ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA

"TOULOUSE LAUTREC"

PLATAFORMA WEB PARA GENERAR LA CONTRATACIÓN Y VALORACIÓN DE JÓVENES DISEÑADORES DE 20 A 25 AÑOS EN LIMA - PERÚ

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

AUTOR:

CHRISTIAN PERALTA GALARRETA

https://orcid.org/0000-0001-6124-2925

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

AUTOR:

ESMERALDA MORELIA LEÓN LLERENA

https://orcid.org/0000-0001-5644-2869

Asesor:

GIOVANNA GUZMÁN DE LAMA

https://orcid.org/0000-0002-5641-8938

Lima-Perú

2022

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:478705586

Fecha de entrega
6 ago 2025, 5:06 a.m. GMT+2

Fecha de descarga
6 ago 2025, 5:08 a.m. GMT+2

Nombre de archivo
CHRISTIAN PERALTA GALARRETA - ESMERALDA MORELIA LEÓN LLERENA .pdf

Tamaño de archivo
2.7 MB

28 Páginas

5141 Palabras

27.380 Caracteres

14% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 25 palabras)

Exclusiones

- N.º de fuente excluida

Fuentes principales

14% Fuentes de Internet
1% 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 planteamiento de este estudio se debe a la escasez de empleos que existe en el sector creativo en el Perú. Esto a causa de la infravaloración hacia los diseñadores y de la reciente pandemia por COVID-19 que inició hace un par de años.

Debido a esto, la investigación tiene como objetivo fomentar el empleo hacia este sector, asesorando a los emprendedores que, a causa de la pandemia y debido al masivo desempleo que ocurrió en los últimos años, crearon sus negocios. Además de educar a los presentes y futuros emprendedores a que un diseñador es de suma importancia para potenciar el crecimiento económico de una empresa. Para lograr esta meta, se desarrolló el prototipo de una Plataforma Web que con ayuda del Machine Learning y a través de un cuestionario, analiza los insights y necesidades del empleador y así encuentra al diseñador ideal para su empresa y/o proyecto. Asimismo, los jóvenes diseñadores, a través de un cuestionario enfocado en conocer sus habilidades, especializaciones, experiencias, etc., son clasificados y su información y portafolio son almacenados en la base de datos de la plataforma.

Con esto, se busca que los empleadores tengan conocimiento del arduo e importante trabajo que realiza un diseñador. De igual manera, se propone que el diseñador encuentre en INVENTIVA un lugar seguro para encontrar empleo.

Palabras claves: Empleador, diseñador, empleo, Machine Learning, , consultoría,

TABLA DE CONTENIDO

1. 7

2. 7

3. 9

3.1. 9

3.2. 9

3.3. 9

3.4. 10

4. 10

4.1. 10

4.1.1. 10

4.2. 13

4.2.1. 13

4.2.2. 14

4.2.3. 14

4.2.4. 14

4.2.5. 14

4.2.5.1. 15

4.2.5.2. 16

5. 16

5.1. 16

5.2. 17

6. 18

6.1. 18

6.2. 19

6.3. 19

6.4. 19

6.5. 19

6.6. 19

6.7. 20

6.8. 20

6.9. 21

7. 21

8. 22

9. 22

10. 25

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Presupuesto INENTIVA 20

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Árbol de decisión 16

Figura 2: Clustering 17

Figura 3: Planes de suscripción de INVENTIVA CONSULTORA 21

1. Contextualización del problema

Una de las grandes dificultades que los jóvenes de entre 20 a 25 años enfrentan es la búsqueda de empleo. Este problema se intensifica cuando se trata de jóvenes cuyos intereses profesionales se han inclinado hacia carreras creativas como el diseño. Esta brecha se ha amplificado de manera considerable en los últimos años debido a la crisis sanitaria originada por el COVID-19, la misma que originó inestabilidad económica y escasez de puestos de trabajo. Junto a este panorama, se le suma el actual menosprecio e infravaloración que reciben las carreras de diseño y a los jóvenes que estudian dichas carreras en el Perú, motivo por el cual llevó al interés de buscar una solución.

Para esto, se debe entender que lo que se ha denominado en líneas anteriores como "Carreras de Diseño" se definen como aquellas carreras que involucran la creación de soluciones y la generación de ideas diseñando una metodología específica o elementos para poder implementarlo en la ejecución de un resultado final. Estas carreras son: (a) Dirección de Arte, (b) Diseño de Videojuegos, (c) Dirección y Diseño Gráfico, (e) Dirección y Diseño Publicitario, (f) Diseño de Producto, (g) Diseño de Modas, (h) Diseño de Interiores, (i) Diseño Web, entre otras.

Con respecto a la situación que enfrentan los jóvenes ante esta problemática, se puede destacar un estudio hecho por Man Power Group (2020), a 3 000 jóvenes entre 18 y 29 años en 14 países de Latinoamérica que reveló que, en el caso del Perú, el 75% de los encuestados ha tenido grandes dificultades para encontrar trabajo, lo que nos llevó a preguntarnos acerca de las razones por las que estas cifras en el Perú son tan altas y a enfocarnos en los jóvenes limeños que han estudiado carreras de diseño y a ayudar a solucionar esta problemática.

2. Justificación

Las carreras de diseño como aquellas relacionadas con el arte y la cultura han sido, por mucho tiempo, menospreciadas o no se les ha dado el valor y reconocimiento que

merecen, por ende, los jóvenes profesionales e incluso los que aún continúan en la carrera tienden a sentir exhaustivo el proceso de conseguir un empleo. Esto se da por distintas causas, tales como el poco reconocimiento que se le da a la carrera, los bajos sueldos que ofrecen las distintas empresas grandes o pequeñas, la gran exigencia de experiencia o la preferencia de "conocidos" para poder cubrir la vacante de diseñador.

Actualmente, existen diversas ideas y proyectos que buscan mejorar esta situación, más el cambio no es el esperado en el país, ya sea por la poca difusión de estos o por el hecho de dirigirse a la solución equivocada para erradicar este problema. Este proyecto no solo busca modificar ese pensamiento arcaico de que contratar a un diseñador en algunos casos es absurdo, sino que con esto se busca mejorar las condiciones de búsqueda de empleo y hacer que el proceso sea más sencillo, honesto y consciente, además de educar, tanto al emprendedor como al diseñador, de que el trabajo de este rubro conlleva especialidades y enfoques distintos y no todo en una misma categoría como se suele pensar.

