú, D. L., Saucedo, B. O. (2021). *Plataforma virtual para el aprendizaje del idioma inglés en el Instituto ISAM 2021*. (Tesis para título profesional).

Universidad César Vallejo, Perú.

Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/42688>

Torres, L. J. (2019). *Plataforma virtual para mejorar el rendimiento en una asignatura del plan curricular de la Escuela de Tecnologías de la Información, SENATI*.

(Tesis de maestría). Universidad Peruana Cayetano Heredia, Perú.

Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12866/7726>

Sanchez, R. A. (2019). *Influencia del uso del aula virtual en el nivel de aprendizaje de los estudiantes del curso de informática de la Facultad de Derecho de la*

*Universidad de San Martín de Porres*. (Tesis de maestría). Universidad San Martín de Porres, Perú.

Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12727/5911>

Laurenao, A. F., Martínez, A. A. (2020). *Prácticas pre profesionales de los estudiantes de la carrera de Administración y Emprendimiento, 2020*. (Tesis de bachiller).

Universidad San Ignacio de Loyola, Perú.

Recuperado de: <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/10998>

Blanco, A. (2018). *Estudio sobre las agencias de colocación y su papel en la reducción del desempleo juvenil*. (Trabajo de fin de grado). Universidade da Coruña España.

Recuperado de: <http://hdl.handle.net/2183/21425>

Marrero, O., Mohamed, R., Xifra, J. (2018). *Habilidades blandas: necesarias para la formación integral del estudiante universitario*. Revista Científica ECOCIENCIA, Edición Especial, 11.

Recuperado de: <https://3.14.189.95/index.php/ecociencia/article/view/144/111>

Dalascu, D. (2016). *Agencias de colocación: análisis actual en la comunidad valenciana*. (Tesis de grado). Universitat Jaume I, España.

Recuperado de:

[https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/165969/TFG\\_2016\\_DascaIuDiana.pdf](https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/165969/TFG_2016_DascaIuDiana.pdf)

Quimbayo, Y. M., Sanabria, O. A. (2017). *Uso de la plataforma Educaplay en el fortalecimiento de la comprensión textual de los estudiantes del grado séptimo de la Institución Educativa Policarpa Salavarrieta de Girardot*. (Tesis de maestría). Universidad Norbert Wiener, Perú.

Recuperado de: <http://repositorio.uwiener.edu.pe/handle/123456789/1357>

Espinoza, M. A., Gallegos, D. (2020). *Habilidades blandas en la educación y la empresa: Mapeo Sistemático*. Uisrael Revista Científica, 7(2), 46.

DOI: <https://doi.org/10.35290/rcui.v7n2.2020.245>

Recuperado de: <https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/rcui/article/view/245/147>

Rodriguez, J. L. (2020). *Las habilidades blandas como base del buen desempeño del docente universitario*. INNOVA Research Journal, 5(2), 187.

DOI: <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n2.2020.1321>

Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7475508>

## 10. Anexos

### Anexo 1. Preguntas de entrevista a estudiantes

Nombre y carrera / ciclo

1. ¿Cuál es tu (hobby, música, película, comida, estilo de ropa) preferido?
2. ¿Qué cosas te gustaría hacer que no haces? (actividades, estudios, hábitos)
3. ¿Cuáles son tus 3 apps preferidas?
4. ¿Cuál es la actividad que más suelen hacer en casa para pasar el rato en familia?
5. ¿Qué opinas sobre tu carrera? ¿Qué es lo que más te gusta y disgusta?
6. ¿Cuál es tu centro de estudios? ¿Cuál fue el motivo de tu elección en comparación a los otros institutos o universidades?
7. ¿Qué cursos dentro de la malla curricular te convencieron a diferencia de otros?
8. ¿Qué cursos consideras que son los más importantes para tu futuro ámbito laboral? ¿Por qué?
9. Según los cursos mencionados ¿Crees que la cantidad de horas de enseñanza son suficientes?
10. ¿Qué cursos que no se encuentran actualmente en tu malla curricular te gustaría aprender para tu carrera?

