ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Elevate: Diseño de un servicio de acompañamiento breve para mejorar la preparación y confianza en la empleabilidad juvenil

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN PUBLICIDAD Y MARKETING DIGITAL

PRESENTADO POR

Guillermo Luciano Dávila Utia
DNI: 44878264, Perú
Nicolle Odalis Ureña Vasquez
DNI: 77286634, Perú

ASESOR
Erick Samir Alfaro Ccasani
DNI: 74020181, Perú
ORCID: 0009-0003-8733-9540

JURADO
Rodrigo Leonardo Rivera Lozano
Julio César Aliaga Gomez
Julio Manuel Martinez Cieza

Lima, Septiembre 2025

TB CREATIV 4.docx

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:502319548

Submission Date
Sep 23, 2025, 2:40 AM GMT-5

Download Date
Sep 23, 2025, 1:38 PM GMT-5

File Name
TB CREATIV 4.docx

File Size
2.3 MB

41 Pages

7,007 Words

41,900 Characters

13% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

7% Internet sources
2% Publications
12% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Índice de contenido

I. Información general 5

1.1 Título del Proyecto de Innovación 5

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 5

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación 7

II. Descripción de la innovación 9

2.1 Planteamiento del Problema 9

2.2 Población beneficiaria 10

2.3 Objetivo(s) del proyecto 12

2.3.1 Objetivo general 12

2.3.2 Objetivos específicos 13

2.4 **Marco referencial** 13

2.5 Proceso creativo y experimentos 16

2.5.1 Información sobre el usuario(s) 16

2.5.2 Información sobre el Mercado 18

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 20

2.5.4 Diseño de producto/servicio 20

2.5.5 Modelo de Negocio 21

2.5.6 Resultados esperados 23

2.5.7 Prototipos desarrollados 25

2.5.8 Experimentos 27

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación 28

III. Estimación de costos 31

3.1 **Presupuesto** 31

IV. Conclusiones y recomendaciones 33

4.1 Conclusiones 33

4.2 Recomendaciones 34

V. Referencias Bibliográficas 36

Índice de figuras

Figura 1: Árbol del problema 10

Figura 2: Mapa de actores 12

Figura 3: Arquetipo 18

Figura 4: Model Business canvas 23

Figura 5: Prototipo de baja fideildad 25

Figura 6: prototipo de alta fidelidad - Home 26

Figura 7: Prototipo de Alta fidelidad - Dashboard 27

Índice de tablas

Tabla 1: Presupuesto 31

I. Información general

I.1 Título del Proyecto de Innovación

Diseño de un servicio de acompañamiento breve para mejorar la preparación y confianza en la empleabilidad juvenil

I.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación Elevate se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Competitividad y diversificación industrial y en la actividad económica de Enseñanza. Busca resolver la brecha práctica y socioemocional de empleabilidad juvenil: jóvenes que saben "qué quieren" pero no "cómo postular" con un CV competitivo ni cómo desempeñarse en entrevistas, lo que deriva en postergación y baja conversión a entrevistas. La población beneficiaria corresponde principalmente a jóvenes de 18–29 años de Lima Metropolitana y zonas periurbanas, representados por el arquetipo Camila (estudiante sin experiencia formal, alta motivación y necesidad de guía breve, clara y accionable).

Para el desarrollo se aplicó una metodología de resolución creativa de problemas combinando Design Thinking (centrado en el usuario) y Lean Startup (aprendizaje validado e iteraciones rápidas). Se trabajaron artefactos colaborativos y visuales: persona/arquetipo (Camila), mapa de actores, Customer Journey Map (antes–durante–después), Service Blueprint (front/backstage), Canvas de Propuesta de Valor (jobs, pains, gains; generadores y aliviadores) y Business Model Canvas (segmentos, propuesta, canales, relación, ingresos, actividades y recursos clave, socios y costos). Estas

herramientas, con evidencia de entrevistas, encuestas y focus group, permitieron refinar hipótesis y alinear la solución con necesidades reales.

La solución innovadora presentada como propuesta de valor consiste en una plataforma educativa breve de mentorías 1:1 de 20 minutos con profesionales de RR.HH. enfocadas en dos frentes: Revisión de CV con impacto y Simulación de entrevistas. Cada sesión concluye con tres mejoras claras, un puntaje de progreso y un plan de 7–14 días; el sistema incorpora agenda integrada, perfiles de mentores, materiales descargables (checklists, ejemplos) y un tablero personal con historial y próximas acciones. El triple balance es explícito: (i) social, al mejorar la empleabilidad juvenil y la confianza para postular; (ii) económico, mediante un modelo sostenible por sesión y bundles/alianzas; y (iii) ambiental, por operación 100% digital (sin traslados ni insumos físicos).

Para la experimentación se desarrollaron prototipos de baja fidelidad (wireframes navegables para validar narrativa, jerarquía de información y orden cognitivo de la reserva) y alta fidelidad (UI con identidad Elevate, agenda en 2–3 clics, perfiles de mentores y dashboard). Se realizaron tests guiados y un focus group remoto (~86 min) con público objetivo, evaluando claridad, deseabilidad, fricciones y precio percibido. Los hallazgos mostraron alto valor de la retroalimentación humana y del plan 7–14 días, necesidad de simplificar la programación y oportunidad de rebranding (de Impulsa20 a Elevate) para reforzar la promesa de “confianza para despegar”. Se registró disposición a pagar acorde al posicionamiento de entrada y sugerencias para modalidades grupales/presenciales en alianza con instituciones.

Se concluye que la solución propuesta convierte la preparación en avance medible y reduce la postergación al traducir incertidumbre en acciones inmediatas (tres mejoras, score, tareas), con señales de adopción y pertinencia en el público objetivo. Se recomienda continuar con la optimización del flujo de agenda, ampliar paquetes y alianzas institucionales, y consolidar un tablero de métricas de resultados (envío de postulaciones a 7–14 días, entrevistas logradas y evolución del score), habilitando el escalamiento por cohortes sin perder cercanía.

I.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

En Lima y en las zonas periurbanas, los jóvenes enfrentan barreras significativas en su acceso al empleo. Estas dificultades se relacionan con factores económicos, la falta de preparación práctica y limitaciones en el acceso a la tecnología. Según Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL, 2023), más del 90% de los hogares peruanos dispone de al menos un smartphone, este indicador no asegura condiciones adecuadas de conectividad, debido a problemas como el uso compartido de dispositivos y la inestabilidad del servicio de internet.

Al mismo tiempo, la tasa de desempleo juvenil se mantiene en niveles superiores a la de la población adulta, con valores cercanos al 9% en los últimos años según el Instituto Peruano de Economía (IPE, 2024). Este panorama refleja la dificultad de los jóvenes para acceder a empleos formales y de calidad, con mayor incidencia en zonas urbanos y periurbanos.

Según organismos internacionales como la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la persistencia de la brecha digital y la falta de preparación práctica son factores que limitan el acceso de los jóvenes a empleos dignos. (CEPAL, 2020; PNUD, 2021).

En conclusión, los jóvenes de Lima y zonas periurbanas siguen enfrentando barreras que van más allá del acceso a un dispositivo o internet. La inestabilidad tecnológica, las altas tasas de desempleo juvenil y la falta de preparación práctica configuran un escenario que exige soluciones innovadoras que fortalezcan sus competencias y les brinden mayor confianza para ingresar al mercado laboral (OSIPTEL, 2023; IPE, 2024; CEPAL, 2020; PNUD, 2021).

II. Descripción de la innovación

II.1 Planteamiento del Problema

En el Perú, la inserción laboral juvenil enfrenta una problemática estructural: los jóvenes desean acceder a un trabajo digno, pero se ven limitados por la inseguridad, la

falta de preparación práctica y el insuficiente acompañamiento en el proceso de postulación.

