

ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA

TOULOUSE LAUTREC



**EXPO FERIA PARA EMPRENDEDORES GAYS AFECTADOS
POR LA DISCRIMINACIÓN LABORAL**

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en Arquitectura de
Interiores y Comunicación Visual Multimedia

EVELYN JULISSA ARRUNÁTEGUI BURGOS

(0000-0002-6729-4862)

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

FRANCO ALEJANDRO SOLARI PÉREZ

(0000-0002-1794-5591)

Lima-Perú

Agosto 2021

● 18% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 17% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 9% Base de datos de trabajos entregados
- 1% 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 | repositorioacademico.usmp.edu.pe Internet | 3% |
| 2 | repositorio.uniandes.edu.co Internet | 3% |
| 3 | repositorio.tls.edu.pe Internet | 2% |
| 4 | efesalud.com Internet | 2% |
| 5 | scielo.org.mx Internet | 1% |
| 6 | tesis.pucp.edu.pe Internet | 1% |
| 7 | repository.uniminuto.edu Internet | <1% |
| 8 | repository.unad.edu.co Internet | <1% |

| | | |
|----|---|-----|
| 9 | Universidad de Lima on 2019-05-22 Submitted works | <1% |
| 10 | es.slideshare.net Internet | <1% |
| 11 | elcomercio.pe Internet | <1% |
| 12 | researchgate.net Internet | <1% |
| 13 | Universidad Privada del Norte on 2023-05-02 Submitted works | <1% |
| 14 | Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2021-06-09 Submitted works | <1% |
| 15 | Tecsup on 2019-09-11 Submitted works | <1% |
| 16 | domestika.org Internet | <1% |
| 17 | issuu.com Internet | <1% |
| 18 | repositorioacademico.upc.edu.pe Internet | <1% |
| 19 | williamsinstitute.law.ucla.edu Internet | <1% |
| 20 | UTEC Universidad de Ingeniería & Tecnología on 2020-07-23 Submitted works | <1% |

21

Universidad del Norte, Colombia on 2022-11-28

Submitted works

<1%

22

ucol on 2024-05-23

Submitted works

<1%

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del proyecto de innovación

| | |
|--|----|
| 1. Contextualización del problema..... | 5 |
| 2. Justificación..... | 7 |
| 3. Reto de Innovación..... | 9 |
| 4. Sustento teórico..... | 10 |
| 4.1 Estudios previos..... | 10 |
| 4.2 Marco teórico..... | 12 |
| 5. Beneficiarios..... | 14 |
| 6. Propuesta de valor..... | 15 |
| 6.1 Propuesta de valor..... | 15 |
| 6.2 Segmento de clientes..... | 17 |
| 6.3 Canales..... | 17 |
| 6.4 Actividades clave..... | 17 |
| 6.5 Recursos clave..... | 21 |
| 6.6 Aliados clave..... | 22 |
| 6.7 Fuentes de ingreso..... | 23 |
| 7. Resultados..... | 24 |
| 8. Conclusiones..... | 24 |
| 9. Bibliografía..... | 25 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1. <i>Costos e inversiones</i> | 22 |
| Tabla 2. <i>Ingresos mensuales y recuperación de inversión</i> | 23 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1. <i>Vista 3D</i> | 16 |
| Figura 2. <i>Publicidad Alin Expoferia</i> | 18 |

Resumen del Proyecto de Investigación

Actualmente Lima Metropolitana es una de las capitales con mayor índice de discriminación laboral a personas gays, los empleados homosexuales son definidos por prejuicios, estigmas y estereotipos y no por sus aptitudes o habilidades que poseen.

En el presente informe se redacta la problemática y los efectos negativos que genera la discriminación en Lima Metropolitana dentro del ambiente laboral.

Es por ello que el reto a dicha problemática tiene como objetivo apoyar a los jóvenes gays discriminados. Es importante destacar que se realizaron diversos estudios, tales como entrevistas y encuestas para poder dar con el arquetipo adecuado de tal manera que se pueda evidenciar sus dolores y necesidades, gracias a ello se pudo obtener como resultado una solución innovadora llamada “Expo Feria Alin” que consiste en un espacio que los acompaña y los motiva a seguir creciendo, mediante un servicio de alquiler de stands para potenciar sus negocios y a su vez generar una comunidad en la que se pueda concientizar la discriminación y la homofobia en Lima Metropolitana.

1. Contextualización del Problema

La discriminación hacia gays en el ambiente laboral es una de las problemáticas de mayor recurrencia en Lima Metropolitana y a su vez la menos indagada y analizada en cuanto a la magnitud de efectos negativos que genera tanto en el ámbito psicológico como físico. Nos encontramos con un impacto negativo en base a los resultados en la salud, que en muchos casos genera depresión, ansiedad, estrés y entre otras enfermedades mentales que no permiten que las personas gays puedan trabajar adecuadamente.

