ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADA

“TOULOUSE LAUTREC”

ADECUADA INSERCIÓN AL MUNDO LABORAL DE LOS EGRESADOS DE PROFESIONES CREATIVAS A TRAVÉS DEL PORTAL WEB DE EMPLEO: CREACTIVA

Trabajo de Innovación para obtener el grado de Bachiller en Comunicación Audiovisual Multimedia

AUTORES:

CAMILA ALEXANDRA VIA VEGA

https://orcid.org/0000-0002-5709-4955

LEYLA YORKA PAICO NOLASCO

https://orcid.org/0000-0003-2465-3551

Asesor

RAFAEL EDUARDO GONZÁLEZ OTOYA BARRERA

https://orcid.org/0000-0002-2920-2736

Lima-Perú

Mayo 2021

LP-ADECUADA INSERCIÓN AL MUNDO LABORAL DE LOS EGRESADOS DE PROFESIONES CREATIVAS A TRAVÉS DEL PO…

ENVIO 55 - REPOSITORIO

ENVIO 55 - REPOSITORIO

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:468115778

Fecha de entrega
19 jun 2025, 12:22 a.m. GMT+2

Fecha de descarga
19 jun 2025, 12:35 a.m. GMT+2

Nombre de archivo
LP-ADECUADA INSERCIÓN AL MUNDO LABORAL DE LOS EGRESADOS DE PROFESIONES CREATIVA....docx

Tamaño de archivo
62.6 KB

26 Páginas

6862 Palabras

37.587 Caracteres

12% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado

Exclusiones

- N.º de fuente excluida

Fuentes principales

11%	Fuentes de Internet
0%	Publicaciones
5%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

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

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

Resumen del Trabajo de Investigación

El presente trabajo tiene como finalidad analizar, diseñar, y construir un portal web de empleo para favorecer la búsqueda de un puesto laboral en el sector de las profesiones creativas, mediante la utilización de un servicio llamado “CreActiva”. Se desarrolla el portal web de empleo a partir de las necesidades de los egresados de profesiones creativas en la búsqueda de un empleo adecuado, ya que representa la oportunidad para formar nuevos profesionales que requieren las organizaciones en el sector laboral.

El portal web de empleo CreActiva es un servicio donde los postulantes de profesiones creativas puedan buscar sus prácticas profesionales, para desarrollar sus conocimientos y habilidades ante una oferta laboral. El portal realiza un proceso de filtrado hacia los practicantes profesionales con el fin de ser elegidos como candidatos aptos, de acuerdo al perfil que requiere una PYME.

A través de esta plataforma el practicante de profesión creativa podrá obtener la experiencia de cómo se ejerce ante una entrevista laboral virtual al finalizar el proceso de selección. El candidato podrá lograr exponer sus conocimientos y habilidades en tiempo real con un empleador de la empresa donde desee postular desde una plataforma adicional que realiza videoconferencias. Además el servicio será ofertado con un costo agregado, hacia las PYME, ya que ellos se encuentran en la búsqueda de nuevos profesionales que requieren experiencia laboral dentro de su empresa, asimismo se agiliza el proceso de selección en el área de R.R.H.H. de la empresa.

Se busca beneficiar a la comunidad de egresados de profesiones creativas utilizando la tecnología disponible para lograr una organización virtual, permitiendo de manera eficaz y eficiente una interacción entre el egresado y las empresas.

Palabras claves: Inserción, egresados, prácticas, portal laboral

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del Trabajo de Investigación

1. Contextualización del Problema 4
2. Justificación 6
3. Reto de innovación 6
4. Sustento Teórico 7
   - 4.1 Estudios previos 7
   - 4.2 Marco teórico 9
5. Beneficiarios 12
6. Propuesta de Valor 14
   - 6.1Propuesta de Valor 14
   - 6.2 Segmento de clientes **¡Error! Marcador no definido.**4
   - 6.3 Canales 15
   - 6.4 Relación con los cliente 15
   - 6.5 Actividades Claves 16
   - 6.6 Recursos clave 17
   - 6.7 Aliados clave 18
   - 6.8 Fuentes de ingresos 18
   - 6.9 Presupuesto 18
7. Resultados 19
8. Conclusiones **¡Error! Marcador no definido.**3
9. Bibliografía 234

Informe de Investigación basado en un proyecto de innovación

1. Contextualización del Problema

La inadecuada inserción laboral de los jóvenes constituye una gran preocupación para los recientes egresados en la búsqueda de un empleo adecuado causando repercusiones del desempleo agrupadas por Cotrina (2017), en cuatro categorías: repercusiones negativas a nivel afectivo, ideas negativas en relación al autoconcepto, repercusiones negativas a nivel de comportamiento y limitaciones económicas para el bienestar. Ante la magnitud de estos problemas se verán afectados los recientes egresados de diferentes profesiones en los próximos años.

Torres (2019), afirma en su tesis que la consecuencia de una mala inserción laboral, es que muchos de ellos terminan aceptando empleos no adecuados para un profesional que invirtió recursos como tiempo y dinero en su educación. Este resultado es preocupante en sí mismo porque los jóvenes se encuentran frustrados por el mercado laboral, ya sea probablemente después de no conseguir un trabajo estable o un trabajo de calidad, renunciando al mercado laboral, es decir, dejan de buscar trabajos idóneos o formales y optan por trabajos informales no adecuados a su perfil profesional o relacionado externamente de su profesión creativa, por lo tanto será en sí mismo un motivo de preocupación.