En primer lugar, Según Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL, 2023) aunque el 92,8 % de los hogares peruanos posee al menos un smartphone, esta conectividad no garantiza un acceso efectivo a oportunidades laborales, pues persisten problemas como el uso compartido de dispositivos e inestabilidad en la conexión a internet. A este escenario se suma una tasa de desempleo juvenil persistentemente más alta que la de los adultos, que según el Instituto Peruano de Economía (IPE, 2024), fue 9,2 % en 2023 y 8,8 % en 2024 (IPE, 2024), junto con elevados niveles de informalidad que afectan principalmente a la población menor de 30 años(INEI, 2023).

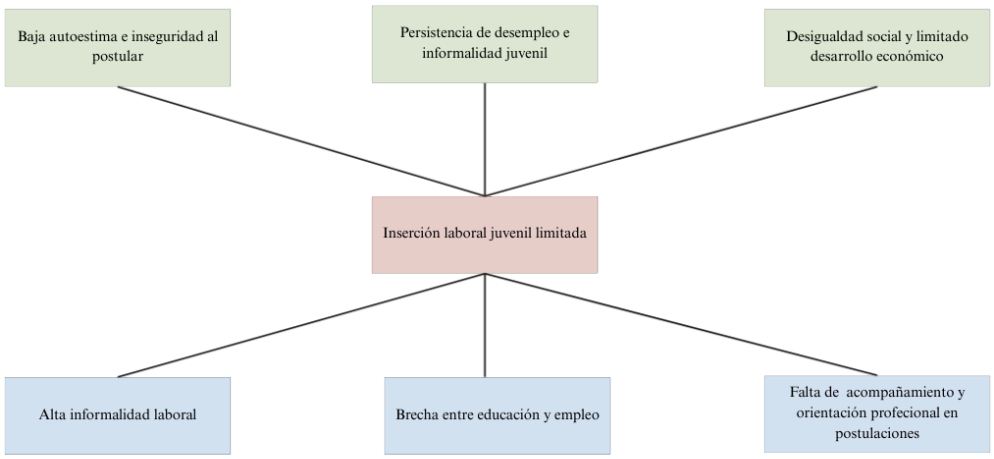
Otro factor relevante es el grupo de jóvenes que no estudian ni trabajan, conocidos como “ninis”, que alcanzan el 18,2 % a nivel nacional, con mayor incidencia en mujeres y en zonas urbanas y periurbanas (CEPLAN, 2023; Juventud.gob.pe, 2024). Este fenómeno limita seriamente sus posibilidades de desarrollo social y económico.

Diversos estudios destacan que estas dificultades no se deben únicamente a la falta de vacantes, sino también a la ausencia de preparación práctica y de acompañamiento que permita enfrentar procesos de selección con seguridad. Por ejemplo, investigaciones recientes han identificado que los programas de capacitación suelen centrarse en aspectos teóricos, dejando de lado la práctica real que los jóvenes necesitan (Pontificia Universidad Católica del Perú [PUCP], 2024). Asimismo, estudios muestran que la resiliencia se relaciona positivamente con la empleabilidad, lo que evidencia que los jóvenes requieren no solo competencias técnicas, sino también confianza y seguridad emocional para postular de manera efectiva (Universidad Nacional Federico Villarreal [UNFV], 2022).

En este contexto, la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible establece, mediante el ODS 8, metas como lograr empleo pleno y productivo para todos (meta 8.5) y reducir significativamente la proporción de jóvenes que no estudian ni trabajan (meta 8.6) (Naciones Unidas, 2015; Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], 2022). Sin embargo, la realidad peruana muestra que aún persisten brechas significativas en la transición hacia el empleo formal, lo que profundiza la necesidad de intervenciones innovadoras y focalizadas en esta población.

Árbol del problema: Inserción laboral juvenil limitada

Fuente: Elaboración propia



II.2 Población beneficiaria

El análisis de la problemática evidencia que los jóvenes de 18 a 23 años en zonas periurbanas de Lima Metropolitana no enfrentan sus desafíos de empleabilidad de manera aislada, sino que forman parte de un ecosistema en el que interactúan múltiples actores que condicionan sus oportunidades laborales. Para comprender mejor esta dinámica, se elaboró un mapa de actores organizado en tres niveles: centrales, directos e indirectos.

En el nivel central se encuentran los propios jóvenes, población objetivo del estudio, quienes buscan acceder a su primer empleo, práctica o experiencia de ingreso digital. Ellos representan el núcleo del problema, al ser quienes son afectados de manera intensa por las consecuencias de la desigualdad en el acceso al empleo formal.

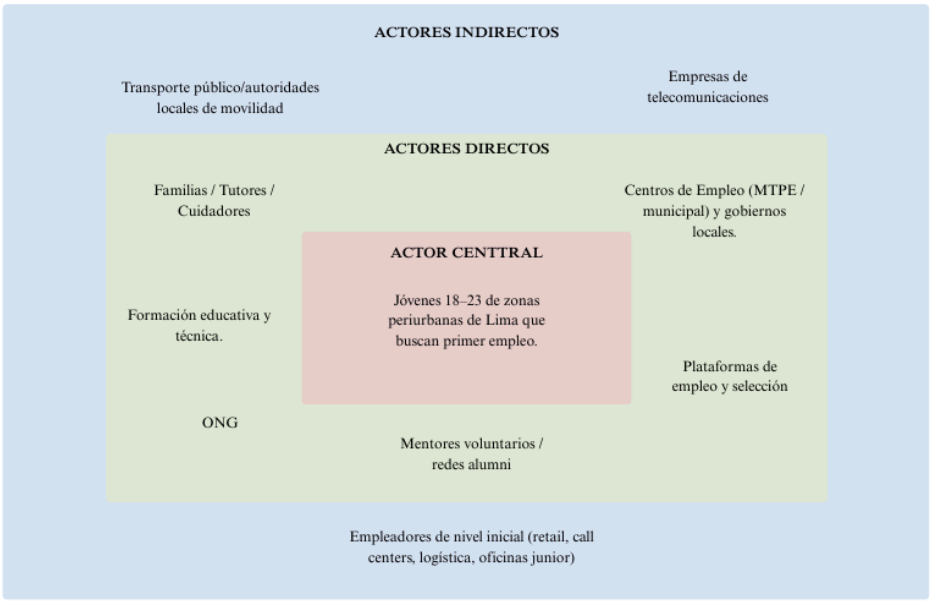
En el nivel de actores directos se ubican aquellos que influyen de forma inmediata en el proceso de empleabilidad juvenil. Este grupo incluye a las familias y cuidadores, que brindan apoyo o condicionan decisiones; los centros de formación educativa y técnica (colegios, universidades, institutos, CETPRO y ONG), que proveen conocimientos iniciales; los centros de empleo y gobiernos locales, que tienen un rol en la orientación laboral; así como las plataformas digitales de empleo (LinkedIn, Computrabajo, Bumeran) que canalizan postulaciones. También se encuentran aquí los empleadores de nivel inicial (retail, call centers, logística, oficinas junior), que ofrecen vacantes a los jóvenes; los mentores voluntarios y redes alumni, que transmiten acompañamiento; y los espacios comunitarios con conectividad (cabinas, bibliotecas), que facilitan el acceso digital.

Finalmente, en el nivel de actores indirectos se consideran aquellos que no participan directamente en la inserción laboral, pero cuyas decisiones impactan en el acceso de los jóvenes a mejores oportunidades. En este grupo se incluyen las empresas de telecomunicaciones y las autoridades de transporte público, que condicionan la movilidad hacia centros de formación y lugares de empleo.