11. ¿Consideras que los cursos deberían tener un enfoque más real para un ámbito laboral futuro? ¿A partir de qué ciclo te gustaría que tengan ese enfoque?
12. ¿Qué opinas sobre los cursos de herramientas digitales dentro de tu centro de estudio? ¿Estás de acuerdo con la cantidad de horas? ¿Qué cursos de herramientas digitales crees que son indispensables para tu futuro ámbito laboral?
13. ¿Qué cursos de herramientas digitales crees que faltan enseñar? Según lo mencionado anteriormente llevas cursos de herramientas digitales fuera de tu centro de estudios?
14. ¿En qué ciclo consideras adecuado comenzar las prácticas profesionales? ¿Cuáles son los medios por los cuales buscas información de prácticas?
15. Según los requisitos que observas para la postulación de prácticas, ¿cuántos y cuáles crees que te faltan? ¿Los consideras reales o exagerados? ¿Qué es lo más frustrante?
16. ¿Sabes todas las funciones o actividades que realizas dentro de tu carrera en un futuro ámbito laboral?
17. ¿Cuál es el motivo por el cual buscas prácticas? ¿Consideras que las prácticas podrían ayudarte a conseguir un buen puesto laboral a futuro? ¿Por qué?
18. ¿Conoces el portal de empleo dentro de tu centro de estudios? ¿Te es útil? ¿Encuentras buenas ofertas para tu carrera? ¿Conoces todas las facilidades que tu centro de estudio brinda?

19. ¿Conoces la magnitud de la competencia dentro de tu carrera? ¿Consideras que hay suficientes puestos de trabajo en tu carrera? ¿En cuánto tiempo consideras que lograrías conseguir un buen puesto de trabajo?
20. ¿Qué páginas y apps usas para reforzar tu aprendizaje? ¿Qué cursos llevas normalmente?
21. Aparte de la enseñanza, ¿qué otros beneficios crees que una escuela alternativa o plataforma digital de cursos debería brindar?
22. ¿Consideras que tu portafolio y CV de estudiante están listos para postular? ¿Qué asesoría quisieras que te den para mejorarlo?
23. ¿Has participado en charlas de profesionales sobre su experiencia de trabajo? ¿Cómo crees que aportan a tu carrera?
24. ¿Estás convencido que lo que estás estudiando es lo que te gusta realmente? ¿Por qué? ¿Cómo te ves una vez termines de estudiar?

## **Anexo 2. Preguntas de entrevista a egresados**

Nombre / Carrera

1. Descríbete en 3 palabras y también a tu círculo de amistades en 3 palabras.
2. ¿Cuál es tu (hobby, música, película, comida, estilo de ropa) preferido?
3. ¿Qué cosas te gustaría hacer que no haces? (actividades, estudios, hábitos)
4. ¿Cuáles son tus 3 apps preferidas?
5. ¿Cuál es la actividad que más suelen hacer en casa para pasar el rato en familia?
6. ¿Qué opinas sobre tu carrera? ¿Qué es lo que más te gusta y disgusta?

7. ¿Trabajas en el campo laboral de la carrera? ¿Dónde trabajas y cuál es tu puesto?  
¿Qué funciones realizas?
8. ¿Consideras que hay más oportunidades de trabajo en el extranjero? ¿Qué tiene de bueno o malo con relación al mercado local?
9. ¿Qué habilidades y/o competencias consideras que se debe tener para lograr un buen puesto de trabajo?
10. ¿Qué crees que es más importante para el campo laboral de tu carrera: las habilidades blandas (liderazgo, trabajo en equipo, empatía) o las habilidades duras (herramientas digitales)? ¿Por qué?
11. ¿Idealmente en qué ciclo consideras adecuado comenzar las prácticas profesionales? ¿Crees que hay suficiente oferta?
12. ¿Cuál crees que sea la importancia de la red de contactos? ¿Consideras que ya estás formando una red de contactos? Si tu respuesta es sí, ¿cómo la mejorarías?
13. ¿Cuánto crees que influye las prácticas para un buen puesto laboral de manera fija?
14. ¿Cuántos años de experiencia consideras necesario para ser un trabajador más independiente? ¿Qué necesitaría un recién egresado para llegar a ese nivel?
15. ¿Cuánto tiempo fue necesario para que te adecues al ritmo de trabajo cuando ingresaste? ¿Recibías apoyo?
16. ¿Por qué crees que existen los trabajos informales? ¿Has experimentado un trabajo informal? Si fuera así, ¿qué motivos te llevaron a aceptar un trabajo informal?