Por otro lado, el proyecto va dirigido de igual manera a los emprendedores, las cuales, Acuña (2021), las define como "persona que administra un negocio con fines de lucro y crecimiento en condiciones de riesgo, con muchos esfuerzos dirigidos a la innovación." (p.6). Gran cantidad de estas se vieron afectadas por la pandemia a raíz del COVID-19 o surgieron a partir de esta, buscando sustentabilidad económica de alguna manera rentable y con las herramientas que hayan tenido al alcance en ese momento; la importancia de la sustentabilidad de estos emprendedores o microempresas, es muy grande, ya que "De acuerdo con el Ministerio de la Producción del Perú (Produce) existen más de 1,9 millones de micro, pequeñas y medianas empresas en el Perú (Mypes) al cierre de 2017. Este tipo de empresas representa el 99,5% del total de empresas formales en la economía peruana (96,2% microempresas, 3,2% pequeñas empresas y 0,1% medianas empresas)" (Acuña, 2021, p.3).

En este sentido, se evidencia la necesidad de apoyar y orientar este tipo de negocio, para así poder lograr la efectividad de este.

3. Reto de Innovación

Teniendo en cuenta la problemática mencionada en el punto anterior, se planteó una pregunta que apoyará con el proceso de la solución: *¿Cómo podríamos generar la contratación y valoración de jóvenes diseñadores dentro de un emprendimiento y que este se vea beneficiado?*

Considerando esta, se propusieron algunas ideas teniendo en cuenta las necesidades tanto del empleador como las del joven diseñador que se encentran en la búsqueda de un empleado y un empleo respectivamente.

3.1. Pregunta General

La pregunta planteada para generar la solución a la problemática es *¿Cómo podríamos generar la contratación de jóvenes diseñadores con talento dentro de una empresa?*

3.2. Preguntas específicas

1. ¿Cómo podemos demostrar el impacto positivo de tener a un diseñador al emprendedor, para que valore y consiga un diseñador de este rubro?
2. ¿Cómo podemos captar la atención del empleador para contratar diseñadores por su capacidad?
3. ¿Cómo podríamos brindarles una alternativa viable y eficiente a los jóvenes desempleados para facilitarles la obtención de un empleo en donde se sientan valorados?

3.3. Objetivo General

Brindar una alternativa viable y eficiente a los jóvenes diseñadores para facilitarles la obtención de un empleo en donde se sientan valorados.

3.4. Objetivos Específicos

1. Demostrar el impacto de tener a un diseñador creativo al emprendedor para que valore y consiga a un empleado de este rubro.
2. Captar la atención del emprendedor para elegir a un diseñador creativo por su capacidad.
3. Asistir al emprendedor en la búsqueda del diseñador ideal para su proyecto temporal o incluso para un puesto permanente.

4. Sustento teórico

4.1.Estudios Previos

4.1.1. Antecedentes

Como primer antecedente tenemos a Huertas Q. (2018) desarrolló la tesis *Estrategias de social media para la construcción de branding personal de los estudiantes de la carrera de diseño y publicidad de séptimo y octavo semestre de la Universidad Técnica del Norte,* para optar el título profesional de Diseño y Publicidad, en la Universidad Técnica del Norte de Ecuador cuyo objetivo fue desarrollar el branding personal de tal manera que permita posicionar a una persona y logre destacar en su entorno profesional, potenciándolo con el social media con el fin de destacar dentro de su especialidad. Llegó a la conclusión que estas herramientas son una alternativa de emprendimiento que permite a un egresado potenciar su carrera, logrando encajar en grupos de autoempleados y jóvenes que buscan la posibilidad de ejercer su profesión, evitando caer en actividades fuera de su área de conocimiento o el desempleo.

Se escogió este estudio porque brinda algunos puntos interesantes que ayudan al actual proyecto, y ayuda a fomentar el empleo en jóvenes de las carreras de diseño.

Como segundo antecedente tenemos a Palomo Q. y Pablo E. (2018) desarrolló la tesis *Aplicación móvil para diseñadores con la finalidad de crear fuentes de trabajo y cubrir las*

necesidades del cliente en el cantón Latacunga, para optar el Título de Ingenieros en Diseño Gráfico Computarizado, en la Facultad De Ciencias Humanas Y Educación.

Tuvo como objetivo diseñar un prototipo de aplicación móvil, que permita plasmar los trabajos profesionales e incorporar la red de ubicación de diseñadores gráficos y centros de impresión de diseño en el cantón Latacunga. Llegando a la conclusión que el prototipo móvil presenta facilidad de uso y portabilidad aportando ventaja para los profesionales en diseño gráfico y a usuarios comunes, es decir, a personas que no tienen conocimientos en el tema pero que requieren del servicio de un diseñador.

Se escogió este estudio porque brinda puntos muy relacionados a nuestro proyecto y que apoyan este mismo, ya que demuestra que, al proporcionar una herramienta como un app o programa, este ayuda y facilita potencialmente el proceso de reconocimiento del trabajador y a la adquisición laboral de este mismo.

Como tercer antecedente tenemos a Manpowergroup. (2020) desarrolló la investigación Escasez de Oportunidades Laborales para los Jóvenes. Esta investigación realizada a 3 000 jóvenes entre 18 y 29 años de Perú, Colombia, Ecuador, Argentina, Bolivia, Paraguay, Uruguay, México, El Salvador, Nicaragua, Honduras, Guatemala, Panamá y República Dominicana resalta que, en promedio, el 81% de esta población tiene dificultad para encontrar trabajo en la región. En Perú, esta problemática de escasez de empleo afecta al 75% de los jóvenes, según ManpowerGroup. De acuerdo con el estudio elaborado, el 29% de los jóvenes encuestados indicaron que llevan entre tres a seis meses buscando un puesto de trabajo, mientras que el 16% lleva más de un año en la búsqueda de oportunidades laborales. La población juvenil encuestada resaltó tres factores de mayor importancia al momento de aceptar una oportunidad laboral: buen sueldo, crecimiento profesional y contrato formal, seguidos de beneficios o prestaciones adicionales a los considerados por Ley (Seguros, fondos de ahorro, etc.). También se rescató que los jóvenes no aceptarían un empleo si este

contempla un salario bajo, de tipo informal, sin flexibilidad de horarios y prestaciones adicionales. En cuanto a la expectativa salarial, el 32% de los encuestados indicó que espera ganar hasta un salario mínimo, mientras que el 53% respondió que quiere ganar más de uno y hasta cinco salarios mínimos. El 11% más de cinco y hasta diez salarios mínimos y el 4% más de diez salarios mínimos.

Como cuarto antecedente se encuentra González-Morales, O., & Santana-Vega, L. E. (2020) desarrollaron la investigación *Diseño de un Plan de Acción para la Empleabilidad de los Universitarios* para la publicación en la revista académica del Arizona State University.