Dentro del ámbito laboral, los empleados gays son calificados mediante prejuicios y estereotipos marcados por la sociedad o cultura y no por sus habilidades, aptitudes o desempeño que pueden llegar a tener, donde los apelativos y sobrenombres se han convertido en algo rutinario, normalizando este tipo de discriminación.

El Instituto Nacional de Estadística e Informática del Perú (2018), presentó los resultados de la primera encuesta nacional virtual para personas lesbianas, gays, bisexuales y transexuales (LGBT) y se observó que del total de la población entre 18 y 29 años de edad, considerada para este análisis, el 20,9% indicó que ha sido discriminado y violentado en su lugar de trabajo y además un 17,4 % de la muestra total mencionaron que fueron discriminadas y/o violentadas por jefes y compañeros de trabajo, demostrando así, que la discriminación y violencia está activa no solo en empresas de Lima Metropolitana, sino también en empresas de todo el Perú.

Según los datos arrojados por la II Encuesta Nacional de Derechos Humanos (IPSOS 2020) más del 30% de empresarios peruanos no contrataría a una persona homosexual e indican también que solo el 8% de empresas locales se ha pronunciado

públicamente apoyando los derechos de las personas Lesbianas, gays, bisexuales y transexuales (LGBT).

Y según cifras de la ONG Presente (2019), el 80% de las empresas peruanas no cuenta con políticas laborales en favor de la diversidad. Esto no solo genera una idea no tan acertada sobre el éxito profesional para este sector, sino también una privación de libertad en cuanto a derechos humanos, en casos extremos, se puede imponer un maltrato físico o puede que se encuentren en situaciones donde no valoran su esfuerzo, los explotan, no son reconocidos y esto mismo puede generar el desempleo, es por eso que muchos jóvenes gays deciden emprender.

Kets de Vries (1977) citado por Rodríguez (2014) quien sugiere que allí en donde el comportamiento de un grupo no es aceptado o es discriminado, ocurre un desequilibrio psicológico. Este desequilibrio puede desenlazar en “invisibilizar la homosexualidad” o en impulsar una transformación personal, la cual puede resultar en una urgencia por emprender.

Muchos jóvenes gays deciden emprender porque ya no se sienten cómodos en su lugar de trabajo o ya no desean depender de otros para generar ingresos, estos motivos los impulsan a independizarse y sentirse libres en un espacio propio. (Sección de emprendimiento en hombres homosexuales, párrafo 6).

Schindehutte et al.(2005) citado por Rodríguez (2014), argumenta que los factores personales (intereses, valores y aptitudes), junto con factores del entorno (discriminación laboral, homofobia, estigmas, estereotipos) juegan un rol activo en la elección de carrera de las personas homosexuales. Y respecto al emprendimiento, la autora encontró entre los factores que los hacen más

proclives al riesgo y más proactivos para emprender como los siguientes: una sensación de no encajar, necesidad de autonomía psicológica, una mayor tendencia a no adaptarse a la cultura o a los comportamientos dominantes, la ausencia de hijos, la hostilidad social, entre otros factores. (Sección de emprendimiento en hombres homosexuales, párrafo 5).

Es por eso que el problema que se aborda y que se plantea resolver es la discriminación a personas gays en el ámbito laboral.

2. Justificación

Esta investigación tiene como objetivo buscar igualdad de oportunidades y brindar un espacio en donde los jóvenes gays puedan impulsar sus emprendimientos ya que en trabajos anteriores no se han sentido cómodos, también se busca generar un impacto social para concientizar a las personas sobre la discriminación y sus efectos negativos.

Según las estadísticas en Lima Metropolitana, nos encontramos con cifras que no son muy alentadoras para las personas gays que aún sufren de acoso, maltrato psicológico o en el peor de los casos, maltratos físicos y esto sucede por diversas razones, entre ellas está la desinformación, la falta de empatía y prejuicios creados por la sociedad.

Es por ello que la investigación que se realiza va de la mano con diversas herramientas para obtener la información necesaria mediante encuestas y entrevistas. Se han desarrollado encuestas con respecto a la discriminación laboral a jóvenes gays en

Lima Metropolitana y como resuelven estos problemas, por otro lado, se suman entrevistas más personales en donde se pudo encontrar información específica sobre los casos de discriminación en diferentes centros de trabajo y en como toman medidas alternas para poder emprender.