17. ¿Consideras que tu salario ha estado acorde al servicio y trabajo que brindas?  
¿Qué habría faltado para que mejore?
18. ¿En cuánto tiempo consideras que recuperarás lo invertido en tu educación de la carrera?
19. Según los requisitos que has visto para los trabajos de practicantes, ¿los consideras reales o exagerados?
20. Para que haya una mejor conexión entre profesional y mercado laboral, ¿debería mejorar el centro de estudios o los trabajos?
21. ¿Tienes planeado algún proyecto personal o emprendimiento a futuro? ¿Por qué?
22. ¿Qué páginas y apps usas para reforzar tu aprendizaje? ¿Qué cursos llevas normalmente?
23. ¿Qué programa digital tuviste que reforzar o aprender para tu puesto laboral?  
¿Cuánto tiempo?
24. ¿Crees que la calidad de enseñanza que recibiste en tu centro de estudios era adecuada para tus primeros trabajos o prácticas?
25. De acuerdo a tus funciones actuales, ¿qué cursos crees que faltaron dentro de tu centro de estudios? ¿Por qué?
26. ¿Consideras que el tiempo de clases fue suficiente? ¿Se llegó a profundizar en los temas enseñados?
27. ¿Realizaste proyectos en clase que involucraban casos o clientes reales? ¿Cómo fue?
28. ¿Consideras que los cursos deberían tener un enfoque más real para un ámbito laboral futuro? ¿A partir de qué ciclo crees que deberían tener ese enfoque?

29. ¿Qué tan importante te parece que un profesor sea laboralmente activo y trabaje en su rubro?
30. Si fueras profesor, ¿qué hubieras mejorado en tus clases?
31. ¿Qué cursos complementarios recomendarías a estudiantes o recién egresados?
32. ¿Qué le recomiendas a otros estudiantes que están interesados en estudiar tu misma profesión?
33. ¿Cómo te visualizas en un futuro?

### **Anexo 3. Preguntas de entrevista a profesores**

Nombre / Profesión / Cursos

1. Descríbase en 3 palabras y también a tu círculo de amistades en 3 palabras.
2. ¿Cuál es su (hobby, música, película, comida, estilo de ropa) preferido?
3. ¿Qué cosas te gustaría hacer que no haces? (actividades, estudios, hábitos)
4. ¿Cuáles son sus 3 apps preferidas?
5. ¿Cuál es la actividad que más suelen hacer en casa para pasar el rato en familia?
6. ¿Por qué decidió convertirse en un docente?
7. ¿Considera que un docente debe dominar todos los cursos que enseña? ¿Esto se cumple en su caso y en colegas?
8. ¿Cuáles son los principales elementos y metodologías que tiene en cuenta cuando debe dar una clase?
9. ¿Cómo describiría su forma de enseñanza en 3 palabras?
10. ¿Con qué frecuencia recibe capacitaciones y de qué tipo son?

