



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE NEGOCIOS

PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN

Proyecto PracticaYA

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar el grado de bachiller en Administración y marketing

Para optar el grado de bachiller en Administración y Negocios Internacionales

Para optar el grado de bachiller en Contabilidad y Administración

AUTOR(ES)

Canto Briceño, Camila Alexandra (0000-0001-5637-6769)

Domínguez Quiroz, Kassandra (0000-0002-4331-3635)

Guía Romero, Moisés Fernando (0000-0001-6655-5285)

Naveda de la Cruz, Ruth Noemi (0000-0001-7878-8991)

Solís Vallejo, Daniela (0000-0002-1226-7015)

ASESOR

Arteaga Cueva, Javier Alcides (0000-0003-1477-3672)

Lima, [5 de Julio del 2021]

DEDICATORIA

[Para cada uno de nuestros familiares, amigos y profesores que dedicaron esfuerzo, tiempo y recursos; con el fin de vernos egresados. La totalidad de nuestros agradecimientos conjuntos para agradecer su apoyo incondicional en el mejor proceso y etapa de nuestras vidas]

RESUMEN

En el presente proyecto de investigación, se desarrollará un tema de suma importancia para el ámbito laboral y profesional. Hoy en día, para los jóvenes estudiantes debido a la coyuntura generada por la pandemia, es decir, por el Covid-19. En específico, este proyecto tratará de proponer una posible alternativa de ayuda para todos aquellos estudiantes que se encuentran en búsqueda de prácticas pre profesionales y deseen cumplir los créditos requeridos para poder culminar la universidad o instituto en el que se encuentren. Una de las razones por las que se decidió abordar este tema es por la poca oferta que existe y siempre ha existido en las plataformas actuales con respecto a las prácticas, al ser plataformas grandes se enfocan mucho más en los trabajos profesionales. Asimismo, piden requisitos fuera de la realidad de un practicante como por ejemplo, experiencia previa de un año, cuando las prácticas son el primer trabajo que se obtiene cuando se están formando profesionalmente.

En primera instancia se explicó el problema a responder con entrevistas tanto de los jóvenes contando sus experiencias buscando prácticas sin ningún éxito y empresas que buscan prácticas y cuáles son sus requisitos. Es ahí donde empiezan los hallazgos y aprendizajes más importantes para encontrar la posible solución al problema principal.

A partir de ahí se desarrollaron diferentes experimentos para poder verificar y validar si tenía aceptación nuestro proyecto en diferentes circunstancias y ámbitos. Y finalmente, se realizó el respectivo plan financiero para observar cuál iba a hacer nuestra inversión, los gastos y precios para este proyecto.

A continuación, se explicará a mayor detalle cada uno de los puntos desarrollados en este trabajo de investigación.

Palabras clave: Proyecto de investigación, prácticas profesionales, universidad, instituto, falta de experiencia.

PROYECTO PRACTICA YA

ABSTRACT

In the present research project, a topic of great importance will be developed for young students at the moment due to the situation generated by the pandemic, or rather by Covid-19. Specifically, this project will seek to propose a possible alternative of assistance for all young students who are in search of pre-professional practices to culminate the university or institute in which they are located. One of the reasons why we decided to address this issue was precisely because of the current situation in which we find ourselves, because it is more tedious for these young people to find pre-existing practices because of the lack of experience or requirements that are requested. That is why as a group we have proposed to develop a platform exclusively between young people and companies in search of pre-professional practitioners.

In the first instance the problem was explained to respond with interviews of both young people counting their experiences looking for practices without any success and companies seeking practices and what their requirements are. This is where the most important findings and learning begin to find the possible solution to the main problem.

From there different experiments were developed to be able to verify and validate whether our project was accepted in different circumstances and fields. And finally, the respective financial plan was carried out to see what our investment, the costs and prices for this project would do.

Each of the points developed in this research work will be explained in more detail below.

Keywords: Research project, professional practices, university, institute, lack of experience.

CONTENIDO

1. FUNDAMENTOS INICIALES	7
1.1. Equipo de trabajo	7
2. VALIDACIÓN DEL PROBLEMA	8
2.1. Breve explicación del problema que se espera resolver	8
2.2. Diseño y guía de entrevistas de exploración	9
2.3. Síntesis de los resultados obtenidos	9
2.4. Hallazgos principales de cada una de las entrevistas desarrolladas	10
2.5. Aprendizajes	10
2.6. Sustentación de la validación del problema	10
3. VALUE PROPOSITION CANVAS	11
3.1. Perfil del cliente	11
3.2. Encaje	12
3.3. Descripción de la propuesta de valor	12
3.4. Identificación de elementos diferenciales	13
4. BUSINESS MODEL CANVAS	13
4.1. BMC (gráfico)	13
4.2. Desarrollo y sustento de cuadrantes (texto)	14
5. VALIDACIÓN DE LA SOLUCIÓN	15
5.1. Validación técnica de la solución	15
5.1.1. Experimento 1	15
5.1.2. Experimento 2	17
5.2. Validación de la experiencia de usuario	19
5.2.1. Experimento 1	19
5.2.2. Experimento 2	21
6. VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO	26
6.1. Validación de canales	26
6.1.1. Experimento 1	26
6.2. Validación de recursos clave	28
6.2.1. Experimento 1	28
6.3. Validación de actividades clave	37
6.3.1. Experimento 1	37
6.4. Validación de socios clave	39
6.4.1. Experimento 1	39