De igual importancia, una correcta inserción laboral es un motivo de desarrollo interpersonal que facilita el crecimiento laboral de los egresados. Sin embargo, los antecedentes vividos y lo que estamos viviendo actualmente, como la coyuntura de la pandemia provocada por el SARS-CoV-2 (Covid-19), tuvo una parálisis de la actividad económica, quedan como consecuencia para las futuras generaciones profesionales de carreras creativas, por esto, debe ser un motivo para que se lleve a cabo una investigación del tema y proponer una solución al

problema de la búsqueda de un empleo adecuado y la percepción errónea que tiene el mercado laboral de egresados del sector creativo, siendo estos considerados como mano de obra operativa pero no como estrategas creativos que contribuyen a la generación de ideas y conceptos funcionales. (Mantilla, 2018).

Dicho esto, existe dificultad para encontrar un empleo, y quienes lo encuentran terminan en empleos no adecuados.

Por otro lado, hay algunos egresados del sector creativo que se desempeñan en actividades no relacionadas con su profesión, porque en la actualidad existe una devaluación del trabajo creativo. Las personas no toman en cuenta que el arte y/o la creatividad es un trabajo profesional que debe ser valorado. Esto provoca un desconocimiento sobre las funciones del sector creativo para los egresados. Mantilla (2018) resalta que la realidad de un egresado de profesión creativa, se ha convertido en un problema que debe ser resuelto, pues cada vez son más los profesionales desempleados o que están expuestos a la devaluación por parte de sus clientes que tienen una percepción errónea de los egresados del sector creativo.

Por tanto, la investigación busca estudiar las dificultades en el proceso de la inserción laboral de los recientes egresados de profesiones creativas, ya que es cada vez más difícil ingresar al mundo laboral. Lo que ellos buscan de una empresa no siempre es lo que el sector laboral creativo está dispuesto a ofrecer o de lo que ellos esperan, pero a pesar de eso muchos egresados al momento de averiguar una oferta laboral, no saben como tratar de experimentar distintas transiciones en la búsqueda de un empleo adecuado.

2. Justificación

Los motivos que nos llevaron a investigar sobre el egresado creativo, es porque necesitan realizar una correcta búsqueda en sus prácticas profesionales para que sean capaces de ser insertados en un trabajo que marcará su futuro profesional, por lo que es primordial ayudar a que los egresados de las carreras creativas que inicien adecuadamente al sector laboral, brindando accesibilidad. Este tema es importante para que el personal creativo tenga la consideración que corresponde, porque la creatividad que poseen aporta a las PYMES en entender sus necesidades y brindar soluciones creativas para transmitir el mensaje que desean, de igual importancia, desarrollan los procesos de innovación y mantienen la economía digital, por tanto, si esto se anula, el perú va a estar en desventaja con respecto a otros países. Se considera que las Pymes serán para mejorar la inserción de los egresados creativos hacia el sector laboral, ya que les permitirá tener experiencia de actividades basadas en su formación laboral y tendrán experiencia antes, durante y después de ingresar al mundo laboral.

3. Reto de innovación

El objetivo principal de este trabajo es favorecer a los egresados de profesiones creativas en la búsqueda de sus prácticas profesionales para que sean capaces de ser insertados en un trabajo que marcará su futuro profesional, recibiendo la oportunidad de mostrar sus habilidades, para que las empresas se fijen en ellos y finalmente puedan trabajar en el puesto que aspiran, haciendo lo que les apasiona y recibiendo el valor que se merecen.

Como objetivos específicos se tiene presente que la oferta inicial es con un modelo de negocio de planes premium con un pago inicial adecuado para empresas que anuncia su oferta laboral, esto retribuye nuestra página web dirigida a los egresados de profesiones creativas con el objetivo de encontrar un empleo donde puedan potenciar sus talentos. Dicha acción generaría

más ingresos de usuarios a la página web. Igualmente se tiene presente objetivos como: Garantizar que los puestos de empleo publicados en el portal web de empleo sean reales al enviar su RUC al registrarse; asegurar que los usuarios puedan obtener retroalimentación sobre el proceso de selección al finalizar a través del correo electrónico; ayudar a estandarizar la herramienta de portal laboral para prácticas profesionales en Perú, personalizar la búsqueda de empleo de manera que cada vez que una empresa pública una oferta, ésta, seleccione al candidato que se adapta al perfil de habilidades y competencias con las necesidades que la empresa requiera y por último se brinda un medio de interacción online para elaborar entrevistas eficiente entre el talento y la empresa dentro del proceso de selección.

4. Sustento Teórico

4.1.Estudios previos

En la investigación aplicada, propuesta por Rabanal, Huamán, Murga & Chauca, (2020). Tuvo como objetivo analizar el desarrollo de competencias personales y sociales de los egresados, para una adecuada incorporación al mercado laboral, el objetivo sustenta tener aptitudes para ingresar al mundo laboral siendo capaz y competitivo. Con esto, la investigación concluye que la solución son estrategias como la necesidad de validación de prácticas pre-profesionales para experiencia de actividades basadas en su formación laboral e Inclusión de bolsas de trabajo en el sitio web de las universidades, Con esto, la investigación concluye que la solución son estrategias para la inserción laboral para su trayectoria profesional sólida, de este modo, la utilidad que se obtendrá de esta investigación, es el uso de estrategias que el egresado debe recibir para fortalecer sus competencias y ser empleable.