11. ¿Qué tipo de cursos serían necesarios para reforzar el desempeño de los estudiantes en el ámbito laboral?
12. De tener la libertad, ¿qué implementaría en la enseñanza o política del centro de estudios para que sea más completa?
13. ¿Considera que los cursos deberían tener un enfoque más real para un ámbito laboral futuro? ¿A partir de qué ciclo cree que deberían tener ese enfoque?
14. ¿Cree que la calidad de enseñanza que brindan los centros de estudio se adecuan a los requerimientos del mercado laboral?
15. ¿Hasta qué punto debe enseñar el centro de estudios al alumno sobre su carrera?  
¿Por qué?
16. ¿Qué tipo de temas y cursos son los más difíciles para los alumnos?
17. ¿Sus alumnos le piden asesoría extra en los cursos? ¿Es suficiente el tiempo de clase?
18. ¿Qué opina de las plataformas de enseñanza online (Crehana, Doméstika) y escuelas alternativas?
19. ¿Los alumnos saben de todas las labores que realiza un profesional de su carrera?
20. ¿Qué cualidades debe tener un alumno para que lo pueda recomendar a un trabajo?
21. ¿Qué cree que es más importante para el campo laboral: las habilidades blandas (liderazgo, trabajo en equipo, empatía) o las habilidades duras (herramientas digitales)? ¿Por qué?

22. ¿En qué etapa de la carrera considera que es necesario empezar las primeras prácticas profesionales para poder realizar un buen desempeño laboral a futuro?

#### **Anexo 4. Preguntas entrevista jefes de empresa**

Nombre / Empresa / Puesto

1. Describese en 3 palabras y también a tu círculo de amistades en 3 palabras.
2. ¿Cuál es su (hobby, música, película, comida, estilo de ropa) preferido?
3. ¿Qué cosas le gustaría hacer que no haces? (actividades, estudios, hábitos)
4. ¿Cuáles son sus 3 apps preferidas?
5. ¿Cuál es la actividad que más suelen hacer en casa para pasar el rato en familia?
6. ¿Cuántas personas forman parte de su equipo profesional?
7. ¿Cuál es la proyección de su empresa a futuro?
8. ¿Qué opina sobre la competencia en el mercado laboral? ¿Considera que hay suficientes puestos de trabajo dentro del rubro de su empresa?
9. ¿Cuál es el medio más confiable por el cual consigue practicantes/profesionales? ¿Cuáles serían otras alternativas?
10. ¿Podría explicarnos respectivamente sobre qué cualidades y conocimientos en los CV's de los postulantes (practicantes/profesional) son los decisivos para poder realizar una entrevista?
11. Responder respectivamente: Durante la entrevista, ¿en qué se basan a la hora de contratar un practicante o profesional?
12. ¿Qué considera más importante o relevante para contratar a un practicante/profesional: ¿Su portafolio, su CV o la entrevista? ¿Por qué?

13. ¿Con qué frecuencia solicitan practicantes? Si la respuesta indica un tiempo determinado ¿A qué se debe la cantidad de ese tiempo?
14. Responder respectivamente: Al contratar a practicantes, ¿pide experiencia previa? Si su respuesta es sí, ¿Cuántos años o meses? ¿Por qué? ¿Cuántos años mínimo de experiencia solicita en un postulante profesional?
15. ¿Cuánto tiempo aproximadamente se mantienen en el puesto los practicantes? ¿Suelen ser ascendidos? ¿Cuál es normalmente el motivo por el cual decide brindarle un puesto fijo?
16. ¿Cree usted que los practicantes de estos tiempos cumplen con los requisitos solicitados?
17. ¿Cuánto tiempo toma las inducciones a practicantes? ¿Después de cuánto es que se acomodan al ritmo de trabajo?
18. ¿Qué es lo que más destaca de los practicantes?
19. ¿Qué les falta mejorar o aprender a los practicantes o profesionales?
20. ¿Cuál es el tema o aspecto menos manejado por los practicantes?
21. ¿En qué etapa universitaria o de instituto considera usted que es necesario realizar las primeras prácticas profesionales para poder ejercer un buen desempeño laboral a futuro?
22. ¿Tiene o tendría convenio con algún centro de estudios superior? Si su respuesta es sí, ¿en qué se basa o basaría su convenio? ¿Cuáles serían los beneficios para los postulantes? ¿Cuáles son o serían los centros de estudio? Si su respuesta es no, ¿Por qué?