En conjunto, este mapa de actores permite visualizar que la problemática de empleabilidad juvenil no depende únicamente de la voluntad de los jóvenes, sino de una red compleja de instituciones, entornos y servicios que deben articularse para mejorar sus oportunidades de inserción laboral formal y sostenible. Como señala el PNUD (2021), el tránsito de la escuela al trabajo requiere una coordinación multisectorial que articule

educación, sector privado y servicios públicos, mientras que la CEPAL (2020) enfatiza que los ecosistemas de inclusión laboral deben considerar tanto a los actores inmediatos como a los contextuales para cerrar las brechas de desigualdad.

Mapa de actores



Fuente: Elaboración propia

II.3 Objetivo(s) del proyecto

II.3.1 Objetivo general

Diseñar, en un periodo de seis meses, un servicio innovador orientado a jóvenes de 18 a 23 años de zonas periurbanas de Lima Metropolitana, con el propósito de fortalecer su confianza y preparación práctica para afrontar los procesos de inserción laboral formal.

II.3.2 Objetivos específicos

1. Identificar el nivel actual de confianza y las principales necesidades de los jóvenes en sus primeros acercamientos a la inserción laboral.

2. Prototipar un servicio de apoyo práctico que brinde orientación clara y accesible, para recolectar las percepciones y observaciones recogidas en talleres generativos.

3. Evaluar un diseño de alta fidelidad del servicio, integrando las mejoras derivadas de los talleres y midiendo su contribución en la preparación y confianza de los jóvenes al postular a un empleo.

II.4 **Marco referencial**

La empleabilidad juvenil es una problemática global que afecta tanto a países desarrollados como en desarrollo. La Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2020) señala que más de 267 millones de jóvenes en el mundo no tienen acceso a educación ni a trabajo, lo cual limita su transición hacia empleos dignos y sostenibles. Frente a ello, distintos países han implementado iniciativas innovadoras que buscan reducir estas brechas. Por ejemplo, el *Youth Employment Programme* en Europa y el programa *Entra21* en América Latina han mostrado que la combinación de capacitación práctica y mentorías cortas contribuye significativamente a mejorar las tasas de inserción laboral juvenil (Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2018). Estos programas refuerzan la idea de que la formación técnica aislada no es suficiente; los jóvenes requieren orientación, retroalimentación práctica y fortalecimiento de su confianza.

En América Latina, las dificultades de inserción juvenil al mercado laboral son más marcadas que en otras regiones. La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2020) documenta que las tasas de desempleo juvenil triplican a las de los adultos y que la informalidad sigue siendo la principal vía de acceso al empleo. Asimismo, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2021) resalta que la brecha digital y la ausencia de preparación práctica representan obstáculos determinantes

para que los jóvenes logren acceder a oportunidades laborales de calidad. Experiencias como *Jóvenes con Futuro* en México y *Primer Empleo* en Chile muestran avances en vincular a los jóvenes con el mercado, pero también evidencian la necesidad de personalizar la orientación y dar acompañamiento cercano para que los beneficiarios puedan destacar en procesos de selección reales.

En el Perú, los jóvenes de 18 a 23 años se enfrentan a condiciones de desventaja frente al mercado laboral formal. El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2023) reporta que la tasa de desempleo juvenil fue de 8,8% en 2023, cifra superior a la de los adultos. Además, la informalidad laboral sigue predominando como el principal destino de los jóvenes trabajadores. Desde el Estado, el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE, 2021) implementó programas como *Jóvenes Productivos* para mejorar las capacidades de los jóvenes vulnerables y vincularlos con empleadores, aunque estos esfuerzos han sido limitados por su alcance y la falta de personalización.

Investigaciones académicas también evidencian estas brechas. Un estudio realizado en la Universidad Nacional Federico Villarreal (UNFV, 2022) encontró que la resiliencia se asocia de manera positiva con la empleabilidad juvenil, subrayando que los jóvenes no solo requieren competencias técnicas, sino también seguridad emocional. De forma complementaria, la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP, 2024) identificó que muchos programas de capacitación priorizan contenidos teóricos y descuidan el desarrollo práctico, lo que deja a los jóvenes sin experiencias simuladas para elaborar un currículum competitivo o enfrentar entrevistas laborales.

El concepto de **empleabilidad juvenil** integra tres dimensiones centrales: las habilidades técnicas, las habilidades socioemocionales y las oportunidades estructurales (CEPAL, 2020). En ese marco, la teoría de las competencias transversales destaca la

importancia de capacidades como la comunicación, la adaptabilidad y la autoconfianza para elevar la probabilidad de éxito en los procesos de selección laboral (PNUD, 2022). Desde la psicología social, Bandura (1997) introduce el concepto de autoeficacia, definido como la creencia en la capacidad propia para alcanzar metas en situaciones desafiantes, como ocurre en una entrevista laboral. Este marco teórico permite comprender que la inseguridad que experimentan muchos jóvenes al preparar un CV o enfrentar una entrevista no es solo un déficit de conocimiento técnico, sino también de confianza personal.

Los jóvenes de zonas periurbanas de Lima Metropolitana representan un grupo en el que confluyen oportunidades y barreras. Por un lado, el 92,8% de los hogares peruanos posee al menos un smartphone, lo que sugiere un acceso básico a dispositivos tecnológicos (OSIPTEL, 2023). Sin embargo, esta conectividad se ve limitada por factores como el uso compartido del dispositivo y la inestabilidad de las conexiones, lo que restringe el acceso a recursos de orientación laboral. A ello se suman las condiciones socioeconómicas de las periferias urbanas, donde la desigualdad y la falta de acompañamiento especializado acentúan la inseguridad de los jóvenes frente al mundo laboral (CEPLAN, 2022). En este sentido, las investigaciones coinciden en que los jóvenes no solo requieren capacitación técnica, sino también experiencias de práctica, confianza emocional y orientación personalizada para poder insertarse en un empleo digno y sostenible (CEPAL, 2020; PNUD, 2021).

II.5 Proceso creativo y experimentos

II.5.1 Información sobre el usuario(s)

El servicio está dirigido a jóvenes de 18 a 23 años que residen en zonas periurbanas de Lima Metropolitana, quienes en su mayoría cuentan con educación

secundaria completa o estudios técnicos en curso y acceden a internet principalmente mediante smartphones. Aunque utilizan plataformas digitales como Computrabajo o LinkedIn para buscar empleo, suelen hacerlo de manera intuitiva y sin acompañamiento especializado, lo que limita sus posibilidades de inserción laboral.

Para comprender sus necesidades, se realizaron cinco entrevistas estructuradas a jóvenes de este rango etario y un focus group con siete participantes, en el que se utilizó un storytelling representativo (Camila) y un prototipo inicial del servicio. Estos espacios permitieron identificar percepciones, emociones y expectativas frente a la búsqueda de empleo.

Entre los principales hallazgos destacan frases como: *"no sé qué poner en mi CV"*, *"me siento invisible porque no tengo experiencia"* o *"me bloqueo cuando debo responder preguntas frente a un reclutador"*. También señalaron la presión económica: *"necesito ayudar a mi familia, pero los trabajos que encuentro no pagan lo suficiente"*. Estas expresiones revelan un patrón de inseguridad, falta de preparación práctica y ansiedad frente a los procesos de selección, factores que afectan directamente su confianza y autoestima.

