

ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA “TOULOUSE LAUTREC”



**PLATAFORMA DIGITAL QUE AYUDE A LA INSERCIÓN LABORAL DE
JÓVENES EGRESADOS DE CARRERAS CREATIVAS EN LA ESCUELA
SUPERIOR TOULOUSE LAUTREC**

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

AUTOR:

JEANLUCK DYLAN ARBIETO HERRERA

<https://orcid.org/0009-0004-6082-8077>

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

AUTOR:

MISHELL AIBA CADILLO MEDINA

<https://orcid.org/0009-0002-4250-404X>

Asesor

LENY AMELIA PERCCA TREJO

0000-0002-8363-8354

Lima-Perú

2023

● 13% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 10% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 7% Base de datos de trabajos entregados
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	repositorio.tls.edu.pe Internet	2%
2	hdl.handle.net Internet	2%
3	Universidad Cesar Vallejo on 2017-04-11 Submitted works	1%
4	repositorio.ucv.edu.pe Internet	<1%
5	tesis.ucsm.edu.pe Internet	<1%
6	Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO on 2022-12-01 Submitted works	<1%
7	TecnoCampus on 2019-06-25 Submitted works	<1%
8	Chilmaza Morales, Dana Fiorella. "La insercion Laboral de Jovenes Inst... Publication	<1%

9	prezi.com Internet	<1%
10	vdocuments.com.br Internet	<1%
11	researchgate.net Internet	<1%
12	cybertesis.unmsm.edu.pe Internet	<1%
13	Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec on 2023-11-22 Submitted works	<1%
14	repositorio.ucp.edu.co Internet	<1%
15	Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec on 2023-08-04 Submitted works	<1%
16	chile.ucdavis.edu Internet	<1%
17	cuencanosblog.blogspot.com Internet	<1%
18	issuu.com Internet	<1%
19	Instituto Superior de Artes, Ciencias y Comunicación IACC on 2022-1... Submitted works	<1%
20	Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2022-07-14 Submitted works	<1%

- 21 **Serrano, Laura. "Análisis de la sostenibilidad de la economía colaborati...** <1%
Publication

- 22 **webdesign.tutsplus.com** <1%
Internet

- 23 **tusemanario.com** <1%
Internet

- 24 **um.es** <1%
Internet

- 25 **Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec on 2023-11-22** <1%
Submitted works

Resumen

Existe una creciente demanda por jóvenes creativos en el Perú, sin embargo está el problema de la inserción en la industria creativa, por motivos de falta de experiencia laboral y habilidades de desenvolvimiento, es por ello que el objetivo es el de resolver la problemática de inserción laboral mediante la plataforma digital “TrabajanTeam” que tiene función crear y contratar equipos conformado por jóvenes egresados para resolver problemas de las empresas y a la vez, fomentando el trabajo en equipo.

La metodología utilizada para la investigación es el Toulouse Thinking, consistiendo en cuatro fases: Investigar, idear, desarrollar y transferir. Parte del proceso también se utilizó fuentes de información, entrevistas a profundidad y talleres generativos con los usuarios para conocer el problema y crear una propuesta de solución.

Los beneficiarios principales son: jóvenes de 20 a 30 años, egresados de carreras creativas en Toulouse Lautrec, son personas muy curiosas, recién salieron al mercado y se encuentran preocupados por tener un empleo, sin embargo debido a su falta de experiencia laboral no lo consiguen dándoles miedo a postular. El siguiente son los emprendedores, de los cuales necesitan aumentar su clientela, por ello piensan en contratar personas del ámbito creativo. Los otros beneficiarios, a futuro, serían otros jóvenes egresados de carreras creativas en otras instituciones superiores.

Como resultados de la investigación, parte de nuestra investigación se cumple el reto gracias a la disposición de trabajar en equipo para ambos usuarios, aceptando tanto los terminos y planes dentro del servicio a ofrecer, aunque se especifican mejorar a futuro como el de especificarlos niveles de inversión y magnitud del proyecto de las empresas.

Palabras clave: Plataforma digital, joven egresado, inserción laboral, industria creativa.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen	5
1. Contextualización del problema.....	8
2. Justificación.....	9
3. Reto de Innovación.....	11
4. Sustento teórico.....	13
4.1 Estudios previos.....	13
4.2 Marco teórico.....	16
4.2.1 Creación de una plataforma digital.....	16
4.2.2 Conceptualización de una plataforma digital.....	17
4.2.3 Característica de la plataforma digital.....	17
4.2.3.1 Perfiles de usuario.....	18
4.2.3.2 Publicación de contenido.....	18
4.2.3.3 Filtro de búsqueda.....	18
4.2.3.4 Experiencia de usuario.....	18
4.2.3.5 Portafolio de trabajo.....	19
4.2.4 Conceptualización de un equipo de trabajo.....	19
4.2.5 Características de un equipo de trabajo.....	19
4.2.5.1 Liderazgo.....	19
4.2.5.2 Flexibilidad.....	20
4.2.5.3 Creatividad.....	20
4.2.5.4 Adoptar las 5C del trabajo en equipo.....	21
4.2.6 Redes sociales o comunicación digital.....	21
4.2.6.1 Redes sociales.....	22
4.2.7 Importancia de la creación y contratación de equipos creativos en una plataforma digital.....	22
5. Beneficiarios.....	23
6. Propuesta de valor.....	25
6.1 Propuesta de valor.....	26
6.2 Segmento de clientes.....	26
6.3 Canales.....	26
6.4 Relación con los clientes.....	26

6.5 Actividades clave.....	26
6.6 Recursos clave.....	26
6.7 Aliados clave.....	27
6.8 Fuentes de ingreso.....	27
6.9 Presupuesto.....	27
7. Resultados.....	28
8. Conclusiones.....	30
9. Bibliografía.....	31
10. Anexos.....	36

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Inversión inicial</i>	27
Tabla 2. <i>Gastos mensuales</i>	27
Tabla 3. <i>Presupuestos</i>	28

1. Contextualización del Problema

Desde el impacto de la pandemia en el Perú, se ha hablado mucho de la creciente demanda por jóvenes creativos, pero al hablar de la empleabilidad juvenil, esta se vio muy afectada por el virus; hubo una gran reducción del sector en más de 45% en personas de 14 a 24 años, mayor que la caída de fuerza laboral (38%) (Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO), 2020). En el reporte de ManpowerGroup (2022) se da a conocer las dificultades que impiden a estos jóvenes trabajar (más del 80% lo presentan) y que más del 39% siguen buscando trabajo hasta por 6 meses.