Tuvo como objetivo explorar y plantear un plan de fomento de la empleabilidad de los estudiantes universitarios que incluya, medidas dirigidas al fomento del emprendimiento. Llegando a la conclusión de que tanto en el sistema educativo como en la formación específica se ha de transmitir a los estudiantes la importancia del capital humano vinculado a la experiencia profesional y a una actitud favorable a la formación a lo largo de la vida.

Se escogió este estudio, ya que demuestra que la institución educativa tiene un papel muy importante en la empleabilidad del estudiante. No por el estatus ni por el prestigio de estas, sino por las herramientas y habilidades que puedan brindarles a sus académicos.

El cuarto antecedente está representado por María, C., Johan, E., Anders, F., Lisa, L., Magnus, R., & Vikström, J. (2019) desarrollaron el documento de trabajo *Does Job Search Assistance Reduce Unemployment? Experimental Evidence on Displacement Effects and Mechanism* para la publicación en el repositorio del Research Institute of Industrial Economics.

Este documento tuvo como objetivo entender si el acompañamiento a la hora de la búsqueda de un empleo es beneficioso para el postulante y en caso lo fuere, qué tanto incrementa las opciones de obtener empleo. Llegando a la conclusión de que los hallazgos

muestran que la asistencia reduce el desempleo entre los tratados, pero también conduce a que los que no opten por esta opción tengan mayor índice de desempleo.

Se escogió este estudio para evaluar qué otras alternativas existen en la reducción del desempleo. Además, el análisis comparativo que se desarrolló en este es favorable para la investigación.

Como quinto antecedente tenemos a Villanueva T., Llerena V., Concha U., Peñafiel B., Salazar O & Paredes N. (2021) desarrollaron la investigación de *Herramientas digitales para el emprendimiento peruano ante una transformación digital intensificada por el Covid-19*, para optar el título profesional de ---- , en la Universidad Católica de Santa María cuyo objetivo fue desarrollar y describir un conjunto de herramientas digitales que permitan a las pequeñas empresas y emprendimientos desarrollar sus actividades de una manera fácil, accesible y de bajo costo ante una era orientada a la transformación digital. Llegó a la conclusión que esta investigación no pretende establecer preferencias por alguna herramienta en particular, son más bien recomendaciones dadas por los autores y que en términos finales representan la base para nuevas y más elaboradas investigaciones.

Se escogió este estudio porque brinda datos interesantes que nutren a nuestra investigación, ya que fomenta los puestos laborales en jóvenes.

4.2. Marco Teórico

4.2.1. Consultoría

Sánchez (2007) indicó que la consultoría se puede definir como un servicio de asesoramiento especializado e independiente, en el que un profesional sirve de apoyo a una organización con el objetivo de generarle soluciones específicas a sus problemas internos, mediante una metodología de trabajo práctica y orientada. El propósito es ayudar a la empresa para que alcance objetivos estratégicos como la competitividad y la

productividad, a través de la evaluación de su gestión y el descubrimiento de sus oportunidades.

4.2.2. Red de contactos

Según un artículo realizado por Guillermo Arenas para el diario El País (2021), tejer una red de contactos en el entorno laboral se ha convertido en una misión determinante para cualquier profesional. Proporciona visibilidad, permite conocer a los competidores, establecer colaboraciones con otras personas y organizaciones y crear nuevas oportunidades laborales y de negocio.

4.2.3. Aplicativo Móvil

En la actualidad, los smartphones se han vuelto una gran necesidad y una herramienta indispensable en nuestro día a día, por lo que debemos acoplarnos a este nuevo estilo de vida que contiene a las aplicaciones como pieza fundamental, para así poder llegar adecuadamente al público objetivo que queremos apuntar. Rondal (2017) plantea que las aplicaciones están con nosotros desde hace mucho tiempo, lo que ha hecho que la experiencia de este, a través del celular, vaya incrementando, lo cual impulsa también al crecimiento del contenido, es decir, las aplicaciones, tanto diseño, dinámica, interacción, entre otros.

4.2.4. Algoritmo

"Conjunto de reglas que, aplicada sistemáticamente a unos datos de entrada apropiados, resuelven un problema en un numero finito de pasos elementales", según enuncia el profesor de la Facultad de Informática de la Universidad Complutense Ricardo Peña Marí, autor a la sazón del libro De Euclides a Java, la historia de los algoritmos y de los lenguajes de programación (Nívola).

4.2.5. Machine Learning

Ramírez (2018) afirma que el Machine Learning es una herramienta que busca mejorar el análisis de datos, en pro de una predicción futura, ya sea por la implementación de

nuevos sistemas o simplemente el mejoramiento de los ya existentes, mediante el uso de algoritmos basados en información antigua o reciente que permita el funcionamiento óptimo del sistema a trabajar.

4.2.5.1. Árbol de decisión

Urbina y De la Calleja (2018) nos indican en su informe que los árboles de decisión son uno de los métodos de aprendizaje automático más utilizados y se han aplicado con éxito a una amplia variedad de problemas prácticos. Un árbol de decisiones describe gráficamente las decisiones que se tomarán, los atributos seleccionados y los resultados asociados con las combinaciones de decisiones y atributos. Básicamente, los árboles de decisión están formados por nodos y ramas. Los nodos son los puntos donde se debe hacer una elección, mientras que las ramas representan una de las posibles alternativas o cursos de decisión. Se selecciona un nodo raíz donde comienza el proceso de decisión.