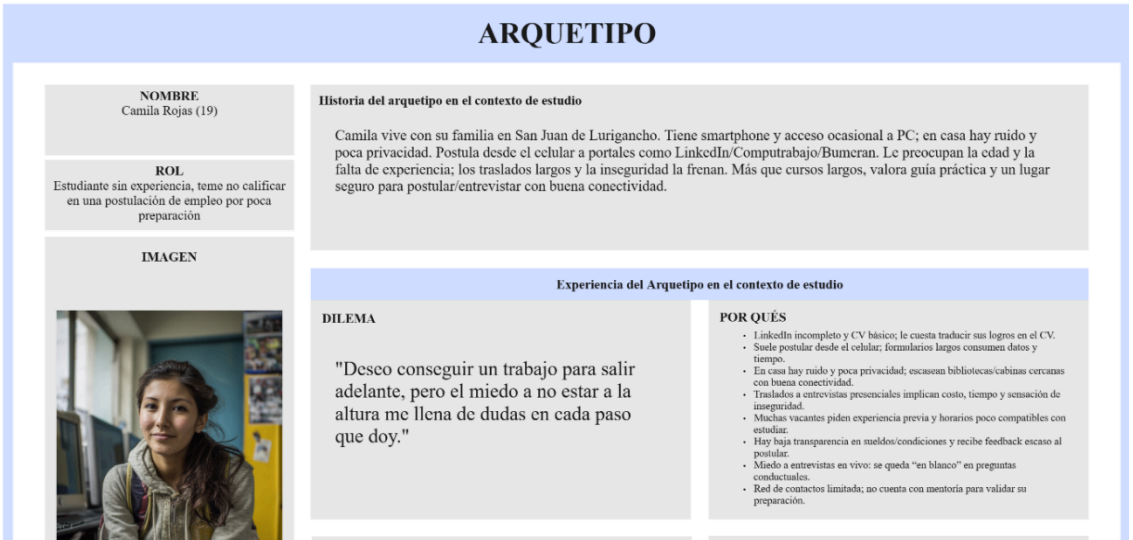
Asimismo, los jóvenes manifestaron expectativas claras sobre lo que esperan de un servicio de apoyo: contar con alguien que los oriente en la construcción de un CV competitivo, que les brinde feedback honesto al practicar entrevistas y que los ayude a identificar sus habilidades transferibles. Estas necesidades se vinculan directamente con la ausencia de preparación práctica y acompañamiento personalizado, situación ya advertida en estudios previos sobre la inserción laboral juvenil en el Perú (PUCP, 2024; UNFV, 2022).

En cuanto a motivaciones y aspiraciones, la mayoría busca independencia económica, estabilidad y la posibilidad de contribuir a los gastos de sus hogares. Frases como *"quiero darle una mejor vida a mis padres"* y *"trabajar me ayuda a no deprimirme"* reflejan tanto un impulso económico como emocional. Además, expresan el deseo de destacar frente a otros candidatos, lo cual refuerza la importancia de contar con herramientas que potencien su confianza y reconocimiento dentro de un entorno laboral intensamente competitivo.

Toda esta información se sintetiza en el arquetipo de usuario "Camila", que representa a una joven con aspiraciones de desarrollo profesional y personal, pero que enfrenta miedos e inseguridades en el tránsito hacia su primer empleo formal. Este arquetipo será presentado al cierre de este capítulo como figura de referencia central para el diseño del servicio.

Arquetipo

Fuente: Elaboración propia



II.5.2 Información sobre el Mercado

La inserción laboral de jóvenes en Lima Metropolitana y zonas periurbanas ofrece una oportunidad importante para servicios cortos y guiados. Todavía existen brechas en habilidades prácticas, como hacer un currículum o prepararse para entrevistas, y falta información clara sobre los requisitos de las vacantes, lo que lleva a que muchos posterguen su postulación y sientan ansiedad (PNUD, 2021). La alta presencia de smartphones facilita el acceso a servicios móviles de bajo costo, siempre que funcionen bien con conexiones inestables y dispositivos compartidos (OSIPTEL, 2023). En este contexto, el desempleo juvenil es mayor que el de los adultos y hay muchos jóvenes que no estudian ni trabajan (NiNis), lo que hace aún más relevante ofrecer intervenciones breves, prácticas y con apoyo humano (CEPLAN, 2023; INEI, 2024).

El entorno competitivo incluye bolsas de empleo como LinkedIn, Computrabajo y Bumeran, que conectan oferta y demanda laboral, así como herramientas automatizadas de revisión de currículum vitae mediante inteligencia artificial y programas públicos o de organizaciones no gubernamentales orientados a la empleabilidad (INEI, 2024). Estas alternativas proporcionan información y acceso, pero no reemplazan la práctica guiada en el momento oportuno, necesaria para convertir recomendaciones en acciones inmediatas antes de la postulación (CEPAL, 2020). La evidencia del proyecto indica que el momento decisivo ocurre cuando la persona identifica áreas de mejora concretas y agenda una práctica breve, lo que reduce la incertidumbre y facilita el envío de postulaciones (PUCP, 2024).

Las principales barreras de entrada son la necesidad de crear confianza en la marca, ya que los jóvenes valoran la credibilidad de los mentores, y asegurar que todos los mentores ofrezcan una calidad constante. También es clave lograr un costo de adquisición de clientes competitivo en canales digitales (PUCP, 2024). Operativamente, se necesita una infraestructura simple y confiable que integre video, calendario y autenticación, y que funcione bien en celulares con conexiones variables (OSIPTEL, 2023).

El servicio se enfocará primero en distritos urbanos y periurbanos donde hay muchos jóvenes y buen acceso a celulares, usando contenidos cortos, recomendaciones y alianzas con instituciones educativas para impulsar la adopción (PNUD, 2022). El público objetivo son jóvenes de 18 a 29 años que buscan su primer empleo o prácticas y necesitan orientación rápida y acompañamiento breve para su currículum o entrevista (INEI, 2024). Para estimar la demanda, se combinan datos de población joven por distrito, desempleo juvenil/NiNis y uso de smartphones, proyectando el tamaño del mercado y metas de ocupación por grupo (Naciones Unidas, 2015).

II.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

Elevate es un servicio digital que ofrece mentorías de 20 minutos en dos áreas: revisión de currículum vitae y simulación de entrevistas. Combina mentoría humana y materiales como rúbricas y plantillas. Al final de cada sesión, el usuario recibe tres recomendaciones prácticas, un puntaje de progreso y un plan de acción para 7 a 14 días. A diferencia de las soluciones automáticas, su valor principal está en el acompañamiento humano, la utilidad inmediata y la reducción de la incertidumbre antes de postular.

Durante la validación, se confirmó que el concepto es valioso para quienes buscan su primer empleo. Se recomendó fortalecer la marca y clarificar el proceso de programación, lo que motivó el cambio de nombre a Elevate para resaltar el avance hacia el primer trabajo.

II.5.4 Diseño de producto/servicio

Arquitectura del servicio (antes / durante / después):

Antes de la sesión, el usuario crea una cuenta con su correo, número de celular o autenticación OAuth, elige el área de enfoque (currículum, entrevista o ambos), agenda un bloque de 20 minutos y realiza una tarea previa: subir el CV o aviso objetivo y responder tres preguntas guía. El proceso de programación se completa en dos o tres clics y tiene recordatorios automáticos, ya que la falta de claridad en la programación es una barrera importante.

Durante la sesión, que se realiza por videollamada, la persona mentora usa rúbricas breves para evaluar la claridad, relevancia y formato del currículum, así como la comunicación, la estructura STAR y la confianza en la entrevista. Al final, se acuerdan tres mejoras y un plan de acción para los próximos 7 a 14 días. Los usuarios valoran especialmente la retroalimentación personalizada y la práctica guiada.

Después de la sesión, el sistema genera un informe de una página con fortalezas, tres áreas de mejora, un puntaje de 0 a 100 y un plan de acción para 7 a 14 días. El usuario ve un tablero de progreso con tareas, la próxima sesión y el estado de su currículum o entrevistas. Puede descargar una constancia y recibir seguimiento a los 7 días. La interfaz

es clara, sin anuncios, y muestra perfiles de mentores con su especialidad, empresa y reseñas.