7.	VALIDACIÓN DEL INTERÉS DE COMPRA	43
7.1.	Experimento 1	43
7.2.	Experimento 2	48
7.3.	Experimento 3	50
7.4.	Experimento 4	55
8.	PLAN FINANCIERO	58
8.1.	Proyección de ventas	58
8.2.	Presupuesto de inversión del proyecto	58
8.3.	Ingresos y egresos	60
8.4.	Flujo de caja	61
8.5.	VAN, TIR Y periodo de recupero	64
8.6.	Financiamiento	65
9.	Conclusiones y recomendaciones	66
10.	Bibliografía	67
11.	Anexos	68

INDICE DE FIGURAS

<u>FIGURA 1.</u>	<u>PERFIL DEL ESTUDIANTE EN BUSQUEDA DE PRACTICAS PRE Y/O PROFESIONALES.....</u>	<u>13</u>
<u>FIGURA 2.</u>	<u>PERFIL DE LAS EMPRESAS EN BUSQUEDA DE PRACTICANTES.....</u>	<u>13</u>
<u>FIGURA 3.</u>	<u>PERFIL DE EMPRESAS E INSTITUTOS EN BÚSQUEDA DE PUBLICIDAD</u>	<u>14</u>
<u>FIGURA 4.</u>	<u>BUSINESS MODELO CANVAS.....</u>	<u>16</u>
<u>FIGURA 5.</u>	<u>EXPERIMENTO DE IMÁGENES DE POST EN PAGINAS DE INSTAGRAM</u>	<u>26</u>
<u>FIGURA 6.</u>	<u>SUSTENTACION DE VALIDACIONES POST DE INSTAGRAM.....</u>	<u>28</u>
<u>FIGURA 7.</u>	<u>MOCKUP DE LA APLICACIÓN "PRACTICA YA"</u>	<u>37</u>
<u>FIGURA 8.</u>	<u>CORREO ENVIADO A LAS 10 EMPRESAS.....</u>	<u>49</u>
<u>FIGURA 9.</u>	<u>INFOGRAFÍA DE INFORMACIÓN DE PRACTICA YA.....</u>	<u>50</u>
<u>FIGURA 10.</u>	<u>CONTACTO DE BOTICA FRANCESA SA CON PRACTICA YA.....</u>	<u>51</u>

<u>FIGURA 11.</u>	<u>CONTACTO DE EXCELLENT CHEMICAL SAC CON PRACTICA YA</u>	<u>51</u>
<u>FIGURA 12.</u>	<u>CONTACTO DE TECNIFLOW SAC CON PRACTICA YA</u>	<u>52</u>
<u>FIGURA 13.</u>	<u>CONTACTO DE LIMA CAUCHO SAC CON PRACTICA YA</u>	<u>52</u>
<u>FIGURA 14.</u>	<u>SUSTENTACION DE VALIDACIÓN PLATAFORMA TIK TOK</u>	<u>55</u>
<u>FIGURA 15.</u>	<u>FIGURA ANUNCIO ORGÁNICO EN FACEBOOK - MÉTODO CONCIERGE</u>	<u>57</u>
<u>FIGURA 16.</u>	<u>RESULTADOS DE ANUNCIO ORGÁNICO MEDIANTE FACEBOOK</u>	<u>59</u>
<u>FIGURA 17.</u>	<u>RESULTADOS DE EXPERIMENTO DE ANUNCIO EN FACEBOOK</u>	<u>60</u>
<u>FIGURA 18.</u>	<u>TARIFA DE LA EMPRESA PRACTICA YA</u>	<u>62</u>

INDICE DE TABLAS.

<u>TABLA 1.</u>	<u>VALIDACIÓN DEL MODELO EXPERIMENTO 1</u>	<u>18</u>
<u>TABLA 2.</u>	<u>BITACORA DE ACTIVIDADES PARA EL EXPERIMENTO 1</u>	<u>19</u>
<u>TABLA 3.</u>	<u>INTERPRETACION DE RESULTADOS DE EXPERIMENTO 1</u>	<u>19</u>
<u>TABLA 4.</u>	<u>MATRIZ DE VALIDACIÓN DE EXPERIMENTO 2</u>	<u>20</u>
<u>TABLA 5.</u>	<u>VALIDACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE USUARIO</u>	<u>22</u>
<u>TABLA 6.</u>	<u>BITACORA DE ACTIVIDADES DE EXPERIMENTO 1</u>	<u>23</u>
<u>TABLA 7.</u>	<u>PORCENTAJES DE USUARIOS SEGÚN PREFERENCIA DE PLATAFORMA</u>	<u>24</u>
<u>TABLA 8.</u>	<u>VALIDACION DE MODELO EXPERIMENTO 2</u>	<u>25</u>
<u>TABLA 9.</u>	<u>BITACORA DE ACTIVIDADES EXPERIMENTO 2</u>	<u>27</u>
<u>TABLA 10.</u>	<u>VALIDACION DE CANALES</u>	<u>29</u>
<u>TABLA 11.</u>	<u>BITÁCORA DE ACTIVIDADES</u>	<u>30</u>
<u>TABLA 12.</u>	<u>MATRIZ DE VALIDACION DE EXPERIMENTO 1</u>	<u>31</u>