Los autores Campos, Euribe, Osores, Silva, & Simón (2005), analizaron las alternativas que los estudiantes de las universidades ESAN y Universidad de Lima desearían que les brinde su institución. La finalidad era encontrar y analizar las herramientas para la inserción laboral

que brindan las dos universidades. Los autores implementaron en su investigación, teorías sobre la empleabilidad donde detallan los conceptos, enfoques y recursos como herramienta de la empleabilidad. La investigación formula una herramienta para mejorar su inserción en el mercado laboral de los estudiantes de 7mo en adelante y egresados de las universidades mencionadas, dicha información es válida para tener material de mejora en la búsqueda del empleo para egresados de profesiones creativas.

La investigación de Arrieta & Meza (2018), se encontraba orientada en identificar las expectativas de los alumnos de la Facultad de Gestión y Alta Dirección sobre el mercado laboral. Concluyen que las expectativas laborales que se evidencian en ese año son muy similares a las de nuestra investigación. El principal motivador para encontrar un trabajo es el salario, el horario y la flexibilidad laboral. Asimismo, estos motivadores no han cambiado hasta el día de hoy. Además, nos cuentan que los estudiantes no tienen claridad sobre las posiciones que pueden llegar a ocupar y desean ser practicantes profesionales.

Los autores Castro, Montero & Rincón (2017), tenían como finalidad, diseñar una aplicación móvil que logre facilitar la vinculación de estudiantes practicantes con empresas de un municipio y facilitar la búsqueda de empleo. El autor eligió como recolección de información, las entrevistas y las realizó a los egresados de las carreras gráficas y a docentes. Como resultado de la investigación se logró verificar que los egresados se puedan destacar en el mercado a pesar de sus habilidades y que la aplicación, fue pensada de acuerdo a lo investigado por el autor teniendo el de lograr beneficiar a los egresados en la búsqueda de un trabajo a través de la aplicación sintonizando con nuestro proyecto que busca crear una herramienta para facilitar la mala inserción laboral de los egresados de profesiones creativas.

La investigación de la autora Ramirez (2016), demostró y propuso una solución a su problemática de estudio: las dificultades que suele tener el egresado al buscar empleo de su rubro profesional. El segmento de recién egresados es susceptible de ser abordado de manera

individual, estos suelen presentar factores socio-emocionales asociados o dificultades con su desarrollo de plan personal y/o de carrera. Debido a esto, la autora planteaba un servicio con los siguientes atributos: practicidad (énfasis en el "cómo"), realismo (simulaciones, expositores/consultores con experiencia comprobada), sencillez (comunicación clara), oportunidad (enlace con la oferta de empleos) y efectividad en el manejo del tiempo.

4.2.Marco teórico

El presente trabajo tiene como objetivo encontrar y/o plantear una idea innovadora en una ventana de exhibición para la adecuada inserción de los egresados de profesiones creativas en el sector laboral. A través de la investigación relacionada a la búsqueda de empleo en el sector laboral creativo, tomando en consideración los hallazgos encontrados es relevante aclarar puntos importantes que hemos rescatado durante la investigación.

Involucra la puesta en marcha de acciones de una política activa de empleo eficaz que ayuda a los desempleados a aumentar sus probabilidades de colocación y se trabaja en diversos países, principalmente desde administraciones públicas. Los profesionales se guían a partir de metodologías de estudios de desarrollo de carreras en contextos de búsqueda de empleo y consiste en el diagnóstico de necesidades, consejo y asesoramiento de acciones a realizar a través de un itinerario de inserción laboral (Mantilla, 2018).

Es de gran importancia para los egresados y alumnos de los últimos ciclos de la universidad, la pregunta que siempre surge tiene que ver con la inserción laboral. (Schkolnik, 2005).

De acuerdo a Brunner (2001) citado en Formichella & London (2013) "Los principales estudios acerca de la obtención de competencias de empleabilidad y señala que es más fácil adquirirlas cuando su transmisión en el proceso de enseñanza se hace en forma explícita; es decir, que la empleabilidad es fácil de transmitir si los procesos de enseñanza están

debidamente organizados y más fácil aún si durante el proceso de instrucción se replican características propias del mundo laboral real." (p.84)

Vinces (1999) señala que "para que podamos hablar de inserción hace falta una situación relativamente estable de permanencia en la ocupación por cuenta propia o ajena, de manera que se consiga una autonomía económica, con una probabilidad alta de poder mantenerla." (Donoso & Figueroa, 2007, p.105).

Para la inserción laboral de egresados es necesario conocer los términos como: empleabilidad, refiriéndose a la oportunidad del trabajador a acceder a un empleo que cumpla con sus expectativas, con su formación y su trayectoria profesional.

La teoría de (Rabanal et al,. 2020), sustentaba el desarrollo de habilidades personales y sociales, ellos establecen que las personas son contratadas en función de sus calificaciones educativas. La transición al trabajo comienza con un plan de formación donde los estudiantes pueden desarrollar actitudes, estrategias y decisiones para orientar el proceso y culminar con una sólida trayectoria profesional.