El acceso y soporte se ofrecen a través de una plataforma web responsiva, optimizada para móviles, con autenticación múltiple, calendario integrado, recordatorios automáticos 24 horas y una hora antes de la sesión, almacenamiento seguro y un canal de soporte asincrónico. El plan operativo define actividades clave y herramientas como rúbricas, panel de usuario y tablero Kanban de tareas para asegurar la consistencia del servicio.

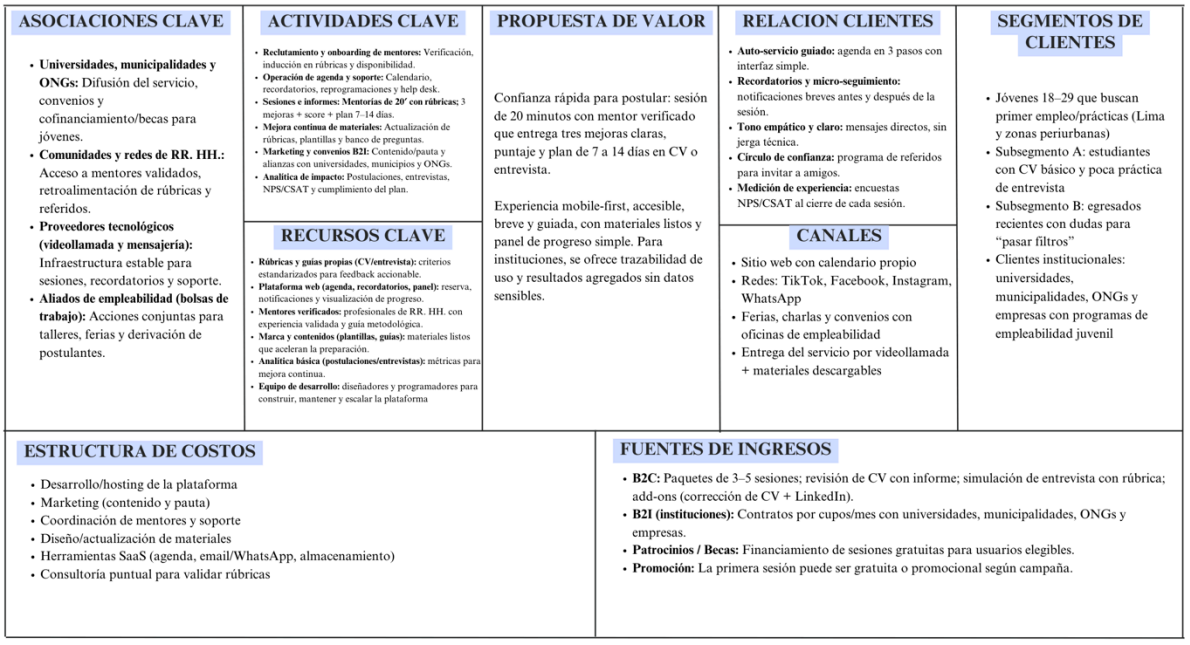
II.5.5 Modelo de Negocio

Elevate es una plataforma digital que conecta a jóvenes de 18 a 29 años con mentores en recursos humanos para sesiones de 20 minutos enfocadas en revisión de currículum y simulación de entrevistas. El servicio opera bajo un modelo freemium, ofreciendo una primera sesión gratuita o becada. Sus ingresos provienen de dos fuentes principales: B2C, mediante paquetes de tres a cinco sesiones con seguimiento, informes y rúbricas, y un plan Flash de una sesión; y B2I, a través de acuerdos con instituciones que adquieren cupos por volumen y acceden a tableros de avance, siempre con consentimiento informado y sin procesar datos sensibles.

La propuesta se basa en tres pilares operativos. El primero es la participación de mentores verificados, reclutadores y analistas, que ofrecen bloques voluntarios estandarizados con guías y rúbricas, además de constancias de voluntariado. El segundo pilar es una experiencia optimizada para móviles, con calendario propio, recordatorios por WhatsApp o correo electrónico, ficha de progreso para currículum, entrevista y plan, y

materiales descargables como plantillas y la guía STAR. El tercer pilar es la confianza y eficiencia: cada sesión entrega tres mejoras accionables, un puntaje y un plan de acción de siete a catorce días, lo que reduce la postergación y promueve la activación de postulaciones.

La estrategia de adquisición combina contenido breve y testimonios en redes sociales, un programa de referidos con sesiones gratuitas y acuerdos B2I con oficinas de empleabilidad. La retención se apoya en el panel de progreso, planes de seguimiento y notificaciones relevantes. La estructura de costos es digital y eficiente, sin costos directos por mentores y con un fondo de becas financiado por patrocinios. Las barreras de entrada se abordan con rúbricas propias, calendario dinámico y una marca confiable. El principal riesgo, la continuidad de mentores y horarios, se gestiona mediante sobre-reclutamiento, bloques cortos y alianzas. La sostenibilidad se respalda con modelos B2C, B2I y patrocinios, bajo costo marginal y resultados verificables.



Business Model Canvas

Fuente: Elaboración propia

II.5.6 Resultados esperados

Para el piloto de validación se esperan resultados en cuatro planos:

A. Comprensión y claridad: Después del lanzamiento, se proyecta que la mayoría de los usuarios que visitan la página y usan el sistema de reserva entiendan por sí mismos la oferta de Elevate, cómo elegir entre revisión de currículum o simulación de entrevista, y cómo agendar en dos o tres pasos. Este nivel de comprensión debe verse tanto en primeras visitas como en quienes llegan desde redes sociales, reflejado en métricas como tiempo en la sección 'Cómo funciona', baja tasa de abandono y confirmaciones completas en la misma sesión. La claridad de la propuesta y de los pasos es clave para reducir la postergación en los procesos de postulación.

B. Valor percibido y disposición a usar/pagar: Con el servicio en marcha, se espera que el valor percibido se vea en reservas efectivas y uso recurrente. Los usuarios deben notar la utilidad de 20 minutos de acompañamiento experto, que termina con tres recomendaciones y un plan de acción de 7 a 14 días, y mostrar disposición a pagar según la oferta y los paquetes, por ejemplo, una revisión de currículum seguida de práctica de entrevista. Los testimonios breves tras la sesión, recogidos en encuestas dentro de la aplicación, y la tasa de recomendación orgánica serán indicadores tempranos de pertinencia y ajuste de precios.

C. Eficacia de la sesión y del plan: Después de cada mentoría, se anticipa que la mayoría de los usuarios tengan claro sus prioridades, identifiquen al menos tres acciones concretas para aplicar el mismo día, aumenten su confianza para postular y cumplan más

de la mitad del plan de acción de 7 a 14 días en la primera semana. El puntaje de progreso y el tablero personal deben motivar la continuidad, facilitar la revisión de avances y el reagendamiento, y servir como evidencia del cambio, reflejado en un currículum mejor alineado, respuestas más estructuradas en entrevistas y más postulaciones. Todo esto debería verse en una mejora en la tasa de conversión a entrevistas respecto a la situación inicial.