<u>TABLA 13.</u>	<u>VALIDACION DE EXPERIMENTO 1</u>	<u>40</u>
<u>TABLA 14.</u>	<u>BITACORA DE ACTIVIDADES EXPERIMENTO 1</u>	<u>41</u>
<u>TABLA 15.</u>	<u>VALIDACION DE SOCIOS CLAVES</u>	<u>43</u>
<u>TABLA 16.</u>	<u>VALIDACION DE ESTRUCTURA DE COSTOS</u>	<u>44</u>
<u>TABLA 17.</u>	<u>ESTRUCTURA DE COSTOS FIJOS, VARIABLES Y UNITARIOS</u>	<u>46</u>
<u>TABLA 18.</u>	<u>BITACORA DE ACTIVIDADES DE VALIDACION DE INTERÉS DE COMPRA</u>	<u>47</u>
<u>TABLA 19.</u>	<u>BITÁCORA DE ACTIVIDADES DE EXPERIMENTO 2</u>	<u>54</u>
<u>TABLA 20.</u>	<u>EXPERIMENTO: ANUNCIO ORGÁNICO EN FACEBOOK DE ACEPTACIÓN EN CVS</u>	<u>55</u>
<u>TABLA 21.</u>	<u>BITACORA DE ACTIVIDADES DE ESTRATEGIAS</u>	<u>58</u>
<u>TABLA 22.</u>	<u>PROYECCION DE VENTAS</u>	<u>63</u>
<u>TABLA 23.</u>	<u>PRESUPUESTO DE INVERSION EN EL PROYECTO</u>	<u>65</u>
<u>TABLA 24.</u>	<u>FLUJO DE INGRESOS Y EGRESOS</u>	<u>67</u>
<u>TABLA 25.</u>	<u>FLUJO DE CAJA</u>	<u>70</u>
<u>TABLA 26.</u>	<u>VAN, TIR Y PERIODO DE RECUPERO</u>	<u>71</u>
<u>TABLA 27.</u>	<u>FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO</u>	<u>72</u>
<u>TABLA 28.</u>	<u>ENTREVISTA A LOS EXPERTOS</u>	<u>85</u>

1. FUNDAMENTOS INICIALES

1.1. Equipo de trabajo

	<p>Camila Alexandra Canto Briceño</p> <p>Estudiante de 22 años de Administración y Negocios Internacionales. Dentro de mis funciones, estaba brindar la idea de negocio para poder validarla. Asimismo, validar si el público objetivo, tanto practicantes como empresas, estaban dispuestas a tomar el servicio. También validar si los precios colocados son aceptados.</p> <p>Así como hacerle seguimiento semana tras semana a los cambios por realizar.</p>
	<p>Ruth Noemi Naveda de la Cruz</p> <p>Estudiante de Contabilidad y Administración con 23 años de edad. Mis funciones principales fueron la comunicación con las empresas interesadas y con el público objetivo mediante las redes sociales. Asimismo, estoy encargado del seguimiento continuo para lograr observar su rendimiento del proyecto mediante estrategias de crecimiento.</p>
	<p>Kassandra Domínguez Quiroz</p> <p>Estudiante de la carrera de Administración y Negocios Internacionales con 22 años de edad. Una de mis funciones principales en el trabajo fue implementar estrategias de ventas para poder llegar al cliente mediante plataformas virtuales. Además, integrar algunos cambios en el modelo de negocio para tener una mejora en la propuesta.</p>

	<p>Moisés Fernando Guía Romero Estudiante de 23 años de edad en el último ciclo de la carrera de Administración y Marketing</p> <p>Mis funciones principales fueron el orden y separación de funciones de los integrantes del grupo. Otra de mis funciones fue la parte financiera y experimentos relacionados con ello para lograr ventas las cuales puedan representar una idea de negocio viable.</p>
	<p>Daniela Solís Vallejo</p> <p>Estudiante de 23 años de edad cursando el décimo ciclo de la carrera de Administración y Marketing</p> <p>Principales funciones del proyecto: Encargado del área de marketing, elaborar e implementar la plataforma web de Practica YA, creación de anuncios en Instagram y Facebook para los experimentos. Asimismo, realizar encuestas con el fin de conocer las necesidades y preferencias de consumo de redes sociales de nuestro público objetivo.</p>

2. VALIDACIÓN DEL PROBLEMA

2.1. Breve explicación del problema que se espera resolver

El presente trabajo se centrará en el mercado laboral, específicamente, en los jóvenes que estén en búsqueda de prácticas pre profesionales y profesionales. El problema identificado en esta ardua indagación por conseguir trabajo es que muchas veces se trata de jóvenes estudiantes que no cumplen muchos de los requisitos porque no cuentan con la experiencia laboral mínima que piden en los puestos o no cuentan con conocimientos extras como idiomas, manejo de Excel, o porque simplemente no pueden llevar la entrevista laboral de la mejor manera.