Por su parte, Kets de Vries (1977) citado por Rodríguez (2015) proponente del modelo psicodinámico de emprendimiento, sugiere que los emprendedores son individuos que no siguen la corriente de la sociedad y que pueden desarrollar patrones comportamentales no convencionales siendo el emprendimiento uno de ellos. El homosexual, que encaja en esta tipificación y como miembro de un grupo minoritario, puede actuar como lo describe Kets de Vries y optar por montar su propio negocio, en vez de tener que afrontar la discriminación y hostigamiento en un empleo.

En contraste, Shapero (1975) aborda el tema del emprendedor como una persona desplazada de la sociedad quien se puede auto concebir como desplazado, por ejemplo en situaciones de discriminación laboral o de techo de cristal, lo cual limita su potencial de avance o crecimiento en la organización. (Sección de emprendimiento en hombres homosexuales, párrafo 6).

Otra perspectiva, sería la de Hagen (1962) citado por Rodríguez (2015) quien sugiere que allí en donde el comportamiento de un grupo no es aceptado o es discriminado, ocurre un desequilibrio psicológico. Este desequilibrio puede desenlazar en “invisibilizar la homosexualidad” o en impulsar una transformación personal, la cual puede resultar en una urgencia por emprender. En otras palabras, las investigaciones de estos tres autores sugieren que el hombre homosexual podría ser más propenso a

emprender que el hombre heterosexual. (Sección de emprendimiento en hombres homosexuales, párrafo 6).

3. Reto de innovación

El reto de innovación se basa en ayudar a los jóvenes gays a emprender para un mejor bienestar. La discriminación en el ámbito laboral tiene como consecuencia varios factores como la exclusión, el bajo rendimiento del empleado, la limitación del desarrollo a nuevas oportunidades, etc, es por eso que muchos jóvenes optan por abrir sus propios negocios, para sentirse libres o desprenderse de ambientes que no son positivos para ellos. No se puede eliminar el problema de discriminación de raíz, pero se puede generar un impacto social, creando nuevos espacios inclusivos hecho para ellos, creando una conciencia social que permita un colectivo de empatía.

Mora (2020) concluye que:

En las personas homosexuales, el apoyo social funciona como un factor protector en la lucha contra la sensación de aislamiento y discriminación, que hacen que el suicidio sea considerado como una solución viable a los problemas que se enfrentan, puesto que las personas que se sienten apoyadas y acompañadas están mayormente equipadas para enfrentar situaciones de rechazo o de vulneración debido a su orientación sexual (p, 13).

El reto de la investigación parte de una Expo-feria que contará con dos áreas, el primer espacio es el ingreso, que tiene como objetivo evidenciar la discriminación laboral en jóvenes gays a través de infografías, de esta manera se explicará el propósito de la expo-feria para generar conciencia. El segundo espacio va dirigido para los emprendedores gays que tienen diversos negocios, se les brindará un stand a cada uno

para que de esta manera puedan exponer sus productos a los clientes que ingresen a la Expo-feria, por otro lado estas exhibiciones brindarán una oportunidad de visibilidad a sus marcas o emprendimientos, generando una red de apoyo tanto económico como emocional.

Uno de los problemas de discriminación más frecuentes es la desinformación, la mayoría de personas que suelen discriminar se basan en fundamentos que van de la mano con la crianza, cultura, religión, entre otros factores. Se necesita que la sociedad tome conciencia del impacto negativo que puede generar la discriminación en los jóvenes gays. Como se mencionaba, esta Expo-feria va de la mano de una campaña y merchandising que permite al usuario encontrar un espacio que acompaña y promueve a la vez la integración laboral. Así mismo, cuenta con información sobre datos relevantes que permitirá crear una comunidad más unida que pueda expandirse y ser compartida con los demás.

4. Sustento Teórico

4.1 Estudios previos

Emilio José Jiménez Ramírez realizó una tesis en el año 2018 que analizó los distintos tipos de acoso psicológico laboral que tiene un grupo de hombres y mujeres homosexuales a partir de su experiencia trabajando en distintas empresas de Lima Metropolitana. Realizó ocho entrevistas semiestructuradas la cual reveló acoso psicológico laboral a partir de los prejuicios y estereotipos hacia las personas homosexuales y limitaciones por no cumplir con los mandatos impuestos por el sistema social. El resultado final sugirió implementar políticas de inclusión, talleres de

capacitación en temas de género, orientar hacia la diversidad, sancionar drásticamente a quienes ejercen violencia contra personas que forman parte de alguna minoría y generar redes de soporte para quienes son víctimas de este tipo de violencia. Se rescata que se ven iniciativas formales para sancionar dichos actos discriminatorios.