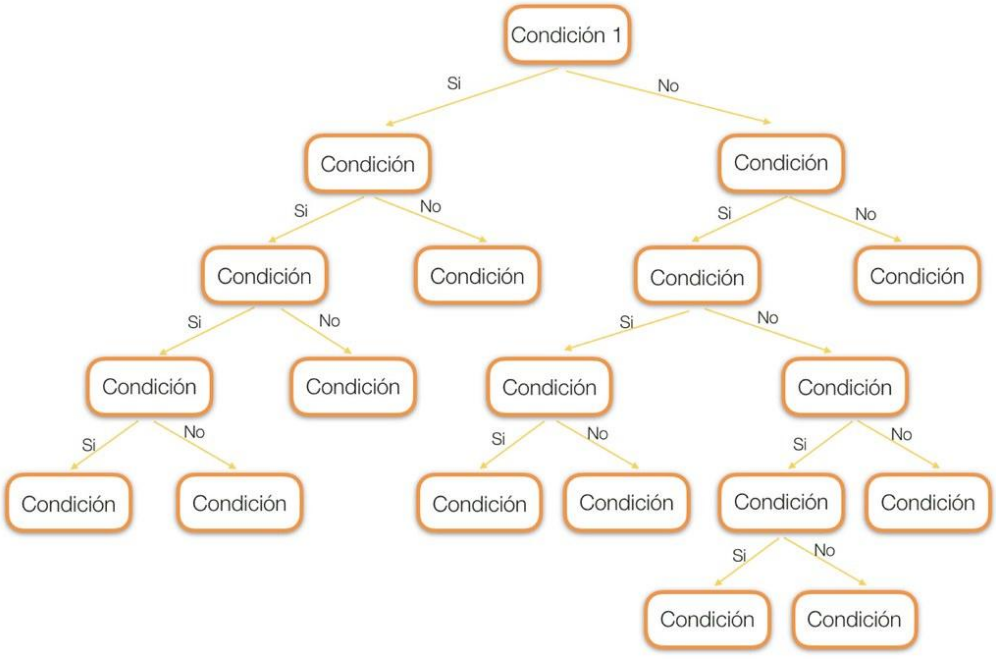


Figura 1: Árbol de decisión
AprendeIA (2020). Explicación gráfica del Árbol de decisión. Tomado de: https://aprendeia.com/arboles-de-decision-clasificacion-teoria-machine-learning/

4.2.5.2. Clustering

El portal de la revista UNIR (2021) nos presenta el clustering como una manera de agrupar ítems en grupos con características similares y se utiliza para determinar patrones climáticos, agrupar artículos por temas o para segmentar clientes. Además, nos indican que probablemente el uso más extendido del clustering sea en tareas de segmentación de mercado, donde se trata de agrupar una base de datos de clientes en distintos segmentos o grupos. Cada uno de ellos está caracterizado por unas ciertas propiedades que ayudan a describir cómo son, cómo se comportan y cuáles son sus intereses, para poder ofrecerles productos y servicios personalizados y adecuados a sus gustos e intereses.

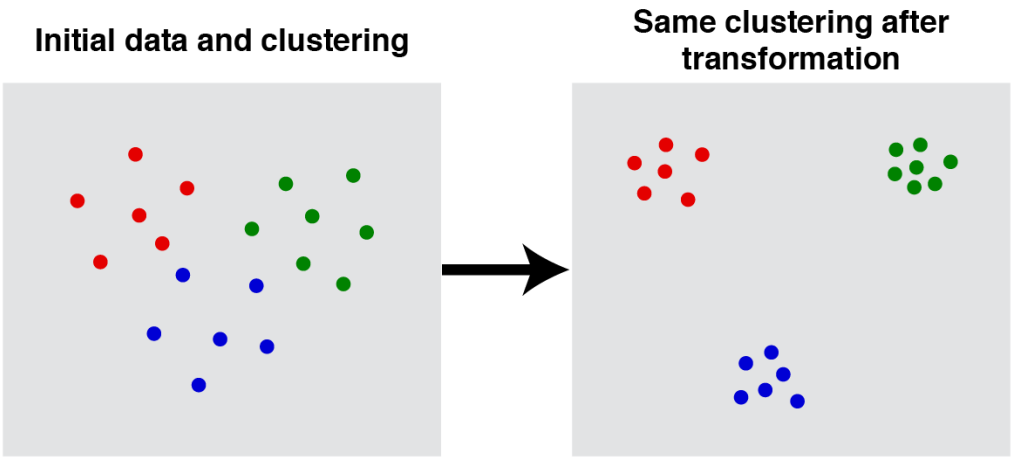


Figura 2: Clustering
Sancho (2020). Explicación gráfica del clustering. Tomado de http://www.cs.us.es/~fsancho/?e=230

5. Beneficiarios

En base a las entrevistas y encuestas realizadas, se pudo determinar que los beneficiarios son tanto los jóvenes diseñadores como los empleadores en Lima.

5.1. Directos

1. El joven diseñador entre 20-25 años residente en Lima recién egresado o por egresar de su carrera que cuenta con un empleo que no es de su rubro, ya que

no consigue trabajo como diseñador, debido a la gran exigencia de la experiencia laboral o la poca confianza en los recién egresados.

2. El joven diseñador entre 20-25 años residente en Lima recién egresado o por egresar de su carrera que cuenta con empleo en su rubro, pero no se siente cómodo con el ambiente laboral de este, puesto a que no lo valoran a comparación de empleados en otras áreas.
3. Los emprendedores residentes en Lima, (que cuentan con un negocio pequeño) no ven la necesidad de "gastar" tiempo y dinero en contratar a alguien por un servicio que no creen fundamental para el desarrollo de su emprendimiento, pues piensan que lo puede hacer cualquier persona sin cobrar mucho, o incluso ellos mismos, ignorando el hecho de que el aporte de un diseñador, tanto gráfico, de modas, entre otros, ayudará a diferenciarse de la competencia y a generar mayores ingresos para su negocio.

5.2. Indirectos

1. Los empresarios, dueños o personal de Recursos Humanos de grandes empresas ven el proceso de selección muy tedioso al tener que revisar la hoja de vida (CV) y portafolio, así que se guían por el tiempo de experiencia u optan por algún conocido recomendado, ignorando completa o parcialmente el portafolio y con ello la evidencia de la capacidad del diseñador, lo cual podría tener mucho más impacto y ser más importante al momento de ejecutar las tareas o proyectos en el puesto de trabajo.
2. Los diseñadores ya formados, con alta experiencia, pero sin empleo, buscando alguna opción o vacante laboral que se pueda presentar.

6. Propuesta de valor

6.1. Propuesta de valor

La inserción laboral en jóvenes continúa siendo un tema de interés, ya que el empleo es un elemento vital tanto para el desarrollo personal de cada uno como para la economía de un país. Según el diario La República (2022), al cierre del 2020, la tasa de desempleo juvenil en el Perú se ubicó en 13,1%, aumentando 5 puntos porcentuales respecto al año previo. En el caso de los jóvenes que optaron por estudiar alguna carrera de diseño, esta brecha se hizo mayor, ya que aún existen distintos prejuicios sobre las carreras relacionadas con el arte y la cultura. Es por ello que este proyecto busca la inserción laboral de jóvenes diseñadores, para que así puedan contar con la experiencia que se requiere en su desarrollo profesional. Además, se desea demostrar el impacto que puede tener un creativo para el crecimiento económico de una empresa. **INVENTIVA** propone ser una alternativa amigable y confiable, para que tanto los emprendedores como los diseñadores puedan encontrar una solución a sus problemáticas. Indagando entre las necesidades de los emprendedores, se rescató el hecho de que el proceso de selección suele ser tedioso e incluso algunas veces el tipo de diseñador que se solicita para realizar un proyecto no es el indicado, es por ello que desde **INVENTIVA** buscamos ayudar al emprendedor y diseñador de manera automatizada a través de un sistema de preguntas previamente establecidas basadas en el árbol de decisión y con esto, ser el puente que conecte a los diseñadores con sus futuros clientes. **INVENTIVA** se encargará no solo de orientar al emprendedor, sino también de buscar la contratación a los diseñadores, ofreciéndoles mayores oportunidades de trabajo, un ambiente seguro, valorización y crecimiento profesional.