En la actualidad, muchos estudiantes de la Escuela Superior Toulouse Lautrec egresan de sus carreras creativas para el camino de inserción laboral. Cabe mencionar que más del 27% eligen una carrera de este sector después de terminada su secundaria. (Redacción RPP, 2020). En una entrevista realizada por el diario Gestión a Carlos Campos, jefe de Liderazgo e Innovación del Instituto Toulouse Lautrec, manifiesta que estas carreras van en crecimiento por su versatilidad en distintos sectores económicos y por las oportunidades que ofrecen, poniendo a la creatividad como la habilidad más demandada por las empresas (Diario Gestión, 2022).

Sin embargo, estos jóvenes al egresar se encuentran con problemas al buscar trabajo, debido a factores como el bajo desenvolvimiento de habilidades blandas, la desvalorización de las carreras creativas y principalmente la falta de experiencia laboral.

A partir de todo lo redactado anteriormente y partiendo de las carreras de Dirección y Diseño Gráfico, Publicidad y Marketing Digital se pretende dar solución al problema de con la creación de la plataforma digital TrabajanTeam, donde se ofrecerá el servicio de creación y contratación de equipos creativos conformados por jóvenes egresados con carreras creativas, dando solución a problemas concretos de empresas/ emprendedores. Dentro de la plataforma, el joven creativo deberá proporcionar sus datos personales para postular a las ofertas de

empleo disponibles, luego se le agendará una entrevista por correo, si es seleccionado se le llamará para explicar los términos y condiciones. Para la empresa, ingresará a la plataforma para contactar con TrabajanTeam y asesorarle sobre la solicitud de su proyecto, explicar la metodología y términos del servicio.

Finalmente se concluye que el problema de la inserción laboral de jóvenes con carreras creativas, son su poca experiencia y la falta de habilidades para desenvolverse en el entorno laboral, del cual se va a tener como beneficiarios principales a los jóvenes creativos y emprendedores que requieren un servicio confiable de trabajar junto a egresados de carreras creativas.

2. Justificación

La investigación se enfoca en resolver la problemática de inserción laboral que afecta a los jóvenes recién egresados con carreras creativas, por causa de la falta de experiencia y habilidades para desenvolverse en el ámbito laboral. Por ello se propone desarrollar una experiencia colectiva, con un foco constructivo llamado TrabajanTeam.

2.1. Justificación social

Ejercer una carrera creativa requiere ser capaz de dar soluciones a problemas complejos, desarrollando ideas, innovando y trabajando en equipo (Hotmart Blog, 2023). En una entrevista realizada por Certus a Guillermo Sanchez, director general del Instituto Certus menciona que las carreras como diseño y publicidad, aportan originalidad y un camino estratégico para destacar servicios, productos y empresas en un mercado cada vez más competitivo. (Certus, 2023). Sin embargo, para los recién egresados la tienen difícil por su falta de experiencia y en habilidades blandas, por el cual si no lo consiguen toman otras

medidas, como trabajar independientemente (pese a tener dificultades) o buscar uno fuera de su rubro.

Por esta razón se ha decidido enfocar la investigación a jóvenes egresados de carreras creativas que quieren ser parte de la inserción laboral. Esto debido a que se ha encontrado una comunidad muy afectada por la ansiedad y frustración de encontrar oportunidades en su rubro, siendo en el caso de una carrera que se lleva más a la práctica que a lo teórico. Además de investigar a emprendedores que desean destacar en el mercado, mediante los beneficios que ofrece el ámbito creativo.

Los jóvenes creativos (usuario a) se verán beneficiados al poder ser parte del mercado laboral, mediante el trabajo en equipo y sumar experiencia al trabajar en proyectos proveídos por las empresas (usuario b), quienes esperan resultados que beneficien a su causa.

2.2. Justificación práctica

Esta investigación se realizará con el objetivo de brindar una solución para la inserción laboral en jóvenes creativos de Toulouse Lautrec, debido a la demanda de empleadores en el sector creativo. Según la plataforma Empleo (2019), es debido a la falta de conocimiento en el mercado, manejo de habilidades blandas o de no llevar otros estudios complementarios. Muchos de ellos suelen trabajar de manera independiente manejando sus propios tiempos y dinero. A veces son las empresas que piden altos requisitos, sea para tener al mejor candidato o que no quieran arriesgar tiempo y dinero en alguien solo por unos meses. (Manuel Arias, 2022).

Por lo tanto, la propuesta de negocio busca ayudar en este problema al estudiante-egresado al aumentar su experiencia con proyectos de empresas, resolviendo problemas y desenvolverse en trabajos de equipo.

2.3. Justificación metodológica

Con el objetivo de proponer una solución innovadora para nuestro problema, que es la inserción de jóvenes con carrera creativa en la Escuela Toulouse Lautrec, utilizamos la metodología Design Thinking, que consta de: Investigar: Idear, Desarrollar y Transferir, donde cada etapa nos ayudó a construir la idea de solución. Empezamos delimitando nuestro tema y problema, con el de DPESTA, para luego identificar nuestros actores y sus variables. Después se realizó un plan de investigación para conocer a profundidad el problema junto a los actores, realizando encuestas para saber la situación actual de las personas con carreras creativas; entrevistas a profundidad preguntando sobre opiniones, experiencias y necesidades de la industria creativa y los problemas que lo rodean; talleres generativos con objetivo de observar dificultades y reacciones mediante dinámicas como simular una entrevista de trabajo. Del cual esto nos permitió evidenciar insight y hallazgos para visualizar alternativas de solución y posibles resultados, donde de manera progresiva se ira implementado mejoras a la propuesta de solución para afinarla.

Del mismo modo, se recopiló toda esta información en un Mapa Mental para tener una visión completa de la información y realizar conexiones que nos llevaron a definir nuestro reto de diseño.