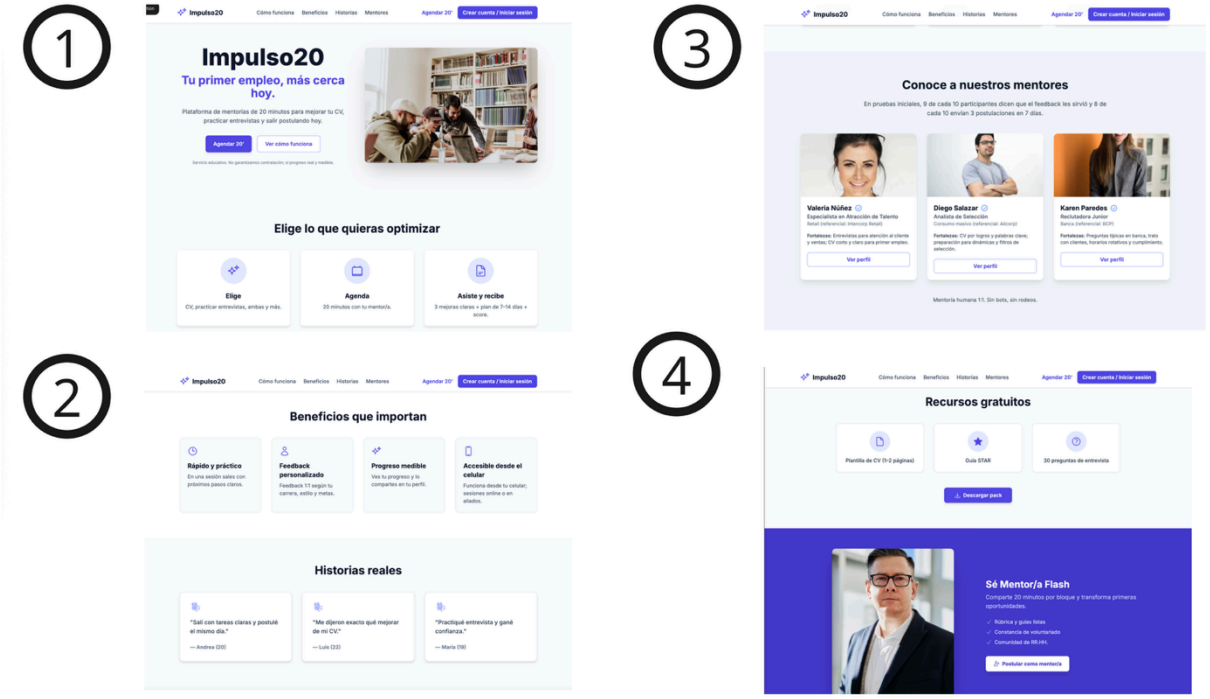
D. **Intención de recomendación:** En la práctica, se prevé que la mayor parte de los usuarios estén dispuestos a recomendar Elevate a otras personas que buscan su primer empleo. Esto debería verse en referencias durante el registro y en menciones espontáneas en redes sociales. La intención de recomendación será un indicador clave para priorizar mejoras del servicio, como ampliar horarios, sumar especialidades de mentores y ofrecer materiales descargables, así como para guiar alianzas con instituciones educativas y programas de empleabilidad.

II.5.7 Prototipos desarrollados

A. **Baja fidelidad:** Se crearon wireframes navegables para mapear toda la experiencia, incluyendo una portada con la propuesta de valor, explicación en tres pasos, testimonios reales, perfiles de mentores, agenda y un primer diseño del tablero de usuario. El objetivo fue organizar la narrativa y reducir las decisiones por pantalla. Las pruebas mostraron que la propuesta era comprensible, aunque hacía falta una programación más clara, con menos fricción, menos campos y confirmación visible. También se vio que el nombre original no transmitía bien la idea de avanzar hacia el empleo, lo que llevó al cambio de marca.

Prototipo de baja fidelidad

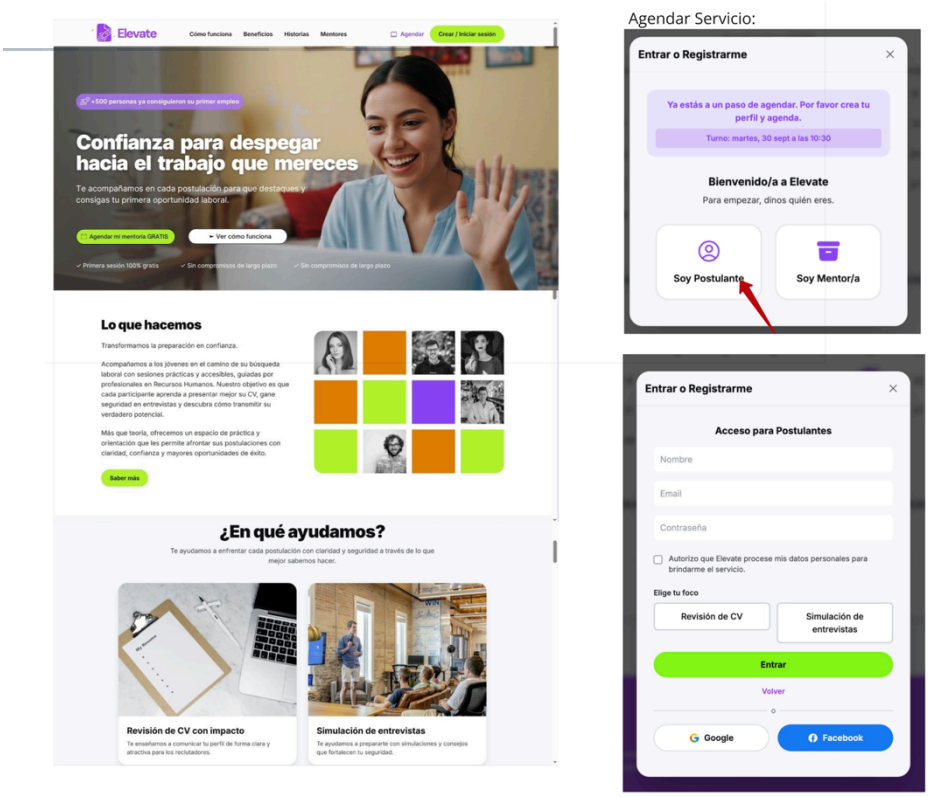
Fuente: Elaboración propia



B. **Alta fidelidad:** Con los hallazgos, se crearon maquetas de alta fidelidad con la nueva identidad visual de Elevate, una paleta y tipografía coherentes, y elementos como testimonios, agenda en pocos clics, perfiles de mentores con especialidad y señales de confianza, y un tablero de usuario con progreso. El prototipo prioriza la accesibilidad móvil, llamados a la acción claros y mensajes breves que ayudan a reducir la ansiedad, como “estás a un paso de agendar”. La validación mostró que estas mejoras aumentaron la claridad y la intención de uso.

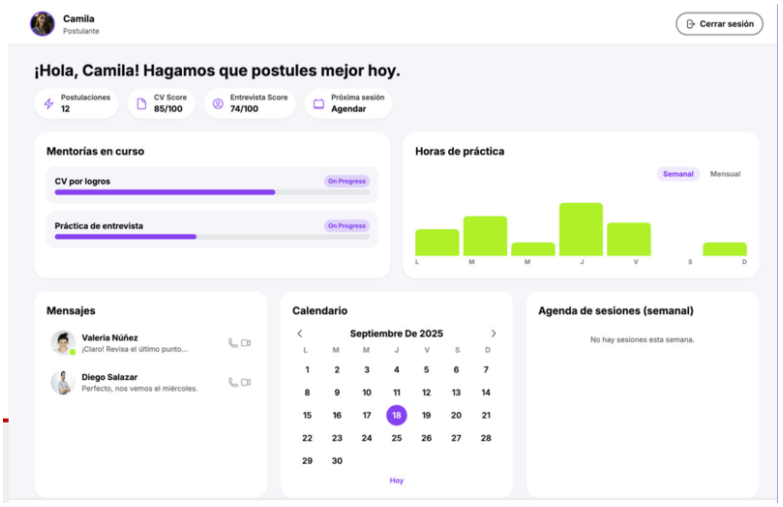
Prototipo de alta fidelidad – Home, registro, agendar sesión.

Fuente: Elaboración propia



Prototipo de alta fidelidad – Dashboard de usuario.