6.2. Segmento de clientes

Se cuenta con dos tipos de clientes. Los directos que son los jóvenes diseñadores empleados y desempleados de entre 20 y 25 años y los emprendedores. Los indirectos que son los empleadores: emprendimientos y MYPES.

6.3. Canales

Al ser una consultora que busca el bien común entre jóvenes diseñadores y emprendedores los canales principales de difusión serán redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter, etc. para la recepción de los jóvenes.

6.4. Relación con los clientes

Se busca ser una consultora que genere confianza tanto para el diseñador como para el emprendedor, ser un espacio en el que el diseñador pueda demostrar su capacidad profesional y en la que puedan oportunidades laborales en un ambiente agradable y en donde sea valorado; así como el emprendedor, que pueda ser orientado hacia el camino que debe seguir para conseguir su propósito o proyecto.

6.5. Actividades clave

Dentro de las actividades clave se destacan:

1. El diseño y desarrollo de una plataforma intuitiva y amigable.
2. La implementación de un sistema de preguntas que, en base a las respuestas, proporcione al diseñador ideal.
3. La publicidad y difusión de la plataforma.

6.6. Recursos clave

Se trabajará con un staff integrado por un diseñador gráfico, diseñador web, programador web y un publicista. Además, se realizará la adquisición de un dominio web **www.inventivaconsultora.com**, en donde los emprendedores interesados en la orientación y adquisición de su diseñador ideal podrán realizar la encuesta requerida.

6.7. Aliados clave

Como aliados claves se tendrá al staff de **INVENTIVA CONSULTORA** que incluye a los ya mencionados en el punto anterior, así como a los diseñadores que irán formando parte del portafolio de la consultora y emprendedores que estén en busca de orientación para encontrar y contratar al diseñador ideal.

6.8. Fuentes de ingreso

Las fuentes de ingreso estarán regidas bajo el modelo de sostenibilidad Freemium

1) Suscripción:

Se ofrecerá a los empleadores un servicio en el cual se brindarán paquetes que incluyan consultorías, estas mediante un cuestionario personalizado para conocer que requerimientos necesitan en un diseñador para su proyecto, sugerencia de 2 hasta 6 diseñadores ideales. Además de acceso a sus portafolios y contacto directo desde la plataforma con ellos.

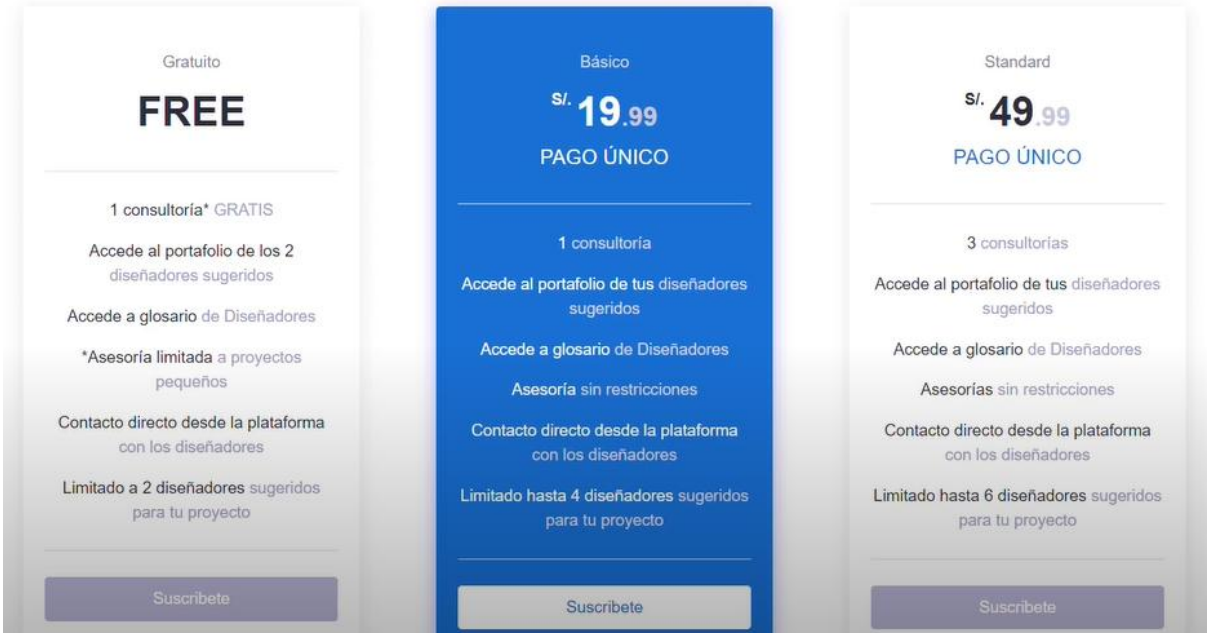


Figura 3: Planes de suscripción de INVENTIVA CONSULTORA

6.9. Presupuesto

Tabla 1: *Presupuesto INENTIVA*

PRESUPUESTO INVENTIVA										
	Costo	Cantidad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6		Total por 6 meses de:
PERSONAL										
Programador Web	S/.2.500	1	S/.2.500	S/.0	S/.0	S/.0	S/.0	S/.0		S/.2.500
Diseñador UI - UX	S/.4.000	1	S/.4.000	S/.0	S/.0	S/.0	S/.0	S/.0		S/.4.000
Ingeniero Machine Learning	S/.4.000	1	S/. 4.000	S/.0	S/.0	S/.0	S/.0	S/.0		S/.0
Diseñador Gráfico	S/.2.000	1	S/.2.000	S/.2.000	S/.2.000	S/.2.000	S/.2.000	S/.2.000		S/.12.000
Community Manager	S/.1.600	1	S/.1.600	S/.1.600	S/.1.600	S/.1.600	S/.1.600	S/.1.600		S/.9.600
										0
SOFTWARE										0
Dominio y Hosting	S/.2.242	1	S/.2.242	S/.0	S/.0	S/.0	S/.0	S/.0		S/.2.242
										0
MARCA										S/.0
Google ads	S/.5.000	1	S/.5.000	S/.5.000	S/.500	S/.500	S/.500	S/.500		S/.12.000
FB ADS / INS ADS	S/.5.000	1	S/.5.000	S/.5.000	S/.0	S/.0	S/.0	S/.0		S/.10.000
		TOTAL	S/.22.342,00	S/.13.600,00	S/.4.100,00	S/.4.100,00	S/.4.100,00	S/.4.100,00		

Presupuesto diseñado para el lanzamiento de la plataforma web de INVENTIVA

7. Resultados

Gracias a la investigación se pudieron identificar las molestias tanto de los empleadores como las de los diseñadores; por ello, se planteó como solución la creación de una plataforma web que asesore al empleador a encontrar al diseñador ideal para su proyecto mediante una serie de preguntas. Asimismo, los diseñadores que se suscriban a la plataforma serán categorizados y su información quedará almacenada en la base de datos. Esto también se logrará mediante preguntas específicas para conocer sus habilidades, destrezas y experiencia previa.