Andrés Yovani Mil Serrano en su tesis del año 2019 mediante encuestas y entrevistas sustentó que la discriminación laboral hacia los gays se encuentra presente dentro de los procesos de selección de personal, ascensos, despidos y renunciaciones. El 78% de empleados gays han sido violentados por compañeros y jefes. Recomienda para las próximas investigaciones, incluir los efectos que origina los diversos tipos de discriminación en la salud. Se puede rescatar que la investigación muestra porcentajes específicos que demuestran el impacto psicológico de forma negativa.

Jorge Jiménez, Marleny Acevedo y María del Pilar Sánchez (2017) en su artículo universitario muestra los resultados que determinan que las personas que no se identifican con la comunidad LGBT son quienes prefieren ocultar su orientación sexual en espacios laborales formales para evitar ser víctimas de posible lenguaje denigratorio contra ellos. Mientras que aquellas personas que se identifican y reconocen como LGBT están expuestas a permanecer en espacios de trabajos informales y mantenerse en la periferia laboral. Esto demuestra que los gays que expresan su sexualidad libremente tienden a ser discriminados, toman riesgos al mostrarse como son.

Elizabeth Herrera y Samuel Felipe Hernández (2019) en su tesis realizada da a conocer el estado actual de competitividad, equidad, calidad y oportunidad en una discriminación y exclusión laboral a la comunidad LGBTI. El artículo universitario

muestra un interés en promover y fomentar la toma de conciencia sobre la responsabilidad social y empresarial de inclusión laboral a la comunidad LGBTI como personas con derechos que generan un gran impacto a nivel empresarial.

Según Galloway (2012) existe un factor determinante del emprendimiento llamado “push” tales como los retos y/o problemas que afrontan laboralmente debido a su condición como minoría marginalizada la cual se divide en 2 factores:

- Hostigamiento laboral: Emprendimiento como una forma de evadir la homofobia en el trabajo.
- Discriminación laboral: Emprendimiento como una oportunidad para escapar de la discriminación.

4.2 Marco Teórico

El reto de innovación nace a partir de las necesidades del usuario, en este caso se puede confirmar mediante las encuestas que estos jóvenes necesitan un apoyo real, un acercamiento sincero, se ha coincidido en las entrevistas realizadas que los jóvenes piensan que algunas empresas sólo buscan su aprobación para atraer más ingresos y no sienten un apoyo real a sus necesidades generando que se sientan excluidos.

Hoy en día existe una tendencia por el apoyo y la inclusión, el problema radica en que el usuario en muchas ocasiones no se siente confiado o no siente la fidelidad que se necesita. Es por eso que se hallaron necesidades no solo en derechos sino también basados en sentimientos y emociones de emprendimiento que permite conectar directamente con el arquetipo.

La necesidad de permanecer en conexión con otras personas es tan potente en los seres humanos que, incluso ser ignorado por un desconocido, puede hacer que una persona se sienta excluida y experimente malestar, según una investigación de la Universidad de Purdue (2013).

El sentimiento de exclusión es un estado que se repite de forma continuada en diferentes situaciones de la vida de las personas afectadas y que puede llegar a desencadenar una gran frustración y tristeza, invadiendo, estos efectos, todas las relaciones del individuo. explica la psicoanalista Salamanca (2013).

Sin duda, la falta de educación frente a temas de diversidad e identidad sexual provoca rechazo y estigmatización a las personas que no encajan en lo que se denomina “heteronormativo” provocando altos índices de discriminación y desigualdad. García Sánchez (2021)

Es por eso que muchos jóvenes al no sentirse cómodos o al sentirse excluidos en su entorno laboral, buscan otras maneras de desarrollarse profesionalmente sin verse afectados por casos de discriminación.

Piedmont (2000), citado por Schindehutte, et al. (2005) y Galloway (2012), coinciden en que una de las razones más mencionados por los hombres homosexuales para emprender es el de poder crear un ambiente de trabajo definido por ellos mismos, en el cual los individuos puedan ser abiertos respecto a su orientación sexual sin problemas o tensión, buscando reafirmar su condición frente a la sociedad. (Sección de emprendimiento en hombres homosexuales, párrafo 9).

5. Beneficiarios

El grupo de beneficiarios lo conforman jóvenes gays discriminados en el ámbito laboral de Lima Metropolitana. Según las entrevistas realizadas se llega a la conclusión de que los jóvenes gays egosintónicos son más propensos a ser discriminados.

Ortiz Tallo (2013) explica el concepto de egosintonía:

El que exista una congruencia o una sintonía entre un comportamiento, un pensamiento o una emoción determinados y la propia personalidad del sujeto hará en muchas ocasiones que la valoración sea distinta. En este caso la persona los acepta, no los cree indeseables y no los considera como manifestaciones de un trastorno. Por estas razones se dice que son egosintónicos (p.29).