23. ¿Qué cree que es más importante para el campo laboral: las habilidades blandas (liderazgo, trabajo en equipo, empatía) o las habilidades duras (herramientas digitales)? ¿Por qué?
24. ¿Cuántos y qué programas digitales considera usted que deberían dominar los practicantes o postulantes a un nivel avanzado?
25. ¿Considera necesaria la actualización de programas digitales (uso y aprendizaje de nuevos programas digitales dentro del mercado) dentro de su empresa? Si su respuesta es sí, ¿por qué? ¿Usted facilitaría el curso necesario para el aprendizaje de una nueva herramienta? Si su respuesta es no, ¿por qué? ¿Considera que los programas digitales actuales son suficientes para los próximos dos años de proyectos dentro de su empresa?
26. Como empresa, ¿refuerzan los conocimientos de sus empleados mediante cursos, talleres, charlas, etc.? ¿Por qué?

## Anexo 5. Costos

### Inversión

Materiales	Cantidad	Precio	Total
<b>MOBILIARIO</b>			
Escritorios	4	300	1,200
Sillones de escritorio	4	500	2,000
Sillas de visita	4	90	360
Estantes	4	159	636
<b>ELECTRÓNICA</b>			
Laptops	4	4,900	19,600
Impresora	1	700	700

Telefonos	4	90	360
<b>PAPELERÍA</b>			
Archivadores	8	5	40
Engranpadoras	2	20	40
Papel (Paquete de 500 hojas)	10	20	200
Perforadores	2	20	40
Lapiceros	8	2	12
Corrector	4	2	6
Sellos	4	6	24
Lapices	8	1	8
Borrador	8	1	8
Resaltadores	8	1	8
Reglas	8	1	8
Tacho	4	20	80
Pizarra	1	50	50
Plumones x4	4	16	64
Sobres (De 50 unidades)	4	15	60
<b>DISEÑO</b>			
Programación Web	1	3,000	3,000
Diseño Web	1	3,000	3,000
Diseño Identidad	1	3,000	3,000
<b>TOTAL</b>			<b>S/. 34,504</b>

### Alquiler

Gastos de Alquiler	ENER	FEBR	MAR	ABRI	MAY	JUNI	JULI	AGO	SETIE	OCT	NOVI	DICIE
	O	ERO	ZO	L	O	O	O	STO	MBR	UBRE	EMB	MBR
Alquiler mensual	2,00 0.00	2,00 0.00	2,00 0.00	2,00 0.00	2,00 0.00	2,00 0.00	2,00 0.00	2,00 0.00	2,00 0.00	2,00 0.00	2,00 0.00	2,00 0.00
Locales necesarios	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
Total Alquiler	2,00 0.00	2,00 0.00	2,00 0.00	2,00 0.00	2,00 0.00	2,00 0.00	2,00 0.00	2,00 0.00	2,00 0.00	2,00 0.00	2,00 0.00	2,00 0.00

Salarios administrativos

Directora de Arte - Nicole Luciano	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Numero de personas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Sueldo (mensual)	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00
Total (Sueldo + Gratificación + CTS Anual)	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00
Total Mes	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00

Gerente de Desafío Empresarial - Milagros Mamani	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Numero de personas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Sueldo (mensual)	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00
Total (Sueldo + Gratificación + CTS Anual)	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00
Total Mes	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00

Director Creativo - Gianfranco Zagazeta	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Numero de personas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Sueldo (mensual)	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00



Total (Sueldo + Gratificación + CTS Anual)	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00
Total Mes	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00

Gerente de Marketing - Luis Salvador	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Numero de Personas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Sueldo (Mensual)	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00	S/. 3,00 0.00
Total (Sueldo + Gratificación + CTS Anual)	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00
Total Mes	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00	S/. 3,75 0.00