Para la validación de este proyecto, se realizó una encuesta tanto a diseñadores como a empleadores en la cual se les mostraba la interfaz de la plataforma y cómo esta funcionaba. Además, se le desarrollaron preguntas previas y posteriores a la visualización del video para conocer un poco más sobre su perspectiva, pero sobre todo, la opinión que tienen de la plataforma.

En el caso de los diseñadores, se concluyó que la plataforma era intuitiva y fácil de usar. Además, ellos opinan que la plataforma ayuda a que los empleadores tengan un poco más de contexto sobre la diferencia en las carreras de Diseño y qué abarca cada una de ellas.

Por otro lado, los empleadores, en este caso emprendedores o aquellos que recién plantean comenzar un negocio, opinan que sí usarían la plataforma, pero optarían por empezar con la versión gratuita. Además, dicen que sí recomendarían la plataforma a otros emprendedores, pues tiene un precio competitivo e incluso es mucho más ventajoso usar INVENTIVA que un portal de trabajo, pues INVENTIVA te acerca de manera más precisa al diseñador.

8. Conclusiones

Con los resultados expuestos anteriormente, se concluye, en primer lugar, que la plataforma tiene una interfaz intuitiva y fácil de usar, por lo que el usuario no necesitará un acompañamiento adicional para hacer uso de ella. Además, se infiere que la validación de la plataforma no solo logra conectar a los empleadores con sus futuros diseñadores, sino que también alcanza el objetivo de concientizar al empleador sobre las distintas especializaciones que conlleva un diseñador profesional que, en algunas ocasiones más de uno logra tener diferentes conocimientos con el fin de ser un profesional más completo para sus futuros proyectos laborales.

Finalmente, se deduce que, si bien la plataforma no eliminará el tema del desempleo, brindará mejores oportunidades al diseñador de conseguir uno y que, por consiguiente, consiga más experiencia profesional. Además, que se reduzcan los prejuicios hacia este tipo de carreras y a sus profesionales.

9. Bibliografía

Alcalá, C. (2022). Unos 50.000 empleos juveniles faltan recuperarse. La República. Recuperado de: https://larepublica.pe/economia/2022/01/04/desempleo-faltan-recuperarse-unos-50000-empleos-juveniles-pandemia/

Acuña, E. (2021). Emprendimiento y resiliencia: caso de las bodegas de barrio en el Perú durante la pandemia de covid-19. Recuperado de: http://www.scielo.org.pe/pdf/des/v13n1/2415-0959-des-13-01-e0007.pdf

Arenas, G. (2021). Cómo construir una red de contactos sólida en la era del teletrabajo. El País. Recuperado de: https://elpais.com/economia/estar-donde-estes/2021-06-02/como-construir-una-red-de-contactos-solida-en-la-era-del-teletrabajo.html

Arméstar, G. (2021). Emprendimientos a dos años de pandemia. El Peruano. Recuperado de: https://elperuano.pe/noticia/135520-emprendimientos-a-dos-anos-de-pandemia

Caparrini, F. S. (2020). Algoritmos de Clustering. Fernando Sancho Caparrini. Recuperado de: http://www.cs.us.es/~fsancho/?e=230

García, E. D., & Garzón, A. L. (2017). Desarrollo de un sistema recomendador web para la toma de decisiones durante el proceso de adquisición de equipos de cómputo utilizando árboles de decisión. [Universidad de Cundinamarca]. Recuperado de: https://bit.ly/3Qim4Uz

González-Morales, O., & Santana-Vega, L. E. (Eds.). (2020). Diseño de un Plan de Acción para la Empleabilidad de los Universitarios (Vol. 28, Número 88). Archivos Analíticos de Políticas Educativas.

González, L. (2020). ÁRBOLES DE DECISIÓN CLASIFICACIÓN - TEORÍA | #49 Curso Machine Learning con Python. AprendeIA con Ligdi González. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=ZeRblDJ-Jug

Fanjul, S. C. (2018). En realidad, ¿qué [...] es exactamente un algoritmo? El País. Recuperado de: https://elpais.com/retina/2018/03/22/tendencias/1521745909_941081.html

Huertas Quitistar, R. A. (2018). Estrategias de social media para la construcción de branding personal de los estudiantes de la carrera de diseño y publicidad de séptimo y octavo semestre de la Universidad Técnica del Norte. Ibarra, Ecuador.

Man Power Group. (2020). Escasez de oportunidades laborales para los jóvenes. Recuperado de: https://bit.ly/3Il6kNn

Matilla-Santander, N. (2021). COVID-19 and Precarious Employment: Consequences of the Evolving Crisis. International Journal of Health Services, 5(2). Recuperado de: https://doi.org/10.1177/0020731420986694

Maria, C., Johan, E., Anders, F., Lisa, L., Magnus, R., & Vikström, J. (2019). Does Job Search Assistance Reduce Unemployment? Experimental Evidence on Displacement Effects and Mechanisms. Research Institute of Industrial Economics

Mora Castellanos, C., Cano Olivos, P., Martínez Flores, J. L., & Sánchez-Partida, D. (2019). De lo tradicional a un nuevo enfoque de microempresas: Modelo conceptual de alianzas estratégicas. Acta Universitaria, 29, 1–13. https://doi.org/10.15174/au.2019.2285

Palomo, P. y Sellán, E. (2020). Aplicación móvil para diseñadores con la finalidad de crear fuentes de trabajo y cubrir las necesidades del cliente en el cantón Latacunga. Recuperado de: http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/7229

Ramírez, D. H. (2018). EL MACHINE LEARNING A TRAVÉS DE LOS TIEMPOS, Y LOS APORTES A LA HUMANIDAD [UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL PEREIRA]. Recuperado de: https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/17289/EL%20MACHINE%20LEARNING.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ramos, S. (Ed.). (2022). ¿Qué es consultoría? Revista consultoría. Recuperado de: https://revistaconsultoria.com.mx/que-es-consultoria/