Tello.et.al. (2017)

Por lo tanto, tienden a estar propensos a la discriminación laboral ya que viven su sexualidad como algo que está en sintonía con ellos y tienen una personalidad jovial, con deseos positivos, son dinámicos y descomplicados, perciben su homosexualidad como algo normal y que forma parte de ellos, mientras que los hombres gays egodistónicos optan por ocultar su sexualidad y mantener una postura reservada por miedo a ser juzgados. Según la Revista Colombiana de Psiquiatría (2020) lo egodistónico se relaciona con la conciencia de enfermedad mental, con los sentimientos de culpa y la vergüenza.

En esta investigación se opta por un enfoque a los jóvenes gays egosintónicos, ya que pueden ser discriminados muy fácilmente, por burlas, bromas, agresiones físicas o psicológicas ya que no ocultan su sexualidad. Si bien es cierto que los gays egosintónicos abrazan su orientación sexual con orgullo, también sienten la

incomodidad y el rechazo de discriminación, sienten un enorme enojo por la sociedad poco empática y tratan de reprimir o sobrellevar las situaciones ya están acostumbrados a la discriminación.

Un joven gay egosintónico está orgulloso y acepta su sexualidad en la sociedad, siente que debe haber un cambio lo más pronto posible, luchan por sus derechos y está informado sobre ellos.

El arquetipo de la investigación se justifica mediante las entrevistas realizadas a diversos jóvenes gays de los cuales se confirma una discriminación evidente ya sea por los jefes o por los clientes. Estos jóvenes desean expresar sus ideas, sus sentimientos y sus deseos, pero a la vez se sienten limitados por el ojo crítico de la sociedad y tienden a ser independientes, sienten la necesidad de emprender para no depender de nadie.

La problemática antes del enfoque demuestra evidentes burlas y rechazo, el usuario se siente limitado, pero se espera que con la solución que se aborda en la investigación, se pueda incrementar el apoyo y el empoderamiento y poder potenciar sus negocios para jóvenes gays que no saben a dónde acudir, gracias a esto se potenciará la seguridad mediante una red de apoyo, de esta manera podrán sentirse acompañados en todo momento y sobre todo comprendidos al brindar un espacio de exposición de sus productos e ideas innovadoras.

6. Propuesta de Valor

6.1 Propuesta de valor

Para resolver la problemática es fundamental enfocarse en una solución que le brinde a los usuarios una sensación de compañía, consuelo y motivación laboral

desarrollando habilidades de emprendimiento que les permitan cambiar su entorno de trabajo e impulsar su potencial profesional. Es por eso que la propuesta de valor se define como “Un espacio que te acompaña y te motiva a seguir creciendo”.

Alin (cuyas siglas representan apoyo, libertad e integración) es un servicio de Expo Feria que se ideó mediante un personaje representativo del emprendimiento gay que busca acompañar y ayudar a través de espacios para el emprendimiento a aquellos jóvenes de sexo masculino gays afectados por discriminación laboral que ya no se sienten cómodos en sus trabajos o que decidieron independizarse y optar por nuevas oportunidades basándose en un emprendimiento, de esta manera la Expo Feria Alin busca promover y potenciar los emprendimientos de jóvenes gays, además de brindar información para generar conciencia a las personas que visiten el espacio y que en efecto mejora psicológicamente distintos factores y emociones que puede o podría sentir un joven perjudicado por dicha problemática.

Figura 1 “Vista 3D”



Figura 1. Se muestra el diseño interior de la propuesta de valor en vistas 3D.

6.2 Segmento de clientes

En el segmento de clientes se ha considerado a grupos de jóvenes gays de 20 a 30 años de Lima Metropolitana que tienen como objetivo ser independientes o están empezando a serlo, identificándose en un sector A-B que cuenten con una marca o idea de negocio activo en redes sociales y a su vez, tengan como propósito impulsar sus ventas. Este grupo de jóvenes ansían un cambio en la sociedad ya que muchas veces se sienten excluidos. Son abiertamente gays, expresivos y buscan defender su comunidad.

6.3 Canales

Se conectará y atenderá a los clientes a través de redes sociales como Instagram, Facebook, TikTok y tendremos de aliados a influencers para realizar publicidades masivas.

Se establecerá una relación con los clientes de confianza y fidelización, que se sientan acompañados e identificados, que sepan que podemos empatizar con ellos y se sientan comprendidos para poder crear lazos emocionales.