Además, sumado a ello, a comienzos de la pandemia por el covid-19, la situación de las empresas se vio afectada por las pérdidas ocasionadas por la falta de ingresos y por ello, las empresas no contrataban o no renovaban contratos con precisamente los practicantes o jóvenes que recién habían ingresado a trabajar. Este problema sigue afectando a los estudiantes, ya que las empresas prefieren contratar a personas con mucha experiencia en el rubro, y no precisamente practicantes.

Es por esta razón que se quiere enfocar en este sector, con el fin de ayudarlos a entrar en el ámbito laboral por medio de una aplicación donde no solo les ayudará a buscar de manera exclusiva las prácticas, si no que debido a la demanda, las

empresas quieren y buscan a personas que cuenten con más requisitos o habilidades que les permita confiar en estos estudiantes como manejos de Excel, office, idiomas, o simplemente jóvenes con más desarrollo personal y laboral, por medio de las entrevistas.

2.2. Diseño y guía de entrevistas de exploración

Guía de entrevistas en la Tabla N°1 anexos

2.2.1. Entrevista a personas del público objetivo (20 entrevistas)

Se entrevistó, grabó y redactó 20 entrevistas de nuestro público objetivo, los cuales tienen las siguientes características: Estudiar una carrera técnica o universitaria, Encontrarse en los últimos ciclos o años de su carrera, tener disponibilidad de trabajar. La guía de entrevistas se encuentra en los anexos en la Tabla N°1, al igual que las entrevistas redactadas y sus videos respectivos.

2.2.2. Entrevistas a expertos (5 entrevistas)

Se entrevistó, grabó y redactó 5 entrevistas a expertos del sector, los cuales tenían características de alta gerencia en recursos humanos, gerencia general y jefes de áreas de reclutamiento, los cuales pueden darnos una idea precisa de si la idea de negocio es viable y atractiva. La guía de preguntas se encuentra en anexos como Tabla N°2 y las entrevistas posteriores a lo mencionado.

2.3. Síntesis de los resultados obtenidos

Después de haber revisado todas las entrevistas, se puede observar que casi todos los entrevistados cuentan con problemas para buscar prácticas pre profesionales debido a que no cuentan con los requisitos ni la experiencia suficiente para llevar a cabo un trabajo. Esto hace referencia a que muchos de los entrevistados no saben o piensan que sus CVs no están suficientemente a la altura para causar un buen impacto en la empresa que busca postulantes. Además, sienten que los requisitos que piden las empresas a un practicante pre son muchas como manejo de Excel intermedio, idiomas o manejo de algún programa que desconocen porque en las universidades o no enseñan o de manera muy básica; y no solo eso, sino que las empresas piden experiencia de más de 3 o 6 meses.

Luego de analizar las entrevistas a los expertos, se puede evidenciar que estos tienen clara su posición y sus requerimientos dentro de un proceso de selección. Como, por ejemplo, la importancia de habilidades de inglés, Excel, análisis de datos. Así como habilidades más generales, tales como trabajo en equipo, adaptabilidad de cambios, proactivos y con disposición de aprendizaje. Por otro lado, consideran que es importante la necesidad adaptarse a este nuevo contexto en pandemia, por lo que las entrevistas son virtuales. Asimismo, se considera importante asegurar un estudiante o practicante de calidad para agregar valor a la empresa con su trabajo.

2.4. Hallazgos principales de cada una de las entrevistas desarrolladas

Dentro de las entrevistas realizadas se puede decir que uno de los principales hallazgos es la falta de preparación del estudiante al momento de buscar y postular al puesto de trabajo. Lamentablemente, hoy en día la coyuntura genera mayor incertidumbre y problemas en la búsqueda del mejor postulante y es por ello que para los estudiantes les resulta más complicado obtener todos los requisitos que se necesitan al momento de querer postular.

Dentro de las entrevistas realizadas a los expertos, se puede presentar que el principal hallazgo es que las convocatorias que realizan para practicantes, son mayormente para estudiantes de séptimo a décimo ciclo. En este momento, los estudiantes ya tienen una base formada sobre su carrera, por lo que deben demostrar lo aprendido en el día a día en el trabajo.

2.5. Aprendizajes

La búsqueda de trabajo cuando aún siguen en la universidad se ha vuelto más tediosa y competitiva. Los entrevistados estudiantes han mencionado que hoy en día las plataformas por donde buscan prácticas se han olvidado de ellos, donde el 80% de búsqueda de puestos de trabajos son para puestos mayores, y no están enfocados precisamente en los practicantes que consideran que por las distintas trabas que existe por la pandemia resulta más difícil encontrar trabajo.

Además, luego de analizar las entrevistas podemos decir que existe una problemática que enfrentan los practicantes que recién empiezan a buscar prácticas que precisamente es la falta de recursos para poder enfrentar los requisitos que piden las empresas, como contar con un buen manejo de Excel, SAP, programas SQL, entre otros que muchos de los entrevistados no conocían a nivel intermedio o avanzado. Además, existe un problema en cómo el estudiante debería de empezar a realizar su cv si es que no cuenta con experiencia, pero necesita que se vea interesante y cause impacto al mismo tiempo.