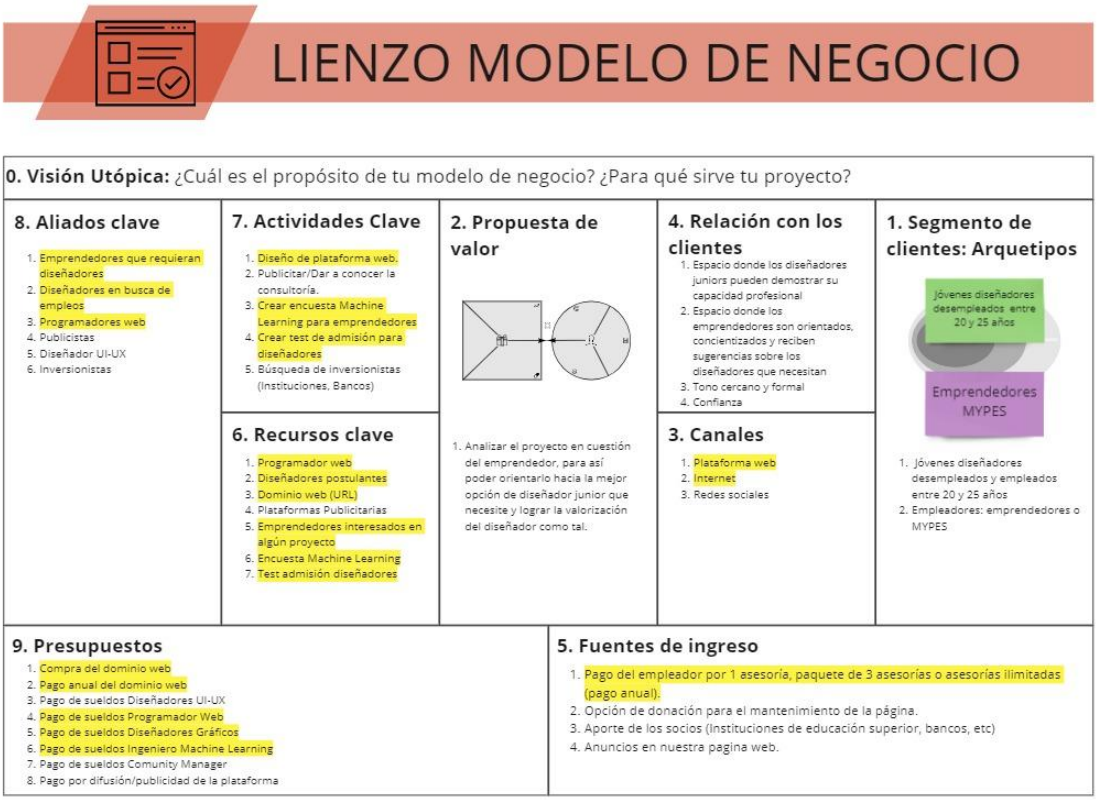
Rondal, I. (2017). Diseño de una aplicación móvil para teletrabajo de diseñadores y clientes. Recuperado de: https://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/6437

UNIR. (2021). Clustering: qué es y cuál es su uso en Big Data. La universidad en internet. Recuperado de: https://www.unir.net/ingenieria/revista/clustering/

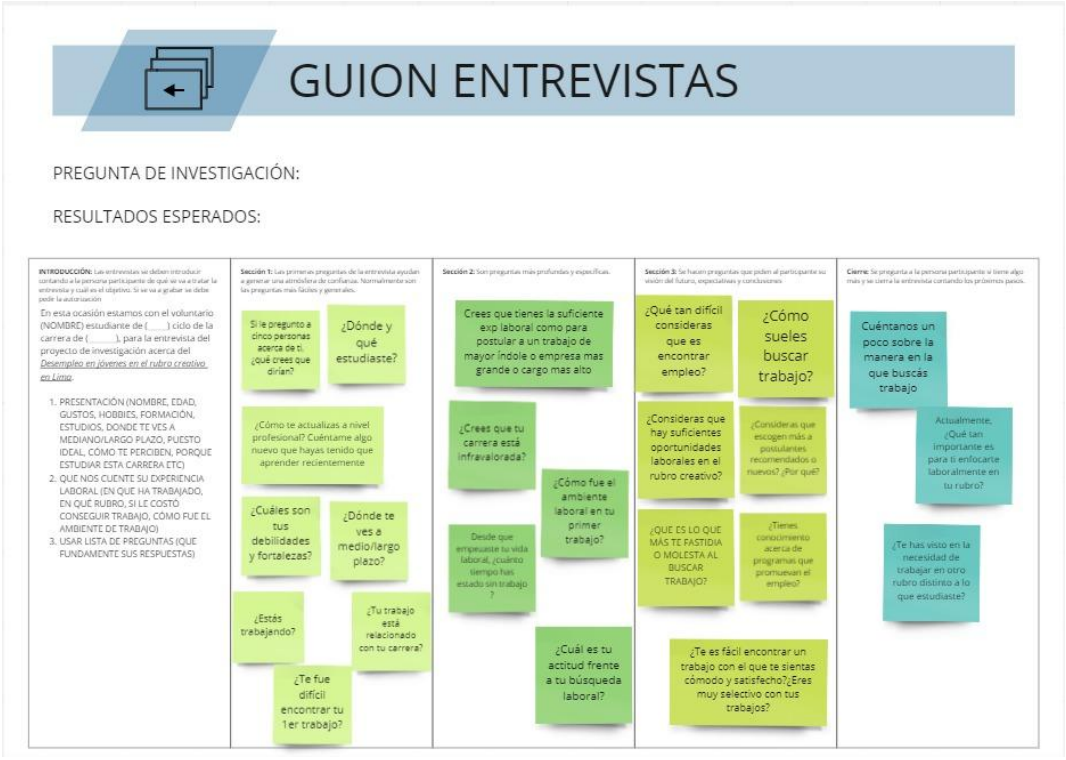
Urbina, A., & De la Calleja, J. (2018). SELECTION OF ACADEMIC TUTORS IN HIGHER EDUCATION USING DECISION TREES. Recuperado de: https://revistas.uned.es/index.php/reop/article/view/23297/18699