<b>TOTAL SALARIOS GERENCIA</b>	S/. 15,0 00.0 0	S/. 15,0 00.0 0	S/. 15,0 00.0 0	S/. 15,0 00.0 0	S/. 15,0 00.0 0	S/. 15,0 00.0 0	S/. 15,0 00.0 0	S/. 15,0 00.0 0	S/. 15,0 00.0 0	S/. 15,0 00.0 0	S/. 15,0 00.0 0	S/. 15,0 00.0 0
--------------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Ejecutivo Comercial	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Numero de personas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
Sueldo	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
(Mensual)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total (Sueldo + Gratificacion + CTS Anual) x UND	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total Mes	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Community Manager	Ener o	Febr ero	Marz o	Abril	May o	Juni o	Julio	Agos to	Setie mbr e	Octu bre	Novi emb re	Dicie mbr e
Numero de personas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Sueldo (Mensual)	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

<b>Total (Sueldo + Gratificación + CTS Anual) x UND</b>	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>Total Mes</b>	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

	Ener	Febr	Marz	Abril	May	Juni	Julio	Agos	Setie	Octu	Novi	Dicie
Diseñador	o	ero	o		o	o		to	mbr	bre	emb	mbr
<b>Numero de personas</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Sueldo (Mensual)</b>	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>Total (Sueldo + Gratificación + CTS Anual) x UND</b>	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50
<b>Total Mes</b>	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Programador	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<b>Numero de personas</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Sueldo (Mensual)</b>	S/. 1,20 0.00	S/. 1,20 0.00	S/. 1,20 0.00	S/. 1,20 0.00	S/. 1,20 0.00	S/. 1,20 0.00	S/. 1,20 0.00	S/. 1,20 0.00	S/. 1,20 0.00	S/. 1,20 0.00	S/. 1,20 0.00	S/. 1,20 0.00
<b>Total (Sueldo + Gratificacion + CTS Anual) x UND</b>	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00
<b>Total Mes</b>	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00

Coordinador de carrera	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Numero de personas	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Sueldo (Mensual)	S/. 2,00 0.00	S/. 2,00 0.00	S/. 2,00 0.00	S/. 2,00 0.00	S/. 2,00 0.00	S/. 2,00 0.00	S/. 2,00 0.00	S/. 2,00 0.00	S/. 2,00 0.00	S/. 2,00 0.00	S/. 2,00 0.00	S/. 2,00 0.00
Total (Sueldo + Gratificacion + CTS Anual) x UND	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00
Total Mes	S/. 5,00 0.00	S/. 5,00 0.00	S/. 5,00 0.00	S/. 5,00 0.00	S/. 5,00 0.00	S/. 5,00 0.00	S/. 5,00 0.00	S/. 5,00 0.00	S/. 5,00 0.00	S/. 5,00 0.00	S/. 5,00 0.00	S/. 5,00 0.00

Profesor	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Numero de personas	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Sueldo (Mensual)	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total (Sueldo + Gratificacion + CTS Anual) x UND	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total Mes	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0
	00.0	00.0	00.0	00.0	00.0	00.0	00.0	00.0	00.0	00.0	00.0	00.0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Asesor	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Numero de personas	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Sueldo (Mensual)	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

<b>Total (Sueldo + Gratificación + CTS Anual) x UND</b>	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>Total Mes</b>	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

<b>Recursos Humanos</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Setiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>
<b>Numero de personas</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Sueldo (Mensual)</b>	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>Total (Sueldo + Gratificación + CTS Anual) x UND</b>	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50
<b>Total Mes</b>	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Contador	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<b>Numero de personas</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Sueldo (Mensual)</b>	S/. 1,20 0.00	S/. 1,20 0.00	S/. 1,20 0.00	S/. 1,20 0.00	S/. 1,20 0.00	S/. 1,20 0.00	S/. 1,20 0.00	S/. 1,20 0.00	S/. 1,20 0.00	S/. 1,20 0.00	S/. 1,20 0.00	S/. 1,20 0.00
<b>Total (Sueldo + Gratificacion + CTS Anual) x UND</b>	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00
<b>Total Mes</b>	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00	S/. 1,50 0.00