6.4 Actividades Clave

Se desarrollarán campañas publicitarias para generar impacto en las redes sociales con el logo y la razón del servicio, anunciando una convocatoria a jóvenes gays con algún tipo de negocio o marca personal.

Se implementará la creación de spots publicitarios experimentales que generen conciencia y transmitan la información necesaria, anunciando las fechas en las cuales se podrá asistir a la Expo-feria y publicar las marcas o negocios convocados, además del lugar y los horarios de atención.

Junto con una línea de merchandising de la marca, se brindará una breve información del servicio y será distribuida dentro de la feria como un obsequio por la participación de los clientes asistidos, de esta manera se genera un lazo de unión.

Figura 2 “Publicidad Alin Expoferia”



Figura 2. En la presente imagen se muestra el post publicitario para redes.

Para poder seleccionar la muestra se realizaron dos métodos, el primero se inició con una encuesta online a cinco jóvenes gays de 23 a 27 años aproximadamente mediante la herramienta Google Forms. Se obtiene como resultado que el 100% de los encuestados han tenido que ocultar su orientación sexual en el trabajo, el 80% recibió insultos referidos a su sexualidad, el 80% no pudo acudir a un personal para pedir ayuda en su trabajo y el 60% no se sentía cómodo en el lugar de trabajo.

El segundo método se realizó mediante cuatro entrevistas en donde se puede detallar a profundidad los casos de los usuarios. Todas las entrevistas fueron transcritas, ya que los encuestados prefirieron no ser grabados.

A continuación, se presenta el resumen de las entrevistas realizadas.

Alex Aymar

Alex es un joven de 21 años de edad, recientemente se independizó con dos amigos, ya que no se sentía cómodo en casa con su familia. Primero trabajó como animador infantil, a veces los clientes trataban de molestarlo y era un poco incómodo para él, más que todo por los padres de familia que lo miraban serios y con cuidado, como si él fuera a hacer algo. Le hacían bromas pesadas a veces. Fue difícil para Alex y estuvo muy afectado por situaciones de discriminación, sobretodo al inicio porque nadie sabía que él era gay, ni su familia ni su amigos. Actualmente Alex tiene su propia marca de accesorios online, ya que él siempre soñó con ser independiente.

Roberto Bellmunt

Roberto tiene 22 años, es maquillador profesional, le encanta la fotografía y el modelaje. Se le hizo una entrevista donde nos cuenta su experiencia laboral referido a la discriminación lgbt. Roberto comenta que si ha recibido bromas en su ambiente laboral,

al principio las pasaba por alto, pero con el tiempo sintió que sus compañeros ya se estaban pasando, de esta manera decide renunciar al trabajo por el acoso constante. Comenta que el renunciar lo ayudó en cierta parte, pero que no debió hacerlo por culpa de terceros y que debió hacerse respetar. Tiene una red de apoyo que son sus amigos, ellos lo apoyaron incluso cuando su padre se enteró sobre su orientación sexual.

Franco Salas

Franco tiene 25 años, es comunicador audiovisual multimedia, le encanta la música, la fotografía, la moda y las nuevas tendencias. Trabajó en el área de Marketing de una empresa de distribución de zapatillas.

Ante la pregunta ¿Alguna vez recibiste algún apodo o burla por ser gay? Franco responde: “Hacían comentarios algo repulsivos referentes a mi orientación sexual y también determiné cuando alguien habla mal de ti o por ejemplo si te observa riéndose y tal. Estoy completamente seguro que más de uno habrá comentado algo de mi que nunca llegue a saber.” Franco durante la pandemia pudo emprender un negocio de venta de ropa y artículos para habitación. Pudo encontrar una mejor conexión con su forma de ser, expresándose libremente en redes sociales, recibiendo mucho apoyo y cariño de sus seguidores y piensa que no volvería jamás a su trabajo pasado.

Diego Vásquez

Diego tiene 24 años, es odontólogo de profesión y ama la fotografía. Actualmente trabaja en un centro odontológico. Diego comenta que cuando inició sus prácticas en un centro odontológico se sentía muy incómodo por las bromas e insultos que le hacían, él nunca dijo que era gay porque tenía vergüenza y pensaba que lo podían despedir del trabajo, se sentía muy rechazado en ese lugar. Posteriormente trabajó en

atención al cliente en cineplanet, después en un estudio de fotografía y finalmente en centros odontológicos. Ha recibido burlas de sus compañeros en los diferentes trabajos en los que ha estado y es por eso que quisiera tener su propio centro odontológico y ser independiente. Diego tuvo problemas de salud mental, entró en un cuadro de depresión y afectó mucho la salud tanto física como psicológica, es por eso que recibió terapias por mucho tiempo para poder sobrellevar diversas situaciones de exclusión.