Como menciona Torres (2019), la teoría de la búsqueda está relacionada al problema que enfrenta la gente al momento de buscar el mejor empleo disponible en el mercado laboral y aceptar uno dada la falta de información e incertidumbre, que muchos de ellos terminan aceptando empleos no adecuados para un profesional, que invirtió recursos como tiempo y dinero en su educación. Arrieta & Meza (2018), indicaban que en el caso de los jóvenes de la generación *Millenial* existen factores importantes en sus decisiones al buscar un empleo, en donde ellos tratan de minimizar los riesgos de hacer una mala elección. Los factores más importantes para tomar estas decisiones son: El tipo de trabajo (56%), compensación (54 %), beneficios ofrecidos (44%), ubicación geográfica (39%), oportunidades de crecimiento (35%), flexibilidad de horarios (31%)''.

Continuando con la tesis de Torres (2019) explicó las grandes dificultades para encontrar trabajo, y no siempre las profesiones creativas son apreciadas por el mercado laboral, por lo que hay pocas oportunidades de trabajo en grandes empresas que reducen su crecimiento laboral y genera desconfianza en ellos de no lograr su objetivo. Por consiguiente, las profesiones creativas se han visto perjudicadas a gran escala a lo largo de los años, a pesar de que en la actualidad son la clave para crear, innovar y mejorar los productos y servicios que permiten mantener en vigencia y relevancia a las empresas.

A partir de lo mencionado se tomará en cuenta para la concepción de la propuesta de servicio, centrando el trabajo en las estrategias de búsqueda de empleo y en el desarrollo de habilidades que favorezcan la capacitación para conseguir una colocación. Cabe resaltar que, además de incluir la instrucción formalizada de aprendizajes básicos para la inserción, se pretende alcanzar la capacidad de actuar independientemente o con mínima ayuda para conseguir recursos o para desarrollar sus habilidades personales, como el uso de un portal de bolsas de trabajo que ofrece una mayor mejora de los procesos de trabajo y transmite una imagen más moderna y eficiente de las PYMES. Sobre las bolsas de trabajo se afirma que:

> Se constituyen como infomediarios, ya que su objetivo es poner en contacto a ofertantes y demandantes de empleo, siendo su función principal y, casi única, la de ofrecer información a los candidatos sobre las ofertas de trabajo de las empresas y, a estas, facilitarles información sobre los currículos recibidos. Es decir, estas bolsas de trabajo electrónicas vienen de la mano de páginas web no especializadas en empleo, pero que, entre los múltiples servicios que ofrecen, aparece una sección dedicada a esta labor de manera absolutamente gratuita, ya que el volumen más importante de ingresos lo genera la publicidad. (González, 2005, p.34)

5. Beneficiarios

Los consumidores al cual se dirige el portal de empleo CreActiva tiene dos segmentos, principalmente son los egresados de profesiones creativas como: Arquitectura de interiores, Comunicación Audiovisual, Diseño gráfico, Diseño de modas, Publicidad y Marketing de instituciones y universidades de: IPP, TLS, UPC, UCAL. En tanto al segmento secundario son al área de R.R.H.H y al empleador que requiera colaborar con los egresados de las PYMES, porque estas son actualmente las principales encargadas de impulsar el empleo en el país.

Los egresados necesitan iniciar su entorno laboral de manera asertiva, porque la mayoría no está preparada y tienen temor de postular o buscan un trabajo estable donde reciban el valor que se merecen. A continuación, mencionaremos los 6 arquetipos construidos por patrones hallados en la investigación:

El primer arquetipo busca y postula a trabajo freelance cada semana, es recurrente que se sienta estresado o preocupado porque el tiempo avanza y no tiene un trabajo fijo, explora en plataformas de ofertas laborales un trabajo en donde realizar sus prácticas, pero encuentra que los egresados carecen de ofertas de trabajo. Entonces, otra opción que tiene para esto es buscar apoyo por parte de su institución para encontrar trabajo e información sobre los sectores laborales. Después de encontrar un trabajo apropiado, requiere una comunicación con los empleadores de las ofertas laborales a las que postula para realizar un contrato formal y pueda trabajar sin que le restrinjan la libertad de crear, y así obtener una línea de carrera adaptadas adecuadamente a las necesidades que las empresas requieren.

El segundo arquetipo inicia en la inserción laboral porque necesita de prácticas profesionales remuneradas y para esto requiere conocimiento de cómo realizar y/o potenciar un buen CV o portafolio para encontrar un trabajo adecuado a su perfil o destrezas. Se

encuentra postulando a las ofertas laborales pero le frustra que solicitan demasiados requisitos con un sueldo irracional, sin embargo, postula ya que necesita solventar sus gastos cotidianos. Se siente confundida si acepta este tipo de ofertas laborales o espera a encontrar el indicado hasta que tenga un portafolio atractivo, por lo que piensan que con un adecuado portafolio tiene más oportunidad de tener respuesta de entrevista para conseguir su empleo apropiado y estable,en vez de empleos de corto tiempo con baja remuneración.

El tercer arquetipo desea recibir el valor que se merece en un trabajo cómodo y estable, ya que él ofrece su esfuerzo y sacrificio que hace por la empresa, actualmente tiene contrato por un corto tiempo y gradualmente le aumentan el flujo de tareas, lo que demanda más tiempo por un sueldo menor al que él vio especificado en el anuncio de la oferta laboral, esto le afecta que no tenga tiempo para tener una vida apartada del trabajo. Cada día finaliza con preocupación, de que remuneren las horas extras y que sean flexibles con las tareas del día, generando en su vida estrés, limitado contacto social, incapacidad de independizarse o no poder titularse por falta de dinero y experiencia laboral.