Administrador	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Numero de personas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Sueldo (Mensual)	S/. 2,00 0.00	S/. 2,00 0.00	S/. 2,00 0.00	S/. 2,00 0.00	S/. 2,00 0.00	S/. 2,00 0.00	S/. 2,00 0.00	S/. 2,00 0.00	S/. 2,00 0.00	S/. 2,00 0.00	S/. 2,00 0.00	S/. 2,00 0.00
Total (Sueldo + Gratificacion + CTS Anual) x UND	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00
Total Mes	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00	S/. 2,50 0.00

<b>TOTAL SALARIOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>45,500.00</b>	<b>45,500.00</b>	<b>45,500.00</b>	<b>45,500.00</b>	<b>45,500.00</b>	<b>45,500.00</b>	<b>45,500.00</b>	<b>45,500.00</b>	<b>45,500.00</b>	<b>45,500.00</b>	<b>45,500.00</b>	<b>45,500.00</b>
---------------------------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Gastos servicios

Ítem \ Año	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
------------	-------	---------	-------	-------	------	-------	-------	--------	-----------	---------	-----------	-----------

Luz

Facturacion de luz al año	S/24 0.00	S/24 0.00	S/24 0.00	S/24 0.00	S/24 0.00	S/24 0.00	S/24 0.00	S/24 0.00	S/24 0.00	S/24 0.00	S/24 0.00	S/24 0.00
---------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Agua

Facturacion de agua al año	S/60. 00	S/60. 00	S/60. 00	S/60. 00	S/60. 00	S/60. 00	S/60. 00	S/60. 00	S/60. 00	S/60. 00	S/60. 00	S/60. 00
----------------------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Telefono +  
Internet

Costo	S/12 0.00	S/55. 90	S/55. 90	S/55. 90	S/55. 90	S/55. 90	S/55. 90	S/55. 90	S/55. 90	S/55. 90	S/55. 90	S/55. 90
-------	--------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Gasto servicios basicos	S/42 0.00	S/35 5.90	S/35 5.90	S/35 5.90	S/35 5.90	S/35 5.90	S/35 5.90	S/35 5.90	S/35 5.90	S/35 5.90	S/35 5.90	S/35 5.90
-------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

**OTROS COSTOS  
MENSUALES -  
Ejemplo:  
Materiales**

Hosting	S/20. 00	S/20. 00	S/20. 00	S/20. 00	S/20. 00	S/20. 00	S/20. 00	S/20. 00	S/20. 00	S/20. 00	S/20. 00	S/20. 00
Dominio	S/11. 60	S/11. 60	S/11. 60	S/11. 60	S/11. 60	S/11. 60	S/11. 60	S/11. 60	S/11. 60	S/11. 60	S/11. 60	S/11. 60
Shutterstock	S/33 0.00	S/33 0.00	S/33 0.00	S/33 0.00	S/33 0.00	S/33 0.00	S/33 0.00	S/33 0.00	S/33 0.00	S/33 0.00	S/33 0.00	S/33 0.00
Zoom	S/50. 00	S/50. 00	S/50. 00	S/50. 00	S/50. 00	S/50. 00	S/50. 00	S/50. 00	S/50. 00	S/50. 00	S/50. 00	S/50. 00
Pauta Publicitaria RRSS	S/3,0 00.0	S/50 0.00	S/50 0.00	S/1,5 00.0	S/50 0.00	S/50 0.00	S/1,5 00.0	S/50 0.00	S/50 0.00	S/1,5 00.0	S/50 0.00	S/50 0.00

Pauta Publicitaria	S/30	S/30	S/30	S/30	S/30	S/30	S/30	S/30	S/30	S/30	S/30	S/30
Notas	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Expositor	S/50	S/50	S/50	S/50	S/50	S/50	S/50	S/50	S/50	S/50	S/50	S/50
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