Fuente: Elaboración propia



II.5.8 Experimentos

Se realizó un grupo focal virtual con el público objetivo para validar la comprensión, utilidad y barreras percibidas. La sesión cubrió el concepto, el flujo de programación y las pantallas principales. Los participantes destacaron la utilidad de las

sesiones de 20 minutos, la retroalimentación personalizada y el plan de acción de 7 a 14 días, y recomendaron simplificar la programación y fortalecer la marca. Esto motivó el cambio a Elevate y la reescritura de la sección principal, enfocándose en la confianza para avanzar. También surgieron propuestas de sesiones grupales o presenciales y precios considerados razonables para el primer empleo.

Al mismo tiempo, se hicieron pruebas individuales sobre la versión mejorada del flujo de programación. Se vio que, cuando la persona identifica su área de enfoque y ve claramente la fecha, hora y confirmación en la misma pantalla, completa la programación sin ayuda. En estos casos, la sesión lleva a acciones inmediatas, como ajustes en el currículum o prácticas breves, y el tablero con puntaje se percibe como una evidencia clara de progreso.

II.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

A. **Descripción de la solución innovadora**

Elevate es un servicio educativo breve que busca mejorar la competitividad y diversificación industrial, enfocándose en la inserción laboral de jóvenes. Ofrece mentorías individuales de 20 minutos para revisar currículum y practicar entrevistas. En cada sesión, los usuarios reciben tres recomendaciones concretas, una puntuación y un plan de acción de siete a catorce días, junto con materiales descargables como plantillas, la guía STAR y un panel de progreso personalizado. El servicio está pensado para usarse fácilmente desde el celular, con agenda integrada, recordatorios automáticos y mentores verificados. El modelo de negocio es freemium: la primera sesión es gratuita o becada, y los ingresos provienen de paquetes de sesiones, revisiones de currículum con informe,

simulaciones y acuerdos con universidades, municipalidades, ONGs y empresas. Solo se comparten métricas generales con las instituciones, sin divulgar datos sensibles.

B. Sostenibilidad del proyecto

El proyecto busca equilibrar el impacto social, económico y ambiental. En lo social, se enfoca en aumentar la confianza y empleabilidad temprana de los jóvenes. En lo económico, mantiene un bajo costo por sesión y combina ingresos de usuarios, instituciones y patrocinios. En lo ambiental, opera de forma totalmente digital. Para asegurar la continuidad, se usan rúbricas estandarizadas, se reclutan mentores de forma continua y se fortalece la marca como sinónimo de confianza para iniciar la carrera profesional. Se mide la sostenibilidad con indicadores como reservas completadas, usuarios que envían al menos tres postulaciones en una o dos semanas, entrevistas logradas y métricas de satisfacción como el Net Promoter Score.

- Durante los primeros tres meses, se priorizará la optimización del flujo de agenda y ventanas emergentes, la mejora del proceso de incorporación y accesibilidad, y la consolidación del tablero de métricas y plantillas de informe. Además, se implementará una campaña de adquisición en TikTok, Instagram, Facebook y mediante referidos.
- Entre los meses tres y seis, se desarrollarán pilotos B2I con dos universidades y una municipalidad, se elaborará un manual operativo y se crearán rúbricas específicas para roles iniciales en retail, centros de llamadas y logística.
- Durante el periodo de seis a doce meses, se prevé el escalamiento por cohortes, la formación de mentores bajo el modelo de capacitación de formadores, la

implementación de paquetes institucionales por cupos mensuales y la creación de un fondo de becas patrocinado.

C. Recursos necesarios (humanos, materiales y tecnológicos)

- Los recursos humanos necesarios comprenden coordinación general, personal de producto y operaciones a tiempo parcial, un líder de mentores, soporte al usuario, especialistas en marketing de contenidos y asesoría especializada en recursos humanos.
- Los recursos materiales e intelectuales comprenden rúbricas propietarias, plantillas para currículum y entrevistas, guías de sesión, un manual de estilo y un manual operativo.
- Los recursos tecnológicos incluyen servicios de alojamiento y dominio, un módulo de agenda y recordatorios, funcionalidad de videollamada, almacenamiento en la nube, un sistema ligero de gestión de relaciones con clientes (CRM) y analítica, así como canales de comunicación por correo electrónico y WhatsApp.
- El costo base se sustenta en una estructura digital ligera que prioriza el uso de herramientas de bajo costo y la participación de mentores voluntarios. Se contempla la contratación de consultoría para la validación de rúbricas y la creación de un fondo de becas destinado a las primeras sesiones.

III. Estimación de costos

III.1 Presupuesto

El presupuesto del servicio se ha estructurado considerando los recursos humanos, tecnológicos y operativos necesarios para garantizar su funcionamiento. Se prioriza el uso de plataformas digitales de bajo costo, mientras que los gastos principales corresponden a soporte operativo, producción de contenido para la captación de usuarios y validación profesional de los materiales de evaluación. Los mentores no representan un costo directo, ya que su participación será voluntaria, y se ha previsto una consultoría especializada para asegurar la pertinencia técnica de las rúbricas de empleabilidad. De esta manera, el presupuesto refleja de manera realista los requerimientos esenciales para poner en marcha y sostener el servicio.

Tabla 1

Tabla de costos

Categoría	Concepto	Cantidad	Costo mensual S/.	Costo total S/.
Tecnología	Diseño UX/UI	1	600	600
	Diseño Responsivo móvil	1	500	500
	Implementación	1	1000	5800
	Mantenimiento	1	1350	1350
Consultoría	Validación profesional de rúbricas y guías para	1	3200	3200

	las sesiones y material complementario			
Equipo humano	Asistenes de sesión Part time	4	750	3000
	Soporte administrativo	1	1800	1800
	Analista de Marketing	1	2000	2000
	Creador de contenido	1	1300	1300
Pauta Publicitaria	Tik Tok, Meta, Google	1	1100	1100
TOTAL, S/.				20,650.00

Fuente: Elaboración propia

IV. Conclusiones y recomendaciones

IV.1 Conclusiones

El estudio demuestra que un acompañamiento breve, estructurado y fundamentado en rúbricas produce avances concretos en la preparación de jóvenes postulantes, tales como la identificación de áreas de mejora, la elaboración de un plan de acción de siete a catorce días y la obtención de un puntaje orientador. La investigación, que incluyó entrevistas, grupos focales y pruebas de usabilidad, permitió optimizar la experiencia en dispositivos móviles mediante un calendario simplificado, mensajes directos y sesiones de veinte minutos. Este enfoque reduce la postergación y fortalece la confianza para postular y afrontar entrevistas.

Desde el punto de vista de la viabilidad, el servicio mantiene una buena relación entre el problema y la solución, y ofrece un modelo sostenible con bajo costo por sesión, combinando B2C, B2I y opciones de becas o patrocinios. Los riesgos principales, como la continuidad de los mentores y el costo de adquisición, se abordan con medidas prácticas como la estandarización con rúbricas, el reclutamiento adicional, alianzas con instituciones y la reputación de los mentores. El impacto social se puede comprobar con métricas de uso y resultados, como postulaciones e invitaciones a entrevistas, lo que permite replicar el modelo por grupos.

IV.2 Recomendaciones

1. Dado que muchos jóvenes valoran el reconocimiento formal, se recomienda emitir constancias o micro-certificados que respalden la participación en las sesiones. Asimismo, para los mentores voluntarios, estas certificaciones pueden convertirse en un incentivo reputacional y de empleabilidad, pues la evidencia muestra que la certificación de competencias en voluntariado contribuye a mejorar las oportunidades laborales (Vizcaíno Candela & Medina Ruiz, 2019).

2. Una de las principales inseguridades de los jóvenes es no saber si están al nivel del mercado. Por ello, se recomienda construir y validar rúbricas de CV y entrevista con profesionales de RR.HH., garantizando un lenguaje claro y ejemplos concretos. Experiencias internacionales de mentoría juvenil destacan que contar con estándares claros mejora el impacto del acompañamiento (Mentoring.org, 2019).