El cuarto arquetipo se esfuerza por encontrar prácticas que le proporcionen material y al mismo tiempo le remuneren adecuadamente, por eso busca información completa de los sectores y áreas laborales apropiada para ella, pero no encuentra información completa de los sectores y áreas laborales adecuados. por consiguiente acepta un trabajo a un precio menor que el trabajo real, generando solo experiencia, lo que le hace sentir frustrado. Considera que debe haber una supervisión de su cartera por parte del instituto antes de enviarla a una empresa y así poder definir su propuesta de valor o potenciar su CV y/o portafolio, con esto, ella al futuro quiere generar una red de contactos dentro de su área de trabajo.

El quinto arquetipo es jefe del área de R.R.H.H. a él le incomoda ver en los portales laborales que jefes de otras áreas no sean específicos con los perfiles de trabajo que están

buscando, de igual manera, le disgusta que no acepten las ideas que propone en su área para el crecimiento de la empresa. Lo que busca es recibir muchos candidatos con CV/ sobresalientes.

El sexto y último arquetipo es un empleador líder de una PYME y contrata a personas capacitadas y con destrezas para un correcto desarrollo laboral. Él tiene miedo de contratar un practicante, y que perciba problemas con su comportamiento hasta el punto de perder clientes, pero a través de sus enseñanzas puede formarlos para que sean grandes profesionales con habilidades blandas y capaces de resolver problemas.

6. Propuesta de Valor

6.1.Propuesta de Valor

Apoyamos a los egresados a desarrollar su primera experiencia laboral consiguiendo prácticas profesionales, para que puedan potenciar sus conocimientos en el puesto que aspiran, haciendo lo que les apasiona y recibiendo el reconocimiento que se merecen.

6.2.Segmento de clientes

Nuestros clientes directos son las PYMES, que consisten en ser pequeñas y medianas empresas, que cuentan entre 1 a 250 trabajadores en total y una facturación moderada. Las PYMES promueven una aportación a la creación de empleo ya que requieren más trabajadores para formar y fortalecer una área de su negocio.

Hombres y mujeres con un año de egresados y que tengan la edad entre 19 a 28 años que estén en la búsqueda de un trabajo adecuado a su perfil de habilidades técnicas, residentes en Lima metropolitana. Ellos tienen intereses en común como la investigación y el aprendizaje, teniendo presente la curiosidad para saber más del mundo, por lo que les convierte en personas observadoras que desea desarrollar y poner a prueba sus habilidades en el ámbito laboral, por

esto, desean ser profesionales competitivos en el mercado nacional e internacional, de igual importancia, recibir reconocimiento para ser capaces de impactar positivamente con su trabajo en la industria creativa, además de poder conocer y dominar nuevas técnicas para el área profesional al que se dedican

6.3.Canales

La solución incluye tener el portal web de trabajo llamada CreActiva, es el centro de información para difundir la imagen de marca, generar confianza, nuevos contactos y clientes, para que tanto las PYMES como los postulantes conozcan sobre el servicio, y el proceso de postulación. También los clientes deben incluir los canales de comunicación en tendencia para que nos acerquen al público objetivo como: Facebook que tiene un mayor alcance, llevaremos el mensaje a más personas e incita a los visitantes en hacer llamadas a la acción para proporcionar datos a cambio de información. También incluye Instagram por su alta aceptación del contenido visual y Zoom que conecta una comunicación de videoconferencia sencilla y eficaz con dispositivos tecnológicos, pues se busca llegar a nuestro público objetivo mediante la difusión de nuestra página web, redes sociales y marketing directo para una marca, ganar notoriedad y ser recordada por la audiencia.

6.4.Relación con los cliente

Para el desarrollo del servicio se requiere como recurso clave a un programador web con la capacidad de crear la interfaz de una experiencia interactiva que permite a los consumidores participar activamente en la página CreActiva. Asimismo, es fundamental contratar a un diseñador digital para que aplique sus habilidades técnicas y creativas en la línea gráfica del contenido, página web y redes sociales.

Por otra parte, el área de R.R.H.H. debe contar con siete colaboradores que gestionen el reclutamiento y selección de manera eficiente. La área mencionada se encargará de buscar a los candidatos adecuados dentro de las áreas creativas por eso, deben ser expertos en las respectivas profesiones creativas como: Arquitectura de interiores, Comunicación Audiovisual, Diseño gráfico, Diseño de modas, Publicidad y Marketing.

Al mismo tiempo consideramos primordial el alquiler de un local como espacio de trabajo, dado a que consideramos una oficina como una herramienta clave para potenciar la organización del equipo involucrando a sus colaboradores. Cabe detallar que una oficina puede brindar una protección emocional y psicológica entre trabajadores.

Además mantenemos como recurso clave la realización de charlas online en nuestras redes sociales acerca de las herramientas para una mejor presentación laboral por asesores expertos. Este servicio extra será empleado como una campaña de marketing para el incremento de nuestros consumidores al portal.

6.5.Actividades Claves

Para que nuestra propuesta de valor funcione correctamente se debe desarrollar actividades como: conseguir empresas que contraten a profesionales del sector creativo.
El software del portal web de empleo es la principal herramienta para el servicio CreActiva incluyendo el dominio y Host, para esto se debe proporcionar un correcto mantenimiento web y garantizar que el portal web de empleo funcione continuamente, de manera adecuada para los usuarios. Por otro lado, la integración de la plataforma ZOOM al servicio, desempeñará un medio de interacción entre el reclutador y el postulante. Las entrevistas del proceso de postulación serán en tiempo real a través de videollamada. Por otro lado, tener un buen servicio de atención al cliente ayuda a destacar el negocio y evitar un descenso del portal web de empleo

CreActiva. Entonces, se debe lograr un compromiso con atención al cliente antes, durante y después. La opinión de los clientes debe ser tomada en cuenta para cumplir la satisfacción de la experiencia del servicio.