10. Anexos

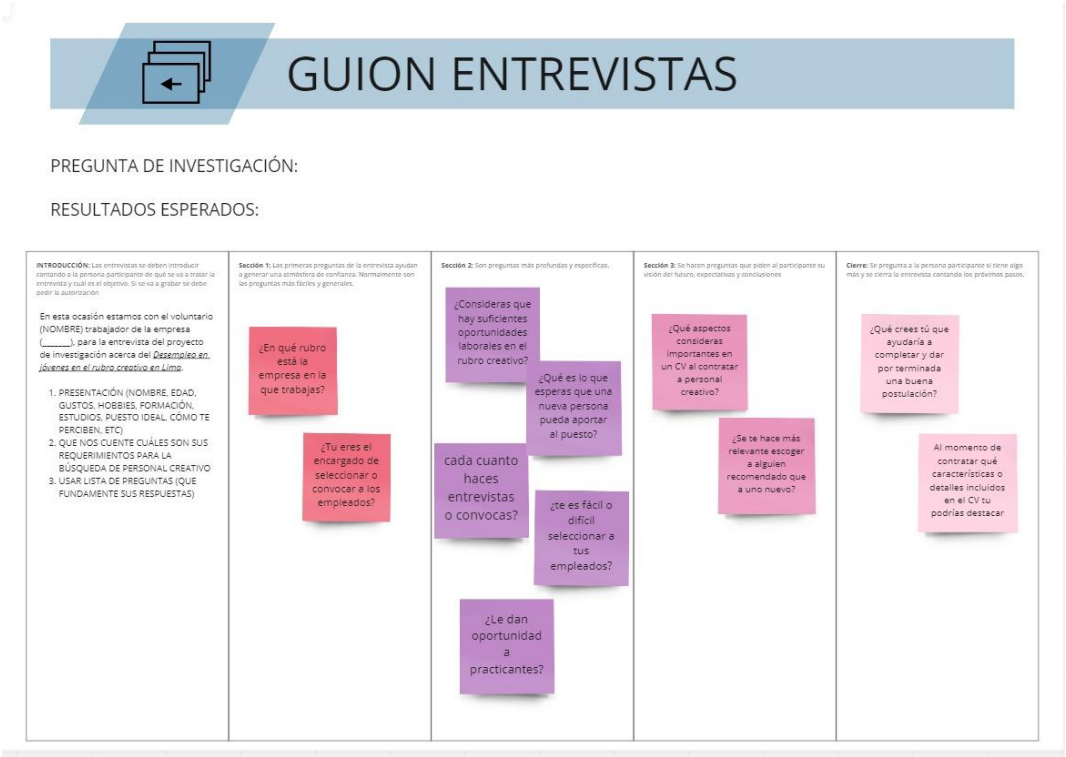
Anexo A: Lienzo de Modelo de Negocio



Anexo B: Guión de Entrevistas Diseñadores



Anexo C: Guión Entrevistas Emprendedores



Anexo D: Preguntas de Validación

Preguntas validación (TOMAR FOTOS)

Validación del problema Emprendedores:

1) ¿Con qué frecuencia has necesitado un servicio de un diseñador?
2) ¿Usualmente cómo busca personal para su emprendimiento?
3) ¿Alguna vez has trabajado con algún tipo de diseñador? (web, de modas, gráfico...)

Validación de la solución Emprendedores:

1) ¿Te resultó fácil entender la dinámica de la plataforma?
2) ¿Usarías esta plataforma para buscar orientaciones o sugerencias?
3) ¿Qué opinas del procedimiento de la plataforma para conseguir tu diseñador ideal?
4) ¿Estarías dispuesto a pagar alguno de los paquetes por este servicio?
5) ¿Cuál es la cantidad máxima que pagarías por este servicio?
6) ¿Agregarías un servicio o cambiarías algo de la plataforma?
7) ¿Conoces alguna plataforma que brinde este servicio con esta dinámica?
8) ¿Se lo recomendarías a algún amigo o familiar con emprendimiento?

Validación del problema Diseñadores:

1) ¿Te resulta / resultó difícil encontrar trabajo en tu carrera?
2) ¿Has trabajado en tu rubro y no te has sentido valorado a comparación de otras áreas?

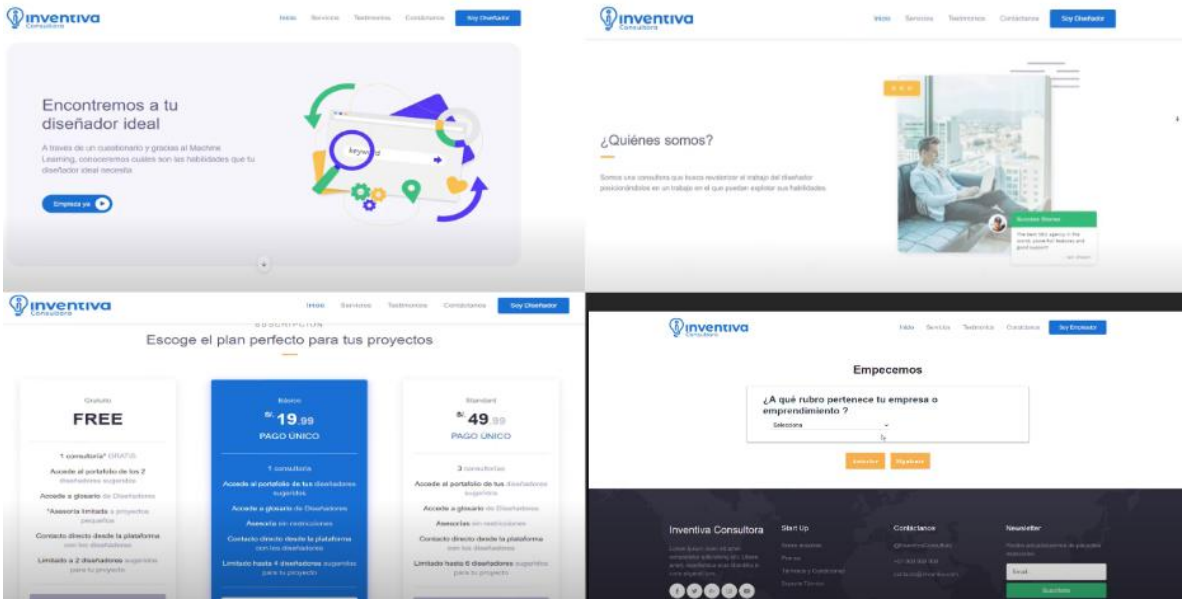
Validación de la solución Diseñadores:

1) ¿Usarías esta plataforma cuando estés buscando trabajo?
2) ¿Confiarías en la metodología del Machine Learning para conectarte con un proyecto adecuado para ti?
3) ¿Recomendarías esta plataforma a alguien?
4) ¿Te resultó fácil entender la dinámica de la plataforma?
5) ¿Agregarías o cambiarías algo?
6) ¿Sientes que esta plataforma educa correctamente a los emprendedores a valorar más a los diseñadores?

Al sugerir diseñadores:

- Qué tan ideal es en %
- Nombre
- Profesión
- Portafolio
- Contacto

Anexo E: Plataforma Web



Anexo F: Entrevistas de validación