Finalmente se especificó la propuesta de solución mediante lluvias de ideas, moodboards para una visión estética y después se empezó a realizar el modelo negocio que nos ayudó a tener un análisis general del negocio, simplificando las ideas y propuestas a desarrollar.

3. Reto de innovación

Inserción laboral de jóvenes egresados de carreras creativas en la Escuela Superior Toulouse Lautrec.

Pregunta General:

¿De qué manera se podría ayudar a la inserción laboral de jóvenes egresados de carreras creativas en la Escuela Superior Toulouse Lautrec?

Preguntas específicas:

P1: ¿Qué recursos se necesitan para una plataforma digital de creación y contratación de equipos creativos que ayuden a la inserción laboral de jóvenes egresados de carreras creativas en la Escuela Superior Toulouse Lautrec?

P2: ¿Qué herramientas de gestión se necesitan para la creación y contratación de equipos creativos que ayuden a la inserción laboral de jóvenes egresados de carreras creativas en la Escuela Superior Toulouse Lautrec?

P3: ¿Qué tan efectivo sería la creación y contratación de equipos creativos que ayuden a la inserción laboral de jóvenes egresados de carreras creativas en la Escuela Superior Toulouse Lautrec?

Objetivo General:

Crear una plataforma digital “TrabajamTeam” que ayude a la inserción laboral de jóvenes egresados de carreras creativas en la Escuela Superior Toulouse Lautrec.

Objetivo Específicos:

O1: Identificar qué recursos se necesitan para una plataforma digital de creación y contratación de equipos creativos que ayude a la inserción laboral de jóvenes egresados de carreras creativas en la Escuela Superior Toulouse Lautrec.

O2: Determinar qué herramientas de gestión se necesitan para la creación y contratación de equipos creativos que ayuden a la inserción laboral de jóvenes egresados de carreras creativas en la Escuela Superior Toulouse Lautrec

O3: Analizar qué tan efectivo sería la creación y contratación de equipos creativos que ayuden a la inserción laboral de jóvenes egresados de carreras creativas en la Escuela Superior Toulouse Lautrec.

4. Sustento Teórico

4.1. Estudios previos

Paulino J., Córdova C. (2022) desarrollaron la tesis *Creación de una plataforma virtual de cursos disruptivos* para obtener el grado académico de Maestro en Administración de Empresas, en la Universidad Autónoma del Perú.

Tuvo como objetivo potenciar los conocimientos mediante un servicio de cursos virtuales orientado a profesionales, estudiantes, docentes y emprendedores que tuvieron que adaptarse a la virtualidad por causa de la pandemia del Covid-19.

En conclusión, se planteó diversas campañas de marketing para dar a conocer los beneficios de la plataforma, el cual más del 50% de encuestados está dispuesto a pagar y usar el servicio de la plataforma.

Se considera esta tesis dentro de la investigación por la importancia del estudio del sector, la adaptación del contexto actual donde se busca brindar una solución mediante la educación en un entorno digital.

Rojas C., Fabiola A.,(2019) desarrollaron la tesis *Aplicación de la plataforma virtual “Encuentro” para mejorar la percepción de factores socio personales para la inserción laboral en estudiantes de 5to*, para optar el grado académico de Maestro en Educación Superior en la Escuela de Posgrado de la Universidad Católica de Santa María (UCSM), Arequipa.

Tuvo como objetivo analizar qué tan efectivo es el uso de la plataforma virtual sobre los factores socio personales percibidos como adquiridos y relevantes para la inserción laboral.

En conclusión se logró su validación de la plataforma como medio digital favorable y una mejora de la percepción de los factores por el propicio en el análisis autorreflexivo de cada factor presentado en la investigación, considerando relevante o irrelevante en relación al mercado laboral.

Consideramos esta investigación porque nos muestra la importancia de habilidades para desenvolverse y de saber reconocerlas a tiempo para el futuro laboral.

García A., Jorge (2021) en su trabajo de investigación *Desempleo Laboral y la propuesta de la comunicación online para posicionar a una plataforma de empleo digital dirigida a comunicadores egresados de las universidades de Lima durante la pandemia del Covid-19*, para optar el Título Profesional de Licenciado en Diseño Digital Publicitario en la Escuela de Postgrado de la Universidad Tecnológica del Perú (UTP).

Tuvo como objetivo principal determinar cómo enfrentan los comunicadores egresados de 22 a 30 años de las universidades de Lima el desempleo laboral y las plataformas digitales durante la pandemia del Covid-19; con el fin de potenciar sus capacidades profesionales y económicas.

Como conclusión, se sostuvo que, dentro de la comunicación, la pandemia ha hecho que la búsqueda de empleo se concentre en mayor medida a través de plataformas virtuales, puesto que el joven de hoy en día ya no sale a buscar empleo de manera presencial sino virtual.

Consideramos esta investigación porque muestra cómo mejorar la posición laboral de los egresados que constantemente salen de las universidades en búsqueda de oportunidades de trabajo.

Ñaupari F., Víctor (2022) en su tesis "*Las problemáticas que obstaculizan la inserción laboral de estudiantes de carreras creativas*" para obtener el título profesional en Comunicación Audiovisual Multimedia en la Escuela de Educación Superior Tecnológica Privada Toulouse Lautrec.

El objetivo principal de la tesis fue localizar a través de las plataformas de ofertas laborales cuáles son los requerimientos de las actuales ofertas para estudiantes de carreras creativas.

El autor de la tesis concluyó que las problemáticas halladas en las ofertas laborales para los practicantes preprofesionales son: en primer lugar, el sueldo no correspondiente para el puesto que la empresa está ofreciendo, segundo, forzar indirectamente al postulante a desempeñar funciones que no forman parte de la carrera en la que ellos se encuentran, ya que, sin el certificado de prácticas, no podrían lograr egresar. Tercero, no se acata la ley establecida para la jornada laboral del practicante. Cuatro, la escasez de anuncio para puesto de practicantes preprofesionales, lo cual fue demostrado en las reincidentes respuestas de los estudiantes que manifestaron la baja cantidad de ofertas laborales que pueden encontrar en un mes. Por último, la solicitud de experiencia previa para postular al anuncio. Esto resulta ser muy contradictorio, dado que el estudiante se encuentra en búsqueda de ella para obtener un buen desempeño laboral en futuras empresas.