<b>Gasto servicios basicos</b>	<b>S/4, 211.60</b>	<b>S/1, 711.60</b>	<b>S/1, 711.60</b>	<b>S/2, 711.60</b>	<b>S/1, 711.60</b>	<b>S/1, 711.60</b>	<b>S/2, 711.60</b>	<b>S/1, 711.60</b>	<b>S/1, 711.60</b>	<b>S/2, 711.60</b>	<b>S/1, 711.60</b>	<b>S/1, 711.60</b>
--------------------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

## Ventas

Rubro/Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<b>Servicio de Educación:</b>	38,40 0.00	42,00 0.00	46,80 0.00	51,60 0.00	56,40 0.00	62,40 0.00	68,40 0.00	75,60 0.00	82,80 0.00	91,20 0.00	91,20 0.00	55,20 0.00
<b>Precio unitario:</b>	1,200 .00	1,200 .00	1,200 .00	1,200 .00	1,200 .00	1,200 .00	1,200 .00	1,200 .00	1,200 0.00	1,200 0.00	1,200 0.00	1,200 0.00
<b>Personas inscritas:</b>	32.00	35.00	39.00	43.00	47.00	52.00	57.00	63.00	69.00	76.00	76.00	46.00
<b>Servicio de reclutamiento corporativo</b>	-	500.00	600.00	700.00	800.00	900.00	1,000.00	1,200.00	1,400.00	1,600.00	1,800.00	1,300.00
<b>Precio por reclutamiento</b>	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
<b>Cantidad de personas reclutadas:</b>	-	5.00	6.00	7.00	8.00	9.00	10.00	12.00	14.00	16.00	18.00	13.00
<b>Servicio de membresía:</b>	-	2,000.00	2,200.00	2,400.00	2,600.00	2,900.00	3,200.00	3,500.00	3,900.00	4,300.00	4,700.00	3,300.00
<b>Precio por membresía</b>	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
<b>Cantidad de personas inscritas:</b>	-	20.00	22.00	24.00	26.00	29.00	32.00	35.00	39.00	43.00	47.00	33.00
<b>Servicio de Conferencias</b>	1,700.00	1,850.00	2,050.00	2,250.00	2,500.00	2,750.00	3,050.00	3,350.00	3,700.00	4,050.00	4,450.00	3,100.00

Precio unitario	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
Cantidad de personas inscritas:	34.00	37.00	41.00	45.00	50.00	55.00	61.00	67.00	74.00	81.00	89.00	62.00
Ingreso total	38,400.00	42,000.00	46,800.00	51,600.00	56,400.00	62,400.00	68,400.00	75,600.00	82,800.00	91,200.00	91,200.00	55,200.00

Resultados

### RESULTADOS.

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ventas	S/. 38,400	S/. 42,000	S/. 46,800	S/. 51,600	S/. 56,400	S/. 62,400	S/. 68,400	S/. 75,600	S/. 82,800	S/. 91,200	S/. 91,200	S/. 55,200
Costos Fijos	S/. 47,620	S/. 47,556	S/. 47,556	S/. 47,556	S/. 47,556	S/. 47,556	S/. 47,556	S/. 47,556	S/. 47,556	S/. 47,556	S/. 47,556	S/. 47,556
Costos Variables	S/. 4,512	S/. 2,012	S/. 2,012	S/. 3,012	S/. 2,012	S/. 2,012	S/. 3,012	S/. 2,012	S/. 2,012	S/. 3,012	S/. 2,012	S/. 2,012
<b>Utilidad</b>	<b>S/. -13,732</b>	<b>S/. -7,568</b>	<b>S/. -2,768</b>	<b>S/. 1,033</b>	<b>S/. 6,833</b>	<b>S/. 12,833</b>	<b>S/. 17,833</b>	<b>S/. 26,033</b>	<b>S/. 33,233</b>	<b>S/. 40,633</b>	<b>S/. 41,633</b>	<b>S/. 5,633</b>
<b>Margen</b>	<b>-36%</b>	<b>-18%</b>	<b>-6%</b>	<b>2%</b>	<b>12%</b>	<b>21%</b>	<b>26%</b>	<b>34%</b>	<b>40%</b>	<b>45%</b>	<b>46%</b>	<b>10%</b>