6.5 Recursos clave

El despliegue de recursos claves para llevar a desarrollar la propuesta de valor se basa en ser operacionales. Tales como diseñadores gráficos para la elaboración de gráficas que alimenten y sigan una armonía visual para el logo y la línea de diseño. Gestor de redes sociales creativos para la creación de contenidos originales que llamen la atención al público objetivo. A la par se cuentan con Arquitectos de Interiores para el diseño de la Feria para poder realizar los mobiliarios y la distribución adecuada.

Con estos recursos nuestros beneficiarios tendrán una experiencia única ya que se genera una relación agradable con los usuarios. A continuación, se presentan los cuadros de gastos y cantidad.

Tabla 1

“Costos e inversiones”

| Materiales | Cantidad | Precio | Total |
|------------------------------|-----------------|---------------|-------------------|
| Escritorios | 4 | 250 | 1,000 |
| Sillones de escritorio | 4 | 150 | 600 |
| Sillas de visita | 2 | 150 | 300 |
| Archivadores | 4 | 20 | 80 |
| Laptops | 4 | 1,900 | 7,600 |
| Impresora | 1 | 670 | 670 |
| Telefono | 1 | 155 | 155 |
| Engranpadoras | 4 | 14 | 54 |
| Papel (Paquete de 500 hojas) | 4 | 14 | 57 |
| Perforadores | 4 | 11 | 42 |
| Lapiceros | 12 | 4 | 42 |
| Corrector | 4 | 2 | 8 |
| Auto Toyota | 1 | 36,832 | 36,832 |
| Lapices | 4 | 4 | 16 |
| Borrador | 8 | 2 | 16 |
| Resaltadores | 8 | 2 | 16 |
| Reglas | 8 | 1 | 4 |
| stand desmontable | 20 | 450 | 9,000 |
| vinil decorativo(paredes) | 10 | 120 | 1,200 |
| pintura | 12 | 85 | 1,020 |
| luces led neon | 14 | 38 | 532 |
| cuadros | 10 | 60 | 600 |
| mobiliario bancas (bar) | 6 | 150 | 900 |
| decoración (bar) | 5 | 500 | 2,500 |
| Equipo de sonido | 1 | 539 | 539 |
| Tarjeta presentacion (mil) | 5 | 100 | 500 |
| Microsoft | 5 | 181 | 905 |
| TOTAL | | | S/. 65,188 |

En el presente cuadro se detallan los gastos tanto de oficina como de renovación.

6.6 Aliados clave

Se optan por aliados a influencers que apoyan nuestra propuesta de valor y basados de acuerdo al público objetivo con el cual el usuario se sienta identificado. Los influencers llegan a más personas en la actualidad y son capaces de generar un impacto masivo en las redes en poco tiempo.

6.7 Fuentes de ingresos

"La Casa Rosa de Alin" es una expoferia que atiende toda la semana y cuenta con un espacio ambientado con 20 stands que rotará semanalmente exponiendo los emprendimientos de los jóvenes gays. Las fuentes de ingresos se manejan mediante el costo de alquiler de stands. A través de las encuestas se ha llegado a la conclusión que por 3 días a la semana el usuario pagará S/.500. Brindamos la facilidad de pago con un 50% al iniciar y 50% al finalizar. La elección de los 3 días dependerá tanto del usuario como de las reservaciones previas. Es preciso señalar que también se contará con un área de barra la cual estará disponible para todos los clientes y tendrá un catálogo de bebidas que cambia de precio según la elección.

A continuación se presenta el cuadro de presupuestos con una extensión de enero a diciembre.

Tabla 2

“Ingresos mensuales y recuperación de inversión”

| Rubro/Mes | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre |
|----------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Servicios: | | | | | | | | | | | | |
| Alquiler de Stands | 40,000 | 40,000 | 40,000 | 40,000 | 40,000 | 40,000 | 40,000 | 40,000 | 40,000 | 40,000 | 40,000 | 40,000 |
| Precio de alquiler semanal | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 |
| Semanas por mes | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Cantidad de stands | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 |
| Venta de bebidas | | | | | | | | | | | | |
| Aforo aprox por mes | 500 | 525 | 551 | 579 | 608 | 638 | 670 | 704 | 739 | 776 | 815 | 856 |
| Gaseosas | 600 | 660 | 728 | 800 | 880 | 968 | 1064 | 1172 | 1288 | 1416 | 1556 | 1712 |
| Precio unitario | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Cantidad vendida | 150 | 165 | 182 | 200 | 220 | 242 | 266 | 293 | 322 | 354 | 389 | 428 |
| Chilcano | 3600 | 3960 | 4356 | 4788 | 5268 | 5796 | 6372 | 7008 | 7704 | 8472 | 9324 | 10260 |
| Precio unitario | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| Cantidad vendida | 300 | 330 | 363 | 399 | 439 | 483 | 531 | 584 | 642 | 706 | 777 | 855 |
| INGRESOS TOTALES | 44,200 | 44,620 | 45,084 | 45,588 | 46,148 | 46,764 | 47,436 | 48,180 | 48,992 | 49,888 | 50,880 | 51,972 |