3. Para sostener el servicio y generar confianza, es recomendable formalizar alianzas con instituciones educativas, empresas reclutadoras y gobiernos locales. Iniciativas como la Alianza NEO demostraron que los modelos multisectoriales logran mayor escala y sostenibilidad en la empleabilidad juvenil (Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2022).

4. Considerando que los jóvenes acceden mayormente vía smartphones y en condiciones de conectividad variable, la plataforma debe priorizar un diseño ligero, simplificado y que funcione offline en partes críticas (ej. guardar un CV, agendar una sesión). La CEPAL (2024) advierte que muchas políticas fallan cuando no contemplan las limitaciones reales de acceso digital en jóvenes vulnerables.

5. Más allá de postulaciones enviadas, el servicio debe medir indicadores que combinen resultados cuantitativos (número de postulaciones, número de entrevistas obtenidas, sesiones completadas) y cualitativos (autoestima, percepción de confianza,

reducción del nerviosismo). Estos indicadores cualitativos y cuantitativos son esenciales para demostrar impacto y ajustar la propuesta (Plan International, 2017).

V. Referencias Bibliográficas

Banco Mundial (2024). Youth unemployment rate for Peru. Recuperado de https://fred.stlouisfed.org/series/SLUEM1524ZSPER

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2018). *Programa Entra21: Informe de resultados*. BID. https://www.iadb.org

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2022). Aprendizajes de la Alianza NEO para el empleo juvenil. BID. https://publications.iadb.org/en/alianzas-multisectoriales-para-solucionar-problemas-sociales-aprendizajes-de-la-alianza-neo-para-el

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: W.H. Freeman.

CEPLAN (2023). Jóvenes que ni estudian ni trabajan (NINI). Recuperado de https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/t31

CEPAL (2022). Brecha digital y su impacto en la inclusión laboral juvenil. Recuperado de https://www.cepal.org/es/comunicados/brecha-digital-podria-ampliarse-america-latina

CEPAL. (2024). Estudio prospectivo del empleo juvenil en América Latina. H. Huepe (Ed.). CEPAL. https://ayudaenaccion.org/uploads/2024/11/Estudio-CEPAL_def.pdf

CEPLAN. (2023). Observatorio: persistencia de jóvenes que no estudian ni trabajan (NiNis). Gobierno del Perú. https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/t31 Observatorio Nacional de Prospectiva

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2020). *Juventud y brechas de inclusión laboral en América Latina*. CEPAL.

https://www.cepal.org/es/publicaciones/45999-juventud-brechas-inclusion-laboral-america-latina

Gobierno Digital Perú (2022). Brecha digital en zonas rurales y su efecto en el empleo juvenil. Recuperado de https://gobiernodigital.pe/noticias/la-brecha-digital-en-zonas-rurales

IPE (2024). Tasa de desempleo juvenil en el Perú. Recuperado de https://ipe.org.pe/como-va-la-juventud-en-el-peru/

INEI. (2023). *Informe técnico: Situación del mercado laboral en el Perú*. INEI. https://www.inei.gob.pe

IPE. (2025). Hablemos sobre la informalidad laboral. Instituto Peruano de Economía. https://ipe.org.pe/hablemos-sobre-la-informalidad-laboral/ Instituto Peruano de Economía

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2024). Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO): diseño, principales resultados. Lima, Perú.

Juventud.gob.pe. (2024). Empleabilidad y emprendimiento juvenil: el 18 % de jóvenes peruanos no estudian ni trabajan. Ministerio de la Juventud. https://juventud.gob.pe/2024/06/empleabilidad-y-emprendimiento-juvenil-el-18-de-jovenes-peruanos-no-estudian-ni-trabajan/ Senaju

Mentoring.org. (2019). Elementos de la práctica efectiva para la mentoría juvenil. Mentoring España. https://www.mentoring.org/wp-content/uploads/2020/10/FINAL-EEPM_Spanish_12-2019_r36101.pdf

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE). (2021). *Programa Jóvenes Productivos*. MTPE. https://www.gob.pe/mtpe

Naciones Unidas (2015). Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (ODS 8). Recuperado de https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/

Naciones Unidas. (2015). Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (Resolución A/RES/70/1). Nueva York: ONU.

OSIPTEL (2023). Indicador de acceso a smartphones en hogares peruanos. *Encuesta Residencial en Telecomunicaciones (ERESTEL)*. Recuperado de https://www.osiptel.gob.pe/portal-del-usuario/noticias/erestel-el-92-8-de-las-familias-peruanas-conto-con-un-smartphone-en-2023

PNUD (2022). Empleo pleno y productivo para la juventud — Informe sobre desarrollo humano. Recuperado de https://www.undp.org/es/sustainable-development-goals/trabajo-decente-crecimiento-economico

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2021). *Informe regional de desarrollo humano: Transformando los sistemas educativos y laborales en América Latina*. PNUD. https://www.undp.org/es/latin-america/publicaciones/informe-regional-de-desarrollo-humano

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2022). *Informe sobre desarrollo humano 2021/2022: Tiempos inciertos, vidas inestables*. PNUD. https://hdr.undp.org

Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP). (2024). *Limitaciones de la capacitación laboral juvenil en Lima Metropolitana*. PUCP. https://tesis.pucp.edu.pe/items/2d08818a-ff4b-470a-9de7-f8954fcaea91

Plan International. (2017). Factores críticos para programas exitosos de empleo juvenil. Plan International. https://plan-international.org/uploads/2022/01/spanish_criticalfactorsyouthempoyment_aug2017_v2.pdf

PUCP. (2024). Plataforma web de capacitación práctica para mejorar la empleabilidad juvenil. Pontificia Universidad Católica del Perú. Repositorio de Tesis PUCP. https://tesis.pucp.edu.pe/items/621a58fd-2b8b-4099-b1f9-bc3b061ae5ae

PNUD. (2022). Informe sobre desarrollo humano 2021/2022: Tiempos inciertos, vidas inestables. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. https://hdr.undp.org/content/informe-sobre-desarrollo-humano-2021-22

UNFV. (2022). Resiliencia y competencias laborales en jóvenes universitarios de Lima Metropolitana [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Federico Villarreal]. Repositorio UNFV. https://repositorio.unfv.edu.pe/handle/20.500.13084/6418

Vizcaíno Candela, V., & Medina Ruiz, E. (2019). La certificación de competencias de los voluntarios como herramienta para mejorar el empleo juvenil y promover el voluntariado. Universitat de Barcelona. https://www.researchgate.net/publication/348637459_La_certificacion_de_competencias_de_los_voluntarios_como_herramienta_para_mejorar_el_empleo_juvenil_y_promover_el_voluntariado

6.2. Consentimiento de participantes

A. Fragmento de la entrevista (Leysi Mendívil, minuto 06:27):

"Ok, sí, autorizo que grabes la entrevista, no hay problema."

(Se mantiene el registro completo en archivo de audio como respaldo).

B. Fragmento de la entrevista (Angie Alvarez, minuto 00:58):

"Claro, sí, tienen mi permiso"

(Se mantiene el registro completo en archivo de audio como respaldo).

C. Fragmento de la entrevista (Airanna Huamani, minuto 01:27):

"Sí, no se preocupe, puede grabar la entrevista"

(Se mantiene el registro completo en archivo de audio como respaldo).

D. Fragmento de la entrevista (Nicole Perez, minuto 01:23):

"Sí, no se preocupe, puede grabar la entrevista"

(Se mantiene el registro completo en archivo de audio como respaldo).

E. Fragmento de la entrevista (Andrea Ríos, minuto 01:06):

"Sí, sí, normal"

(Se mantiene el registro completo en archivo de audio como respaldo).