La investigación nos permite saber que, efectivamente muchas veces la realidad a la que se enfrenta a diario tanto el estudiante como el egresado de una carrera creativa, es bien

complicada, puesto que, lo ideal es conseguir un trabajo afín a su título, y con un sueldo considerable, que se ajuste a sus conocimientos universitarios.

Flores Cesar (2021) La presente tesis *“Plataformas virtuales y educación virtual en estudiantes de una universidad privada de Trujillo”* para obtener el grado académico de Maestro en Docencia Universitaria en la Universidad Cesar Vallejo.

El principal objetivo de esta tesis es determinar la relación entre las plataformas virtuales y la educación virtual en estudiantes.

El autor de la tesis concluye que, se logró demostrar que existe una relación directa y positiva de 0.889 entre las plataformas virtuales y la educación virtual siendo estas las herramientas que asientan las bases para el proceso de enseñanza y aprendizaje de forma virtual.

La tesis nos permite saber la adaptación que nos trajo consigo la pandemia, que a nivel estudiantil se vio afectada, de esta manera migrando a una plataforma virtual la cuál en base a la presente investigación con un resultado positivo nos permite saber que nos pudimos adaptar a nuevas estrategias didácticas con base de las diversas tecnologías de la información y comunicación.

4.2. Marco teórico

4.2.1 Creación de una plataforma digital

Una plataforma digital es un espacio en la red que sirve para contener datos de usuarios, sea personal o de negocios. Dentro se ejecutan herramientas y servicios mediante un sistema operativo. Las plataformas digitales facilitan el alcance de la información a muchas personas por estar en un entorno digital, adaptado al usuario y sus necesidades.

HubSpot (2023) Una plataforma digital permite realizar acciones como ejecutar tareas, actividades y colaborar entre los usuarios ya que requiere su participación activa aportando con contenidos e interacción.

4.2.2 Conceptualización de una plataforma digital

Inmediatum (2020) Las plataformas digitales ayudan a muchas personas a obtener la información que buscan, mediante sus sistemas de almacenamiento. Existen tipos de plataformas de los cuales son: De audiovisual, digitales educativas, e-commerce, social, banco de imágenes, de pago, de banca, de noticias y las especializadas.

La conceptualización de una plataforma digital implica un proceso de planeación y establecimiento de objetivos que debe cumplir, de los cuales están muy centrados en el usuario, sus necesidades y deseos, además debe contar con una navegación fácil e intuitiva donde la búsqueda de información sea útil para el usuarios. Una plataforma digital que publica contenido de valor para el usuario demuestra que se conoce esos dolores estableciendo una conexión con ellos.

Tomando como referencia algunas plataformas ya existentes, identificar su propósito ayuda a aclarar al público al que se están dirigiendo, siendo crucial para la creación de la plataforma, cumplir los objetivos y acercar a los usuarios con otros creando una comunidad digital.

4.2.3 Característica de la plataforma digital

4.2.3.1 Perfiles de usuario

Un perfil adecuado a la personalidad del usuario es fundamental ya que esta es su identidad digital dentro de la plataforma, aplicación, sistema operativo o sitio web. Cada perfil cuenta con sus propios datos ya establecidos, por el cual son necesarios para el registro e inicio de sesión de cada usuario.

IBM (2021) Un perfil de usuario maneja sus propia información y preferencias del individuo, el cual el sistema necesita para un inicio de sesión y acceder a funciones u objetos que se le fueron otorgados.

4.2.3.2 Publicación de contenido

Subir contenido es importante para una plataforma digital, sea viniendo de los mismos creadores y usuarios participantes.

Postedin (2019) El publicar contenido genera interés en el público, porque ellos buscan información relevante y frecuente, siendo esencial para posicionar la plataforma con la información recopilada y generar confianza con los usuarios.

4.2.3.3 Filtro de búsqueda

Utilizar un filtro de búsqueda dentro de la plataforma digital es importante para facilitar la búsqueda de algo o alguien en concreto.

NeoAttack (2021) Los filtros de búsqueda son una herramienta que sirve para acertar mejor los resultados que queremos encontrar o lo que no queremos que aparezcan. En los buscadores suele haber este tipo de filtrado, donde los usuarios que naveguen, tengan la posibilidad de encontrar lo que buscan marcando las categorías o temas deseados.

4.2.3.4 Experiencia de usuario

Aplicar la UX a una plataforma virtual es indispensable ya que se trata de una estrategia que tiene como objetivo entregar la mejor experiencia de usuario. De esta manera podemos garantizar el uso de sitios webs, aplicaciones móviles.

Duacode (2023) La principal clave de la experiencia de usuario es la arquitectura de la información, nos referimos a la premisa “ CUANTO MÁS SENCILLO, MEJOR”. Para esto lo mejor es centrarnos en las necesidades de nuestro público objetivo, para así ofrecer soluciones que cubran lo que demandan.

4.2.3.5 Portafolio de trabajo

Mostrar un portafolio de trabajo dentro de la plataforma es útil porque es una ventaja para encontrar empleo. Esta herramienta conlleva mostrar, seleccionado por el individuo, sus mejores trabajos, el que tenga cierta variedad dependiendo de su área creativa, colocando los datos respectivos como la fecha realizada y el nombre del cliente al cual realizó el trabajo.

Indeed (2022) Un portafolio de trabajo sirve para destacar los mejores trabajos de un profesional, el cual junto al CV, sirve para que los reclutadores puedan valorar las cualidades para el puesto de trabajo según los ejemplos mostrados. Esta herramienta es más común en la industria creativa, donde los medios suelen ser en digital o físico.

4.2.4 Conceptualización de un equipo de trabajo

Gamarra (2023) Los equipos de trabajo son responsables de trabajar de manera colaborativa y mutua para resolver problemas en concreto, desde su formación hasta su disolución. Cada etapa es esencial para comprender el problema, establecer conexión con los miembros, si es que el equipo es nuevo y cumplir con objetivos compartidos para alcanzar las metas en común.