Por el lado de las empresas, estas se encuentran buscando profesionales altamente competitivos, con habilidades generales y también diferenciadoras, tales como Excel, SAP, inglés, y análisis de datos

2.6. Sustentación de la validación del problema

Una vez realizada todas las entrevistas, se sustenta la existencia de un problema en la falta de preparación de los estudiantes para entrar en el ámbito laboral. Por lo tanto, si los estudiantes tuvieran mayores recursos de desenvolvimiento desde ciclos tempranos en la universidad estarían más capacitados y beneficiarían a las empresas, haciendo el trabajo más fácil de búsqueda.

Por otro lado, las empresas se benefician de manera que, si necesitan un practicante, tienen la opción de ingresar a la plataforma y no estar mandando convocatorias a distintas plataformas las cuales tienen un mercado más amplio, de profesionales y pocos practicantes

3. VALUE PROPOSITION CANVAS

3.1. Perfil del cliente

3.1.1. Estudiantes en búsqueda de prácticas pre y/o profesionales

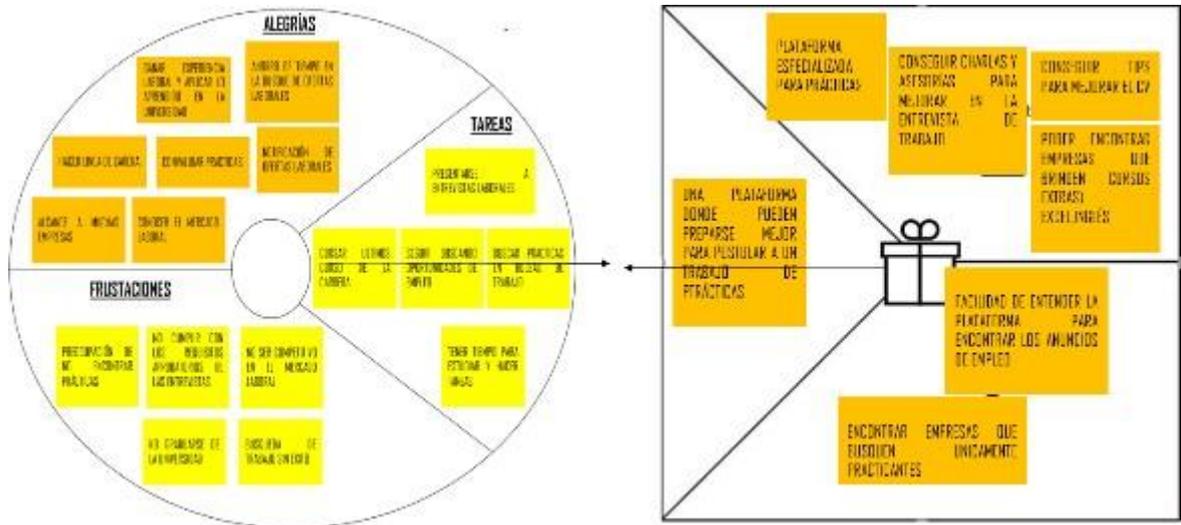


Figura 1. Perfil del estudiante en búsqueda de practicas pre y/o profesionales.

3.1.2. Empresas en búsqueda de practicantes

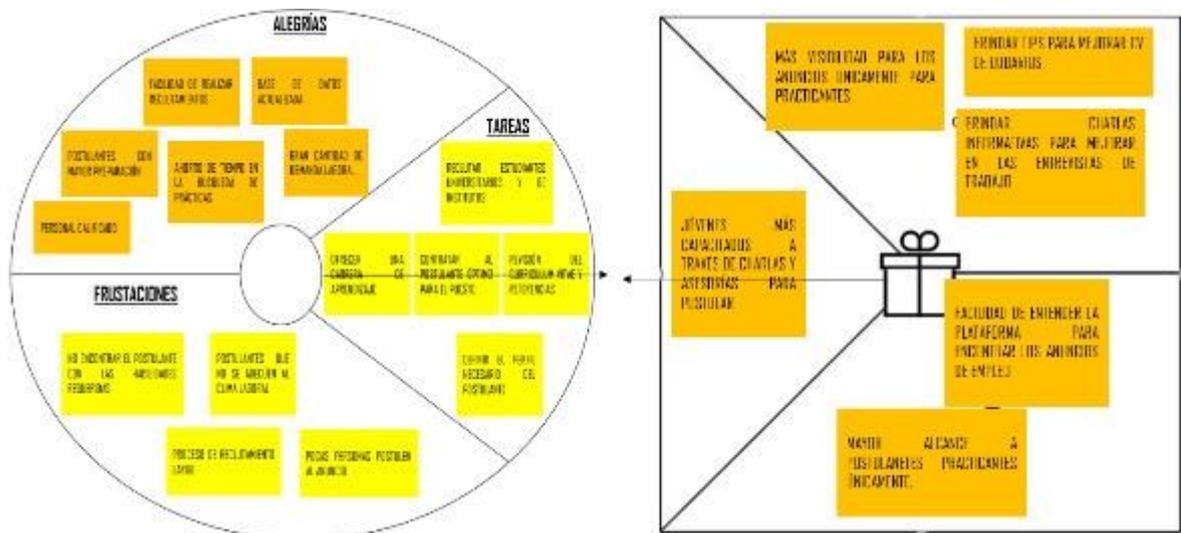


Figura 2. Perfil de las empresas en búsqueda de practicantes.