En el presente cuadro se detallan los costos de alquiler de stands, los tipos de bebidas que se venderán. Se estima un aumento de ingresos de más del 50%.

7. Resultados

Para poder generar resultados se realizó un prototipo en redes sociales donde se presentó un recorrido virtual con herramientas digitales 3D de “La Casa Rosa de ALIN” que fueron enviados a diferentes jóvenes gays que tienen sus marcas activas que respondieron entusiasmados e interesados en el proyecto. Además se publicaron una serie de flyers de intriga para identificar la reacción de los seguidores y usuarios, obteniendo resultados positivos en su totalidad.

8. Conclusiones

A través de esta investigación se logró identificar con mayor claridad el reto, encontrar un único objetivo de apoyar a jóvenes gays discriminados y brindar un espacio diseñado especialmente para ellos con el fin de generar mayores ingresos con sus emprendimientos. Este proceso transcurrió a través de diversas soluciones hasta poder concluir con la adecuada.

Se concluye que la solución propuesta es un modelo de negocio con objetivos de desarrollo sostenible único en su tipo dentro del mercado a nivel nacional que genera no solo una educación social sino también presenta una buena opción de inversión que incentiva el emprendimiento en jóvenes gays y se recomienda un amplio seguimiento en sus redes sociales, así como la implementación de publicidad dentro de ellas. Estos resultados se deben a una investigación del arquetipo a través de encuestas y entrevistas a profundidad.

9. Bibliografía

- Mil Serrano, A. Y. (2019). Presencia de discriminación y violencia laboral hacia empleados gays en empresas de Lima Metropolitana
<https://hdl.handle.net/20.500.12727/5398>
- Rodríguez Cáceres, L. A. (2014). *Experiencias de emprendimiento de hombres homosexuales en Bogotá* (Bachelor's thesis, Bogotá-Uniandes).
<https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/19813/u671485.pdf?sequence=1>
- Ceballos Mora, A. K. (2020). Reconocimiento de la homosexualidad, apoyo social, depresión e ideación suicida en personas homosexuales.
<https://revistas.udea.edu.co/index.php/psicologia/article/view/342120/20805810>
- Ramírez, E. J. J. (2018). *Mobbing en Lima Metropolitana: percepciones de trabajadores y trabajadoras homosexuales* (Doctoral dissertation, Pontificia Universidad Católica del Perú, Facultad de Letras y Ciencias Humanas. Mención: Psicología Social).
<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/13382>
- Jiménez Castaño, J., Cardona Acevedo, M. & Sánchez Muñoz, M. P. (2017). Discriminación y exclusión laboral en la comunidad LGBT: un estudio de caso en la localidad de chapinero, Bogotá Colombia.
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/112/11252977009/html/index.html>
- Mil Serrano, A. Y. (2019). Presencia de discriminación y violencia laboral hacia empleados gays en empresas de Lima Metropolitana.
https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/USMP_86053650281735d026123eb20d05723c
- Herrera Pérez, E., & Hernández Caro, S. F. (2019). Discriminación y exclusión laboral en población Igbti en Bogotá.
<http://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/handle/20.500.12010/7691>
- <https://www.efesalud.com/sentirse-excluido/>
- Martínez Santis, T. Comunidad LGBT: Una revisión de la realidad de la inclusión laboral en Colombia desde la perspectiva de la Psicología Comunitaria.

<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/40297>

- Ortiz-Tallo, M. (2019). *Psicopatología clínica: Adaptada al DSM-5*. Ediciones Pirámide.
http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/LIBROPsicopatolog%C3%ADa-cl%C3%ADnica-basada%20en%20DSM5.pdf
- Sandia, I., & Baptista, T. (2020). Egodistónico: Una Revisión en Busca de Definiciones. *Revista Colombiana de Psiquiatría*.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0034745020301207>
- Andrés, M. (2019). Presencia de discriminación y violencia laboral hacia empleados gays en empresas de Lima Metropolitana. *Repositorio Académico USMP*.
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5398/mil_say.pdf?sequence=1&isAllowed=y