La conceptualización de un equipo de trabajo es el proceso de resolver problemas en conjunto. Esto incluye poseer objetivos en común, compartido entre los miembros; asignar a un líder o líderes que tomen riendas del equipo cuando se necesite; estar constantemente en comunicación; ser flexibles dependiendo del contexto y tener confianza entre ellos para hacer un equipo exitoso.

4.2.5 Características de un equipo de trabajo

4.2.5.1 Liderazgo

Mantener un liderazgo en equipo es importante para su éxito, ya que este conduce y ayuda al equipo, teniendo la capacidad para influenciar, proponer ideas u orientar y motivar a los demás para sacar a su yo ideal.

Indeed (2023) El líder en un equipo tiene la función de coordinar y orientar al ejercer un trabajo. Su finalidad es que este sirva de modelo para sacar el potencial de los miembros y un mejor rendimiento dentro de una empresa, o ambos en equilibrio. Al gestionar los equipos, el líder tiene que ser capaz de comunicar, delegar y orientar de forma audaz y adecuada.

4.2.5.2 Flexibilidad

Ser flexible dentro de un equipo es ideal para cumplir mejor los objetivos.

Cámara de Madrid (2022) La flexibilidad en el trabajo de equipo es la capacidad para poder adaptarse a los diversos contexto o situaciones que ocurran en el proceso de algún proyecto, tomando en cuenta los constantes cambios, posturas o decisiones que conlleven a los miembros a dar el cambio.

4.2.5.3 Creatividad

Un equipo creativo es ideal para generar ideas nuevas o ingeniosas a los problemas. Fomentar la creatividad y premiarse, impactando positivamente en los avances de los objetivos ya que su aportación en un miembro despierta la creatividad en otro, creando un ciclo de ideas hasta llegar a la meta en común.

Asana (2022) La creatividad supone utilizar diversas técnicas y métodos que ayuden a la solución de problemas, siendo un desafío para la persona o equipo llevándolo a un análisis interno sobre sus experiencias, datos conocidos o estudiados para generar ideas. Las más utilizadas son: El brainstorming para soltar ideas locas y seleccionar las más adecuadas; los mapas mentales para encontrar conexiones y ver el tema de manera panorámica en cuestión

4.2.5.4 Adoptar las 5C del trabajo en equipo

Un equipo de trabajo creativo implica conocer y adoptar ciertas reglas para trabajar en conjunto: la coordinación implica ser organizados en el proceso, como designar las funciones y el de respetarlas; mantener comunicación en todo momento para un buen desempeño y relación con los miembros; la confianza que permite identificarse mejor con el equipo, emanando respeto y seguridad; el compromiso como una actitud de trabajar con pasión y tener un gran vínculo con el equipo; la complementariedad para un equipo creativo, para ello es esencial determinar las aptitudes y experiencias necesarias para lograr los objetivos.

4.2.6 Redes sociales o comunicación digital

Las redes sociales y la comunicación tienen una alta importancia en el mundo digital y ambas coinciden al menos en lo conceptual, puesto que, tienen un solo fin: el vínculo colectivo. Actualmente se ha convertido en indispensable para nuestro diario vivir, su influencia es tanta, que al día de hoy no podrían concebirse sin su presencia en muchas de las formas de comunicación, ya que, son actores clave en la mediación de la circulación de información digital.

Llonch (2021) Las redes sociales enlazan a las personas por sus intereses, actividades o relaciones en común, permitiendo su contacto como un medio para intercambiar datos, además son una oportunidad para dar visibilidad a marcas con sus consumidores.

Ahora bien, la información digital es y seguirá siendo el formato más representativo dentro del sector de comunicación. Cada vez son más las instituciones, empresas y personas públicas que dependen de las plataformas digitales y redes sociales para conectar con su público objetivo. Por ello, es que se caracterizan por tener sus propias lógicas de visibilidad y relevancia, causando un gran impacto en los espacios digitales.

4.2.6.1 Redes sociales

La idea de las redes sociales surge del crecimiento y desarrollo constante de las tecnologías de la comunicación. Nos proporciona nuevas probabilidades de crear necesidades de comunicación social y de la capacidad técnica que han alcanzado de resolver la cuestión de salvar la distancia que separa al emisor y al receptor. Todas ellas, estamos evidenciando que están en un campo de comunicación unidireccional en una ancha red que nos une de forma multidireccional. En ese sentido, las redes sociales dejan la posibilidad, no sólo de nuevas formas de lectura y escritura de la información, sino la participación de la sociedad, para que se comunique de manera inmediata e interactiva.

Si tenemos en cuenta la actividad humana, las redes sociales no son más que un aparato social para crear lazos y conflictos en distintos aspectos. Por lo que es fundamental mencionar los tres hábitos “las 3C”:

- Comunicación (Brinda ayuda en los conocimientos).
- Comunidad (Nos ayuda a relacionarnos).
- Cooperación (Nos ayuda a ser más unidos).

4.2.7 Importancia de la creación y contratación de equipos creativos en una plataforma digital.

La plataforma digital “TrabajanTeam” es importante porque se centra en la creación de equipos creativos conformados por jóvenes egresados de carreras creativas y que tiene como finalidad, para jóvenes egresados con carreras creativas ayudarlos en su inserción pese a su poca experiencia laboral y para los emprendedores, brindarles un servicio confiable de trabajar junto a egresados de carreras creativas

Al promover esta acción brinda oportunidades a quienes no tienen experiencia laboral o no saben cómo desenvolverse, siendo la creación de estos equipos para que trabajen en conjunto y puedan experimentar el proceso de resolver problemas creativos para empresas y clientes.

5. Beneficiarios

5.1. Directos

El servicio de creación y contratación de equipos, beneficiará a los jóvenes de 20 a 30 años, egresados de carreras creativas en Toulouse Lautrec, debido a que se encuentran en la búsqueda de oportunidades laborales y experiencia profesional en su rubro. Además también va dirigido para las empresas/emprendedores quienes buscan aumentar su clientela sin embargo sienten desconfianza en invertir en alguien que recién conocen, el cual no sabrían cómo guiarlo por desconocimiento del sector.

5.2. Indirectos

Los beneficiarios indirectos del servicio de contratación y creación de equipos creativos son también jóvenes de 20 a 30 años, egresados en carreras creativas de otras escuelas superiores e institutos, porque también buscan adquirir oportunidad para laborar en su sector y adquirir más experiencia laboral.