3.1.3. Empresas e institutos en búsqueda de publicidad.

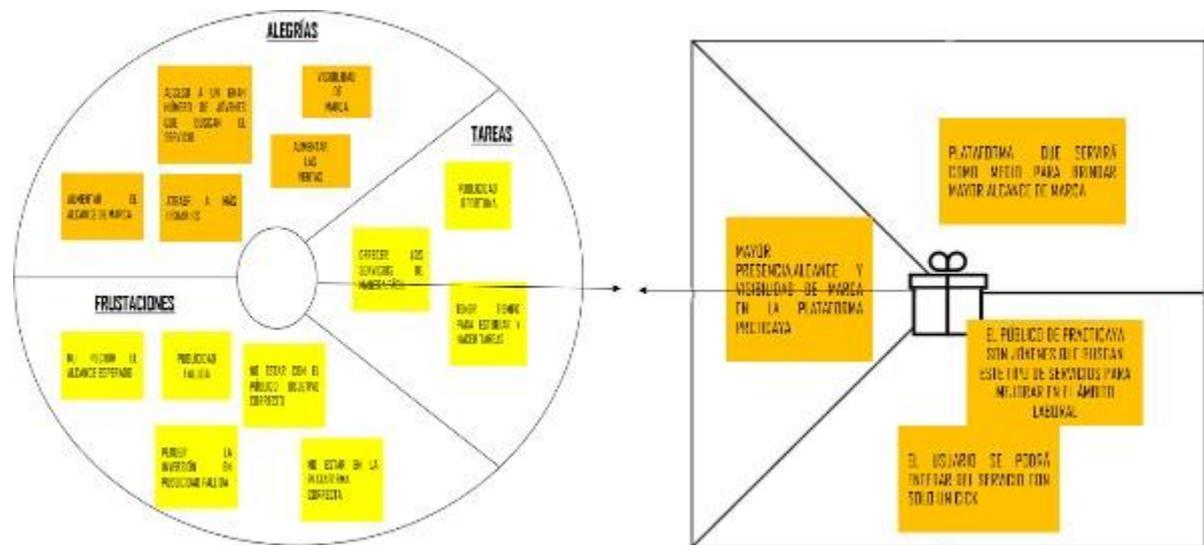


Figura 3. Perfil de empresas e institutos en búsqueda de publicidad.

3.2. Encaje

Después de haber realizado el análisis cruzado de los 3 distintos perfiles de los segmentos de clientes y la propuesta de valor de PracticaYA para cada uno de ellos podemos observar los diferentes atributos del proyecto que encajan con los requerimientos de cada perfil.

Es así que el problema identificado que comparten en conjunto los 3 perfiles es que falta preparación y experiencia para postular a un puesto de trabajo. Por parte de la empresa o instituto que buscan reclutar practicantes, el problema está en que necesitan a personas con mayor preparación, no solo contar con experiencia en otros trabajos, sino que tienen que tener las habilidades blandas más presentes, para poder desarrollarse en entrevistas de trabajo sin mayores problemas. Y de igual manera los estudiantes de hoy quieren aprender más allá de la universidad, poder encontrar plataformas que los ayuden a formarse mejor al momento de postular a algún puesto de trabajo como practicante porque muchos de ellos comienzan desde temprana edad buscando y es poco probable que a esa edad cuenten con experiencia laboral, por lo que desean explotar su habilidad por otro ámbito. Y, no obstante, por el lado de las empresas que buscan publicidad, lo que quieren es básicamente poder estar en una plataforma que pueda tener el público objetivo que necesite de su servicio para ganar mayor visibilidad y alcance de marca, y por supuesto poder generar ganancias a través de los cursos que necesitan los jóvenes para formarse y prepararse mejor cuando esté buscando prácticas porque un cv es más llamativo cuando tiene habilidades en algún curso extra.

3.3. Descripción de la propuesta de valor

La propuesta de valor de PracticaYA es poder brindar un servicio más especializado y enfocado en los jóvenes que buscan prácticas y de la misma manera a las empresas que buscan practicantes. No obstante, la diferencia con esta plataforma es que no solo será un portal de búsqueda, sino que podrán acceder a diferentes ayudas para una mejor preparación en el ámbito laboral y así mejorar el perfil de cada uno de los postulantes y así las empresas puedan ver que en esta plataforma van a encontrar jóvenes con capacidades y habilidades que puedan de alguna manera reducir las probabilidades de no ser escogidos por no tener experiencia laboral.

3.4. Identificación de elementos diferenciales

En comparación con la propuesta de otras empresas en el mercado, estas empresas solo sirven como un portal de búsqueda de cualquier tipo de trabajo laboral. Es ahí donde empieza nuestra diferenciación ya que, en primer lugar, nuestra empresa PracticaYA no solo servirá de portal de búsqueda de diferentes trabajos en diferentes rubros, sino que se especializa en aquellas personas que se han visto afectadas para culminar sus estudios y graduarse; y también aquellas personas que están buscando prácticas laborales al culminar sus estudios. Es por ello que PracticaYA es específicamente dirigido a jóvenes que buscan prácticas laborales.