6.6.Recursos clave

Para el desarrollo del servicio se requiere como recurso clave a un programador web con la capacidad de crear la interfaz de una experiencia interactiva que permite a los consumidores participar activamente en la página CreActiva. Asimismo, es fundamental contratar a un diseñador digital para que aplique sus habilidades técnicas y creativas en la línea gráfica del contenido, página web y redes sociales.

Por otra parte, el área de R.R.H.H. debe contar con siete colaboradores que gestionen el reclutamiento y selección de manera eficiente. La área mencionada se encargará de buscar a los candidatos adecuados dentro de las áreas creativas por eso, deben ser expertos en las respectivas profesiones creativas como: Arquitectura de interiores, Comunicación Audiovisual, Diseño gráfico, Diseño de modas, Publicidad y Marketing.

Al mismo tiempo consideramos primordial el alquiler de un local como espacio de trabajo, dado a que consideramos una oficina como una herramienta clave para potenciar la organización del equipo involucrando a sus colaboradores. Cabe detallar que una oficina puede brindar una protección emocional y psicológica entre trabajadores.

Además mantenemos como recurso clave la realización de charlas online en nuestras redes sociales, acerca de las herramientas para una mejor presentación laboral por asesores expertos. Este servicio extra se ejecuta como una campaña de marketing para el incremente de nuestros consumidores al portal.

6.7.Aliados clave

Nuestros aliados claves son las PYMES, ellos contribuyen como reclutadores de las ofertas laborales que requieran, y se trabaja en conjunto para favorecer el proceso de selección y brindar eficacia dentro del portal web de empleo.

6.8.Fuentes de ingresos

El ingreso fijo será a través de la modalidad de pago con dos planes premium para el acceso exclusivo del portal web de empleo CreActiva, en donde los reclutadores de las empresas tendrán la primera opción de un plan premium por un anuncio con el costo de S/49.90 y el segundo plan consiste en cinco anuncios por la cantidad de S/149.49. Ambos costos constan de un único pago inicial que beneficia agilizar el proceso de selección en el área de R.R.H.H. de la empresa. Por consiguiente, el servicio ofrecido es gratuito para los egresados de profesiones creativas.

6.9.Presupuesto

El proyecto CreActiva tiene una inversión inicial de S/. 20,759 para la creación del servicio. La estructura organizacional es fundamental para el crecimiento del portal web, proponemos formar un equipo limitado con puestos claves para desarrollar y dar a conocer nuestro servicio. Primero se asignará 4 áreas dentro de la empresa como Gerente General, Director Creativo, Director de Cuenta y Director Audiovisual para brindar el soporte a cada área y mantener el servicio de manera mensual, eso tendrá el costo total de salarios S/. 8,000. mensuales Asimismo, integraremos a 7 colaboradores en planilla con un sueldo de S/. 1,5000 como Asesores de RR. HH que tienen conocimiento sobre las áreas de las profesiones creativas,

para que el servicio ofrecido sea bien empleado y demuestra un funcionamiento alto, es decir el costo total de los 7 colaboradores es de S/. 10,500 mensuales. Por otro lado, contamos con gastos administrativos de forma mensual, como el alquiler de servicios básicos con un costo mensual de S/.2,406.

7. Resultados

Se realizó una prueba de muestra con el MVP del servicio, a los egresados de profesiones creativas y CEO's de PYMES. Se observó que los egresados que buscan prácticas profesionales en diferentes portales web, consideran que las estrategias aplicadas en el servicio que ofrecemos les garantiza un portal web de empleo donde pueden encontrar ofertas laborales para realizar sus prácticas profesionales de acuerdo a su perfil laboral. Por otra parte, los CEO's describieron que el MVP de servicio que se brinda contribuye al departamento de R.R.H.H, ayudándolos a potenciar o realizar el área de R.R.H.H.

En primer lugar, se determinó que los egresados y las PYMES utilizan frecuentemente una computadora para realizar la búsqueda de empleadores que desean efectuar sus prácticas profesionales en sus empresas, de igual manera los egresados emplean este equipo electrónico.

De acuerdo con los resultados obtenidos, el egresado nos detalla que al momento de registrarse al portal web de empleo que ofrecemos, es un proceso de fácil acceso dado que a ellos no aprueban un registro con muchos puntos a rellenar. Además, el practicante tiene el dominio de poder elegir libremente la oferta laboral donde quiera postular.

Los egresados manifiestan su disgusto al saber que hay un límite de ingreso (5 postulantes) por anuncio, dado que muchos egresados podrán utilizar el servicio, pero no tendrán muchos anuncios debido al límite perdiendo varias oportunidades, todo esto debido a

que contábamos con pocos asesores de R.R.H.H para el proceso de filtrado. Teniendo en cuenta lo dicho proponemos aumentar el ingreso de postulantes (20) por anuncio y adicionar asesores de R.R.H.H para potenciar el proceso de selección, cabe señalar que se realiza un límite de postulantes para facilitar el trabajo de los R.R.H.H que trabajan en el filtrado de practicantes profesionales.