5.3 Arquetipos de clientes

El primer beneficiario son los jóvenes de 20 a 30 años, egresados en carreras creativas de Toulouse Lautrec, estos son personas creativas aunque un poco introvertidas, les gusta pasar el tiempo con familiares y amigos. Recién salieron al mercado y se encuentran preocupados por tener un empleo, sin embargo no lo consiguen debido a su poca experiencia

laboral ocasionándoles un miedo a postular. Esperan que se pueda brindar más oportunidades laborales a los jóvenes como ellos y rodearse con más personas del rubro.

Marcos Tupac de 23 años, es egresado de la carrera de Diseño Gráfico, es un joven con buenas habilidades para diseñar y dispuesto a experimentar con nuevas técnicas, le gusta pasar ratos con familiares y amigos. Le preocupa que no lo llamen en los empleos que postula como diseñador por su falta de experiencia, por ello cada día sigue viendo tutoriales o cursos gratis por internet para adquirir nuevas técnicas y mejorar su trabajo, esto lo ayudará para realizar algunos encargos para sus amigos o familiares. Piensa en seguir actualizando su CV y portafolio. Ve el mundo como un desafío con oportunidades pero que no sabe cómo aprovecharlas tanto. El necesita que se brinden más oportunidades como a la vez alguien que lo guíe en su camino y conocer a más personas del sector creativo.

El siguiente beneficiario son los emprendedores, con negocio propio beneficiando a sus empleador y capacitándolos para asegurar los objetivos de la empresa. Les preocupa no conseguir muchos clientes y no tener el dinero suficiente para invertir en un personal con más experiencia, por ello piensan en contratar a egresados o bachilleres para expandir su empresa, aunque desconocen cómo funciona.

David Ávila de 35 años, es asesor contable, ágil con los trabajos y que va manejando su propia pequeña empresa contable, guiando a los empleados de su área. Piensa en atraer más clientes con publicidad, el cual busca egresados o bachilleres del sector, sin embargo teme en invertir en alguien que recién conoce, el cual no sabrá cómo guiarlo. El espera poder encontrar a alguien que apoye o guíe a estos jóvenes empleados del sector creativo para así trabajar de manera tranquila, ayudando a quienes sí pueden.

Los arquetipos fueron desarrollados tomando como referencia toda la información recopilada de los lienzos de investigación, además de las entrevistas y encuestas, y el Mapa de Actores, el cual fue dividido en tres secciones:

Sección 1 - Centrales: En esta sección se encuentran nuestros dos usuarios: Jóvenes de 20 a 30 años, egresados de carreras creativas en Toulouse Lautrec, siendo los más afectados por el problema de inserción laboral, siendo los que integran los equipos creativos.

Sección 2 - Directos: En esta sección se encuentran las empresas, quienes buscan solución a sus problemas creativos, pero que temen en invertir en alguien joven del sector por su falta de experiencia en el sector, siendo los que contratan el servicio. Se encuentran además los jóvenes egresados de otros centros de estudio, escuelas superiores e institutos con carreras creativas, que serían beneficiarios a futuro del servicio de contratación y creación de equipos creativos.

Sección 3 - Indirectos: En esta sección se encuentran el Ministerio de Educación, directores de centros de estudio, recursos humanos y reclutadores quienes tienen un contacto final no tan directo con los jóvenes egresados de carreras creativas.

5.3 Cantidad de beneficiarios

El presente proyecto va enfocado a jóvenes egresados de 20 a 30 años de edad, con carreras creativas en Toulouse Lautrec (500 aproximadamente). Fueron escogidos según la delimitación social y la investigación, con el fin de ofrecer el servicio de creación de equipos, fomentando las oportunidad de inserción laboral, adquisición de experiencia y desenvolvimiento en habilidades blandas. También se espera brindar la información adecuada sobre cómo trabajar en equipo, resolviendo problemas en conjunto. Además de empresas (100 aproximadamente) quienes contratan el servicio final de los equipos conformados por jóvenes egresados con carreras creativas.

6. Propuesta de Valor

Explicación del Lienzo del Modelo de Negocio elaborado en los siguientes puntos:

6.1 Propuesta de valor

El servicio de creación y contratación de equipos creativos conformado por jóvenes egresados de carreras creativas, teniendo como función principal dar solución a los problemas de las empresas y clientes.

6.2 Segmento de clientes

DIRECTOS: Jóvenes egresados de 20 a 30 años de edad con carreras creativas en Toulouse Lautrec.

Emprendedores con negocios que necesitan solución a problemas concretos.

INDIRECTOS: Jóvenes egresados de 20 a 30 años de edad con carreras creativas en otros centros de estudios, escuelas superiores e institutos.

6.3 Canales

Los canales principales son la plataforma digital, redes sociales y correo electrónico.

6.4 Relación con los clientes

El joven egresado con el trabajo cooperativo les permite acceder a su primera experiencia laboral de forma rápida y segura. El emprendedor, con la confianza de trabajar con un equipo creativo dando resultados satisfactorios.

6.5 Actividades clave

Parte de las actividades clave son el desarrollo y programación de la plataforma, la publicación de contenido en redes sociales, la contratación de grupos jóvenes egresados con carreras creativas y la búsqueda de emprendedores con negocios que requieran soluciones.

6.6 Recursos clave

Los recursos claves son: Programador, servicio y hosting, grupos de egresados practicantes, reclutador, redes sociales, Community Manager, ejecutivo de cuentas y diseñador Gráfico Audiovisual.

6.7 Aliados clave

Nuestros aliados claves son las Macro y micro empresas; Institutos y Escuelas de Educación Superior y Toulouse Lautrec

6.8 Fuentes de ingresos

Nuestras fuentes de ingresos son las siguientes: Por el Pack de equipos contratados y la publicidad dentro de la web y redes sociales.