Otro aspecto diferenciador a la competencia es que en PracticaYA los jóvenes que sean parte de la comunidad van a poder gozar de las asesorías, charlas y tips en varios aspectos como entrevistas laborales o al momento de crear el cv para poder enriquecerlos y que estén mejor preparados que a comparación de otros jóvenes que busquen prácticas en una página o app que solo busquen y nada más. Este punto es debido a que en las entrevistas al público objetivo se ha podido evidenciar que no se encuentran lo suficientemente preparados para iniciar un trabajo, más allá de que no cuentan con mucha experiencia es porque no saben cómo responder ante preguntas o respuestas que se den al momento de buscar prácticas.

Por último, pero no menos importante, en nuestra plataforma contaremos con publicidad de terceras empresas que entreguen servicios para aún mejorar las habilidades de los jóvenes como manejo de Excel, idiomas, programas, entre otros programas para que de esta manera se incentive a las personas a mejorar más para que pueda tener un mejor perfil en la plataforma y ser más atractivos para las empresas.

4. BUSINESS MODEL CANVAS

4.1. BMC (gráfico)

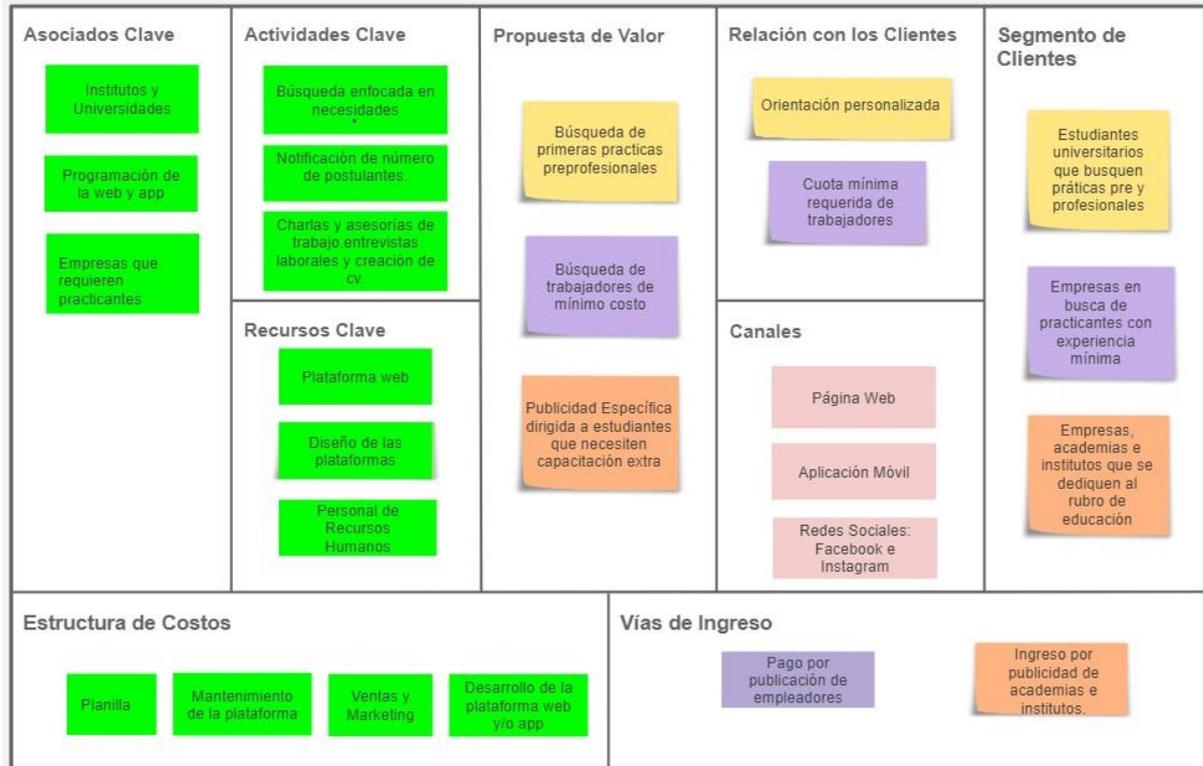


Figura 4. Business Modelo Canvas

4.2. Desarrollo y sustento de cuadrantes (texto)

- **Segmento de clientes**

El segmento de clientes de nuestra idea de negocio sobre un aplicativo y sitio web enfocado en la búsqueda de practicantes pre y/o profesionales se divide en dos. Por un lado, está dirigido a los estudiantes de universidades e institutos que buscan prácticas pre y/o profesionales que no cuentan con la suficiente experiencia y especializaciones en cursos o talleres que las empresas normalmente están interesadas, es decir enfocados en los estudiantes que están desde sexto ciclo en adelante. Por otro lado, también está dirigido para las empresas pequeñas, medianas y grandes ubicadas en Lima Metropolitana (Provincia de Lima y Provincia Constitucional del Callao) que están en busca de practicantes pre y/o profesionales capacitados.

- **Relación con los Clientes**

Con respecto a dicho segmento, se divide en dos puntos. Por un lado, se mantiene una comunicación personalizada con ambos tipos de segmentos de clientes. De esta manera, PracticaYA está pendiente de las quejas, consultas y críticas constructivas. Por otro lado, para incrementar la confianza con los clientes se ofrecen precios justos y seguridad en la oferta de practicantes pre y/o profesionales de calidad a las empresas interesadas.