Identificamos que los egresados que buscan prácticas profesionales, no cuentan con un aporte económico y comentaron que les beneficia que el servicio ofrecido sea gratuito, apoyándolos indirectamente con la economía y con la búsqueda de una oferta laboral para realizar sus prácticas.

La implementación del Zoom en el servicio para ofrecer la sección de entrevistas entre el practicante profesional selecto y la empresa fue aprobada por ellos ya que Zoom se ha convertido en una de las aplicaciones favoritas para hacer videollamadas y fomentar el teletrabajo con un acceso fácil y conocido.

Ofrecemos a los egresados realizar una prueba como parte del proceso de selección y poder garantizar a la empresa que el postulante en la entrevista está preparado para afrontar tareas dirigido por las empresas mencionadas anteriormente, por lo que el egresado indicó que la prueba cuenta como parte de su experiencia en el ámbito laboral para identificar sus conocimientos en habilidades duras de mayor y menor escala.

La fase de filtrado tiene como duración 3 días desde que se anuncia la oferta laboral hasta los resultados difundidos hacia las PYMES y los postulantes. El desarrollo de dicho proceso les agradó a los practicantes profesionales ya que ellos usualmente tienen un tiempo en curso de 2 semanas en saber si son elegidos o no en una oferta laboral que encontraron en un portal web. Por otro lado, el postulante se sintió satisfecho con la breve prueba de desempeño que se le realizó, ya que logra medir sus conocimientos y los requerimientos que

desea la PYME, dado que debe demostrar su criterio al realizar un trabajo creativo aumentando su puntaje para ser contratado.

Al finalizar la entrevista entre el practicante profesional y la PYME que busca contratarlo, la empresa escoge al que más se adecue a sus necesidades. A partir de ahí se ofrece al postulante los comentarios de su desenvolvimiento durante dicha conversación como un servicio extra llamado Feedback. Al momento de experimentar esto el egresado expresó su gratitud con el servicio ya que ellos nunca habían obtenido eso de parte del portal Web de empleo.

En resumen, se observó que la gran mayoría de los egresados no cuentan con herramientas al momento de buscar prácticas profesionales, ya que en diferentes ocasiones el proceso de búsqueda es estresante. Nuestros usuarios comentan que el servicio ofrecido cuenta con estrategias que les ayude a encontrar las prácticas profesionales, también consideran que la plataforma es fácil de usar y con un mecanismo que ayuda a agilizar el proceso ya que consideran tener como importancia de una buena presentación laboral ante el reclutador en vez de solo mandar CVs a varias empresas esperando cuál de ellas les contesta primero. El servicio logró ser efectivo para los egresados en la búsqueda de sus prácticas profesionales. En cuanto a las PYMES, comentaron que el proceso de filtrado contribuye y fortalece el área de R.R.H.H que tienen dentro de su compañía.

La empresa al realizar la muestra notó que el registro contaba con pocos puntos a rellenar por escrito sino más opción de marca la respuesta correcta entre diferentes opciones, facilitandoles a ellos de rellenar el mismo registro de siempre que encuentra en portales web de empleo.

Con relación a las PYMES proponemos que indiquen el tiempo de la entrevista por practicante profesional, dado que aquellas empresas dependen de su tiempo al realizar el proceso.

La duración del filtrado para las empresas es de 72 horas desde el momento que la empresa PYME publica su anuncio, ante esto las reacciones de los ofertantes que participaron dentro de la muestra, fue aprobado de parte de ellos debido que están pagando por un tiempo muy agradable a comparación de los otros portales de empleo que frecuentaban al momento de la búsqueda de egresados.

Los ofertantes comentaron que el encargado de reclutar a los egresados, tiene un proceso tedioso ya que él o ella se delega todo el proceso de selección de los Cv o portafolios que les llega luego de pagar por anunciar su oferta laboral en portales web de empleo, ellos consideran que el servicio ofrecido favorece a su trabajo más no le arrebata sus funciones ya que luego de las entrevistas escogerá entre los 5 postulantes como empleador evitando el proceso anterior de revisar hasta 30 Cv o portafolios.

El costo del servicio fue apto para las empresas MYPE dentro del proceso de la muestra, debido a que se les ofreció dos opciones de pago, el primero tuvo un costo de S/.49.90 que equivale a la publicación de un anuncio en la plataforma más el servicio de filtrado, por otra parte, el segundo costo de S/.149.90 tiene el beneficio de 10 anuncios más el servicio de filtrado. Los ofertantes esclarecen que los costos que se les brindó, es accesible para la empresa.

Para finalizar las empresas empleadoras, nos mencionaron que el proceso de selección es bastante definido y favorable a comparación de los otros portales web que ejecutaron, también el método de realizar una entrevista virtual dentro del proceso de filtrado es un servicio atractivo ya que podemos ver anticipadamente con quien vamos a trabajar ya que en muchas ocasiones la forma de expresarse influye en el proceso. Consideraron que el portal web

Creactiva podría agilizar el proceso de selección con la nueva propuesta, ya que se les ahorraría tiempo a las empresas , especialmente al área de RR.HH al escoger a los postulantes que mejor se ajusten a sus perfiles de puestos.

8. Conclusiones

El portal de web de empleo CreActiva, logró cumplir con su objetivo de favorecer a los egresados de profesiones creativas en la búsqueda de prácticas profesionales para potenciar su experiencia antes, durante y después de ingresar al mundo laboral, dado que abarcamos las necesidades de los postulantes con el fin de mejorar a futuro la mala inserción laboral de los egresados de profesiones creativas.