6.9 Presupuestos

Tabla 1. Inversión inicial

RECURSOS	ITEM	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	IMPORTE
PRODUCCIÓN	Practicante diseñador gráfico audiovisual	1	s/400.00	S/3,424.99
	Practicante social media manager	1	s/400.00	
	Project manager	1	s/800.00	
	Desarrollador web	1	s/1500.00	
	Almacenamiento de Google	1	s/324.99	
ADMINISTRATIVOS	Línea telefónica (WhatsApp Business)	1	s/60.00	s/60.00
LOGÍSTICOS	Hosting	1	s/30.00	s/30.00
TOTAL:				S/3,514.99

Tabla 2. Gastos mensuales

RECURSOS	ITEM	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	IMPORTE
PRODUCCIÓN	Practicante diseñador gráfico audiovisual	1	s/400.00	S/3,100.00
	Practicante social media manager	1	s/400.00	
	Project manager	1	s/800.00	

	Desarrollador web	1	s/1500.00	
ADMINISTRATIVOS	Línea telefónica (WhatsApp Business)	1	s/60.00	s/60.00
LOGÍSTICOS	Hosting	1	s/30.00	s/30.00
DIFUSIÓN	Community Manager (Fundador)	1	s/0	s/500.00
	Diseñador Gráfico (Fundador)	1	s/0	
	Asesor Comercial (Fundador)	1	s/0	
	Pauta en rr.ss	1	s/500.00	
TOTAL:				s/3,690.00

Tabla 3. Ingresos

RECURSOS	ITEM	COSTO UNITARIO	ESTIMADO DEL TOTAL DE UNIDADES VENDIDAS AL MES	INGRESO ESTIMADO MENSUAL	INGRESO ESTIMADO TRIMESTRAL
EQUIPO CREATIVO	Plan inicial	s/1,000.00	4	S/4,000.00	S/12,000.00
EQUIPO CREATIVO	Plan profesional	S/1,800.00	2	S/3,600.00	S/10,800.00
EQUIPO CREATIVO	Plan premium	S/2,500.00	2	S/5,000.00	S/15,000.00
PUBLICIDAD ADS	Imágenes o videos	s/200.00	2	S/400.00	S/1,200.00
TOTAL:					S/3,900.00

7. Resultados

Se logró cumplir en su mayoría con el reto de innovación, debido a que se resolvió el problema de la inserción laboral en jóvenes egresados con carreras creativas de la Escuela Superior Toulouse Lautrec mediante “TrabajanTeam” empresa que promueve la inserción laboral de jóvenes en la industria creativa a través de la creación y contratación de equipos

conformado por los mismos jóvenes para resolver problemas en conjunto de clientes y empresas.

Se logró validar el proyecto con los dos usuarios principales, primero con jóvenes con carreras creativas de entre 20 a 30 años de edad, mediante una encuesta con el objetivo de saber que tan dispuestos están en formar equipos con otros jóvenes de carreras creativas, recibiendo constancias y aceptando los términos de pagos correspondientes por los trabajos dentro de “TrabajaTeam”. En su totalidad los comentarios fueron positivos y expresaron su disposición para trabajar en equipos aceptando el pago de s/400 mensual por proyecto más su constancia, sin embargo hubo opiniones sobre trabajar sin remuneración por proyecto, siendo sus primeras prácticas. El segundo con los emprendedores y empresas, realizó una encuesta con el objetivo de conocer si están dispuestos a trabajar con el equipo de jóvenes, dándoles a conocer los planes y si están dispuestos a pagarlos. Los resultados fueron positivos donde si estarían dispuestos a contratar el servicio, aunque hubo dudas respecto al precio de los planes, se comentó que variaría según su nivel de inversión, el tipo de empresa y el tipo de proyecto que puede ser distinto.

Los resultados fueron posibles gracias a talleres generativos y encuestas finales, que se llevaron a cabo de manera virtual con nuestros usuarios principales, egresados con carreras creativas (22 respuestas) y emprendedores (2 respuestas). Dentro se expuso detalles del proyecto respondiendo a las preguntas cerradas, abiertas y de opinión, obteniendo respuestas que nos sirvieron para la investigación.

8. Conclusiones

Entre los resultados más resaltantes tenemos:

Como primera conclusión de los resultados obtenidos mostraron que es muy posible ayudar a la inserción laboral de estos jóvenes con carreras creativas mediante la plataforma digital “TrabajanTeam”, debido a que ellos y las empresas muestran gran disposición para solucionar problemas a través del trabajo del equipo, adquiriendo más facilidad para obtener experiencia laboral.

Segunda conclusión, parte de los recursos para crear una plataforma digital son de gran importancia para mantener una experiencia eficaz con los usuarios, con la facilidad de encontrar los datos, nombres, contenidos y trabajos realizados.

Como tercera conclusión, es evidente el de adquirir y conocer habilidades para trabajar en equipos, ya que de ellos es el resultado de un proyecto bien realizado, es por ello que con el servicio de espera un desenvolvimiento creciente entre los jóvenes egresados, además de contar con planes que integre a un coordinador que ayude al equipo.

También se concluye que los usuarios finales desean que el servicio sea más adaptable a su nivel de inversión y magnitud del proyecto.

Finalmente se concluye que se debe considerar aumentar la gama de planes y a la vez tratar de enfocar los servicios para adecuarlos en tipos de proyectos, porque la empresas tienen diversas necesidades.

9. Bibliografía

Cámara de Madrid (2022, 27 de septiembre) La Comunidad de Madrid premia a las empresas que apuestan por la flexibilidad laboral, conciliación e igualdad.

<https://www.comunidad.madrid/noticias/2022/09/27/comunidad-madrid-premia-empresas-apuestan-flexibilidad-laboral-conciliacion-e-igualdad>

CERTUS. (2023, 17 de mayo) *Cinco claves de empleabilidad para destacar en el mercado laboral.*

<https://www.certus.edu.pe/blog/cinco-claves-de-empleabilidad-para-destacar-en-el-mercado-laboral/>

Cori, F. (2019) *Aplicación de la Plataforma Virtual “Encuentro” para Mejorar la Percepción de Factores Socio personales para la Inserción Laboral en Estudiantes de 5to Año de la Escuela Profesional de Educación de la Universidad Católica de Santa María, Arequipa, 2018* [Tesis de maestría, Universidad Católica De Santa María, Arequipa]. Repositorio UCSM.

<https://repositorio.ucsm.edu.pe/handle/20.500.12920/9119>

Duacode. (2023, 21 de abril). ¿Qué es la experiencia de usuario y por qué es vital en tu día a día?