Por otro lado, hemos podido concluir que el sector de empleabilidad dentro de portales de búsqueda de trabajo en el Perú, no han empleado estrategias directamente hacia los postulantes como beneficiarios ya que los egresados de profesiones creativas en la muestra expresaron su sorpresa y entusiasmo con el servicio que se les ofreció.

Concluimos que la mayoría de empresas Pymes en el Perú frecuentan portales web de empleo para anunciar su oferta laboral y conseguir a un nuevo empleador. Los reclutadores exponen que los portales web de empleo usan estrategias inadecuadas que le brindan poca ayuda en su área, pero llega a ser una opción para que su anuncio llegue a más público por ello comentan su interés en invertir en los planes premium del portal web de empleo CreActiva, ya que brinda un beneficio a los reclutadores con el servicio de filtrado facilitando su trabajo dado que gestiona todo de manera online. Ellos comentan que usarlo permite una mejor optimización del proceso de empleo y a la vez transmite una imagen mucho más moderna y eficiente de las empresas.

Descubrimos que el sector de las profesiones creativas no cuenta con un portal web de empleo, ya que eventualmente se escoge a un empleador por recomendaciones, afectando algunos puntos como las oportunidades a los egresados que buscan prácticas profesionales. El servicio contribuye como una herramienta en el sector de empleabilidad para que los egresados de profesiones creativas realicen prácticas profesionales. Al realizar la muestra a los egresados de dichas carreras creativas garantizaron el portal ofrecido como elemento importante para el ingreso del egresado al sector de empleabilidad.

Dentro de la investigación, observamos que los egresados y las PYMES sentían que el proceso de búsqueda en un nuevo portal web de empleo es tedioso ya que la mayoría de empresas trabajan con servicios de Boomerang o Indeep. Por el contrario, cuando nuestros usuarios y clientes comprobaron que nuestro servicio propone que la búsqueda de empleo sea con una modalidad personalizada en donde el egresado y la empresa ejerza el proceso con facilidad.

Concluimos que el portal web Creactiva es un servicio innovador ya que brinda secciones atractivas para los clientes y usuarios como la implementación de entrevistas virtuales dentro del proceso de selección, además de contar otras secciones que favorecen la búsqueda de empleo.

9. Bibliografía

Formichella, M & London, S. (2013). Empleabilidad, educación y equidad social. *Revista de ciencias sociales n.o 47 (2013): 79-91*. doi: https://doi.org/10.7440/res47.2013.06

Arrieta, J. & Meza, C. (2018). *Análisis de las expectativas laborales que tienen los estudiantes de últimos ciclos de la facultad de gestión y alta dirección del mercado laboral.* (Tesis licenciatura) Recuperado de: http://hdl.handle.net/20.500.12404/11903

Campos, C., Euribe, S., Osores, I., Silva, D. & Simón, G. (2005) Análisis de las alternativas que los estudiantes de las universidades ESAN y Universidad de Lima desearían que les brinde su institución con el fin de mejorar su inserción en el mercado laboral Recuperado de: http://hdl.handle.net/10757/626161

Castro, L., Montero, J. & Rincón, J. (2017). *DISEÑO DE UNA APP MÓVIL PARA LA VINCULACIÓN DE ESTUDIANTES EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL DEL MUNICIPIO DE SOACHA.* (Tesis grado) Recuperado de: http://hdl.handle.net/10656/5192

Cotrina, D. (2017). *Repercusiones del desempleo en jóvenes de Lima*. (Tesis bachiller) Recuperado de: http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/9578

Donoso, T., y Figueroa, M. (2007). "Niveles de diagnóstico en los procesos de inserción y orientación profesional". En: Revista Electrónica de Investigación Psicoeducativa. N°11, Vol.5. (1) ISSN- 1696- 2095. Recuperado de: http://www.investigacion-psicopedagogica.org/revista/new/ContadorArticulo.php?153

Gonzáles, R. (2005). *Nuevas tecnologías aplicadas a la gestión de recursos humanos: Las Tic como herramienta de mejora permanente del capital humano.* Vigo, España: Ideaspropias

Mantilla, L. (2018). *La percepción hacia el diseñador gráfico y su función como profesional en el mercado laboral de la ciudad de Ambato* (Tesis titulación). Recuperado de: http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/27400

Mas, O. (2012). Ya pues, tú que eres diseñador haz el dibujito para que quede bonito. Recuperado de: https://repositorio.ucal.edu.pe/handle/20.500.12637/144

Rabanal, R., Huamán, C., Murga, N. & Chauca, P.(2020). Desarrollo de competencias personales y sociales para la inserción laboral de egresados universitarios. *Revista de ciencias sociales*, *26*(2), 250-258. Recuperado de: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7500756

Ramirez, O. (2016) *Servicio de asesoría en empleabilidad y desarrollo de marca personal en estudiantes y recién egresados de pregrado de universidades particulares de la ciudad de lima* (Tesis magister). Recuperado de: http://hdl.handle.net/11354/1665

Schkolnik, M. (2005). Caracterización de la inserción laboral de los jóvenes. Recuperado de: https://repositorio.cepal.org/handle/11362/6093

Torres, D. (2019). *La inserción laboral de los recién egresados universitarios en el Perú* (Tesis licenciatura). Recuperado de:http://hdl.handle.net/20.500.12404/14886