<https://www.duacode.com/es/blog-noticia/que-es-experiencia-usuario-por-que-vital-dia-a-dia>

Llonch, E. (2021, 25 de mayo). Cyberclick. ¿Qué son las redes sociales y cuáles son las más importantes?

<https://www.cyberclick.es/numerical-blog/que-son-las-redes-sociales-y-cuales-son-las-mas-importantes>

Flores, P. (2021). Plataformas virtuales y educación virtual en estudiantes de una universidad privada de Trujillo, 2021. [Tesis de grado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio UCV.

<https://hdl.handle.net/20.500.12692/69959>

García, A. (2021). *Desempleo laboral y la propuesta de la comunicación online para posicionar a una plataforma de empleo digital dirigida a comunicadores egresados de las universidades de Lima durante la pandemia del Covid-19* [Tesis de grado, Universidad Tecnológica del Perú]. Repositorio UTP.

<https://hdl.handle.net/20.500.12867/4304>

Gamarra, G. (2023, 4 de julio) factorial. Equipo de trabajo exitoso: sus características y beneficios.

<https://factorialhr.es/blog/8-caracteristicas-equipo-trabajo-exitoso/>

González, M. (09 de abril de 2020). 10 mejores páginas web de empleo en 2020 para encontrar trabajo. Aula Cm.

<https://aulacm.com/paginas-web-buscar-empleo-encontrar-trabajo/>

IBM. (2021, 11 de abril). Perfiles de usuario.

<https://www.ibm.com/docs/es/i/7.5?topic=concepts-user-profiles>

Indeed. (2022, 7 de diciembre) Qué es y cómo hacer un portafolio de trabajo.

<https://mx.indeed.com/orientacion-profesional/desarrollo-profesional/como-hacer-portafolio-trabajo#:~:text=Un%20portafolio%20de%20trabajo%20es%20una%20muestra%20de%20los%20proyectos,Muestras%20visuales%20de%20tu%20oficio>

Indeed. (2022, 30 de septiembre) Liderazgo: definición y ejemplos.

<https://www.indeed.com/orientacion-profesional/desarrollo-profesional/liderazgo-definicion-ejemplos#:~:text=Los%201%C3%ADderes%20son%20las%20personas,Gerentes>

Instituto Peruano de Economía (IPE). (2020). Mercado laboral peruano: impacto de la COVID-19 y recomendaciones de política.

https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_774977.pdf

ManpowerGroup y Junior Achievement. (2022). *Escasez de Oportunidades Laborales para los Jóvenes 2022*

<https://www.manpowergroup.com.ar/investigaciones/Escasez+de+Oportunidades+Laborales+para+los+Jovenes>

Coppola, M. (2023, 21 de enero). Hubspot. Qué es una plataforma digital, qué tipos existen y ejemplos.

<https://blog.hubspot.es/website/que-es-plataforma-digital>

NeoAttack. (2021, 21 de mayo). ¿Qué son los Filtros y para qué sirven?

<https://neoattack.com/neowiki/filtros/#:~:text=Para%20qu%C3%A9%20sirven%20los%20Filtros&text=Son%20esas%20opciones%20adicionales%20y,la%20interacci%C3%B3n%20con%20una%20web.>

Ñaupari, V. (2022). *Las problemáticas que obstaculizan la inserción laboral de estudiantes de carreras creativas*. [Tesis de grado, Escuela de Educación Superior Toulouse Lautrec]. Repositorio TLS.

<https://hdl.handle.net/20.500.12826/228>

Paulino, J., Córdova, S. (2022). *Creación de una plataforma virtual de cursos disruptivos* [Trabajo de investigación de maestría, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio Autónoma.

<https://hdl.handle.net/20.500.13067/2170>

Peña Abregu, K. S. (2021). *La inserción laboral de personas con discapacidad y su influencia en la imagen corporativa de las tiendas por departamento*, [Tesis de Licenciatura, Universidad de Lima]. Repositorio Ulima.

<https://hdl.handle.net/20.500.12724/13850>

Postedin. (2019, 4 de febrero) *Cómo crear contenido digital y atraer más clientes*.

<https://www.postedin.com/blog/como-crear-contenido-digital-y-atraer-mas-clientes/>

Ramírez, D. (2020, 19 de octubre). *El 67% de los “freelancers” cree que se aumentarán empleos post pandemia*. Semana.

<https://www.semana.com/management/articulo/ofertas-de-trabajo-free-lance-despues-de-la-pandemia/303994/>

Redacción RPP. (2022, 19 de febrero). *Vocación profesional: ¿Por qué elegir carreras creativas e innovadoras?* RPP.

<https://rpp.pe/vital/vivir-bien/vocacion-profesional-por-que-elegir-carreras-creativas-e-innovadoras-noticia-1246651>

Redacción Gestión. (2022, 20 de abril). *¿Cuáles son las carreras creativas con mayor demanda por los jóvenes y cuánto es el salario?* Diario Gestión.

<https://gestion.pe/economia/management-empleo/cuales-son-las-carreras-creativas-con-mayor-demanda-por-los-jovenes-y-cuanto-es-el-salario-rmmn-noticia/>

Redacción APD. (2023, 7 de marzo) *Las 5 C del trabajo en equipo: Las claves para tener éxito en tu negocio.*

<https://www.apd.es/las-5-c-del-trabajo-en-equipo/>

Serrato, C. (2020, 8 de septiembre). Inmediatum. *¿Para qué sirven las plataformas digitales en las empresas?*

<https://inmediatum.com/blog/transformacion/para-que-sirven-las-plataformas-digitales/#:~:text=Las%20plataformas%20digitales%20almacenan%20todo,est%C3%A1n%20conectados%20haciendo%20lo%20mismo>

Skills Managers. (2020, 11 de septiembre). *Crea mensajes potentes con las 3 C de la comunicación verbal.*

<https://www.skillsmanagers.tv/blog/comunicacion-verbal>

Team Asana (2022, 16 de agosto). Asana. Brainstorming: las mejores técnicas de lluvia de ideas para estimular la creatividad.

<https://asana.com/es/resources/brainstorming-techniques>

10. Anexos