- **Canales**

Esta aplicación se ofrecerá al público por tres medios diferentes. Tanto en el sitio web y app de PracticaYA se podrán visualizar las ofertas de prácticas pre y/o profesionales, en donde se podrán modificar el CV y filtrar como el tiempo de experiencia, cursos de talleres técnicos, nivel de inglés, entre otros. Asimismo, las redes sociales como Instagram, Facebook y tiktok para de esta manera obtener la atención de jóvenes estudiantes y empresas.

- **Propuesta de valor**

La propuesta de valor de PracticaYA es ser un fácil intermediario en la búsqueda laboral entre las empresas, practicantes pre y/o profesionales y capacitadores sin experiencia laboral. De esta manera, se ofrecen cursos sobre charlas en donde se hablarán de tips para las entrevistas. Asimismo, se facilitarán las ofertas de cursos técnicos importantes como Excel e inglés dictados por universidades e institutos de alto prestigio.

- **Actividades Claves**

Con respecto a este segmento, PracticaYA debe realizar actividades significativas como desarrollar filtros especializados en la búsqueda de las empresas y de las ofertas laborales de practicantes pre y/o profesionales según tiempo de experiencia, nivel de idiomas, sector económico, entre otros. Asimismo, se encargará de notificar a las empresas sobre las nuevas postulaciones como para los estudiantes sobre nuevas ofertas de trabajo. Por último, se dictarán charlas y asesorías sobre tips para el óptimo desarrollo de las entrevistas de trabajo.

- **Recursos Claves**

Con respecto a este segmento, el principal recurso es la plataforma online de PracticaYA debido a que se mostrará el funcionamiento del negocio para el uso de ambos segmentos de clientes. De esta manera, el diseño de esta plataforma es determinante para la atracción de talentos y potenciales usuarios para que esta sea llamativa, de gran acceso y fácil de usar. Por último, el personal de recursos humanos cumple un rol muy determinante para las charlas y asesorías sobre el óptimo desarrollo de las entrevistas de trabajo.

- **Asociados claves**

Los socios claves para el desarrollo de PracticaYA son las empresas que requieran practicantes pre y/o profesionales. Asimismo, las diversas universidades e institutos de lima que están interesadas en ofrecer la oferta laboral de sus estudiantes y de esta manera las que ofrezcan cursos sobre idiomas, Excel para promocionarlos en nuestra plataforma.

- **Estructura de Costos**

Los costos principales que se van a incurrir en el desarrollo de esta plataforma llamada PracticaYA son los incurridos en la elaboración de las plataformas online (sitio web y app) así como los constantes mantenimientos de los servidores, gastos financieros, servidores, entre otros. Asimismo, los costos de las planillas del personal administrativo y de recursos humanos para las charlas. Por último, los gastos que se van a incurrir para el rol de marketing y publicidad de la empresa en las redes sociales (Hosting).

- **Vías de Ingreso**

Existen dos tipos de ingresos para la plataforma de PracticaYA. En primer lugar, el cobro mensual a las empresas e institutos que están en busca de practicantes pre y/o profesionales para la selección de calidad laboral a pesar de no tener la suficiente experiencia. En segundo lugar, un ingreso extra sería el cobro por la publicidad de las empresas e institutos que están interesados en promocionar la oferta de cursos de especialización de inglés y Excel.

5. VALIDACIÓN DE LA SOLUCIÓN

5.1. Validación técnica de la solución

5.1.1. Experimento 1

PracticaYA: Validación del modelo
Hipótesis: Las grandes y medianas empresas muestran mayor interés en conseguir trabajadores de una forma rápida y segmentada
Cuadrante que valida: Segmento
Tipo de experimento: Entrevista a reclutadores de diversas empresas y gerentes de áreas comerciales y administrativas
Métrica: Número de entrevistados que valore a rapidez de respuesta de sus búsquedas
Criterio de éxito: El 70% de entrevistados valoran la rapidez de respuesta de sus búsquedas

Tabla 1. Validación del modelo Experimento 1.

a. Objetivo del experimento

El objetivo principal del experimento consta de poder validar si la propuesta de valor es atractiva para reclutadores y diversas empresas en el ámbito de rapidez y facilidad de uso para los distintos usuarios.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Se realizó la preparación de 7 preguntas para diversas entrevistas con reclutadores de distintas empresas y también gerentes de áreas comerciales y administrativas, las cuales también están pendientes de los procesos de selección y reclutamiento de personal.

ii. Bitácora de actividades

Actividad	Tarea	Resultado
Formular y realizar las 7 preguntas para obtener los resultados de la validación de la propuesta de valor	Formular y organizar las entrevistas en diferentes horarios según cada entrevistado y su disponibilidad de tiempo	Obtener data suficiente para corroborar si la propuesta de valor es viable y atractiva al mercado objetivo, en este caso las empresas y los reclutadores independientes
Diseñar gráficos para visualizar mejor los resultados en un Excel.	Crear gráficos de barras	Permitirá visualizar los resultados de manera más ordenada, la cual se puede analizar fácilmente.

Tabla 2. Bitacora de actividades para el experimento 1.

c. Análisis e interpretación de resultados

Sí se cumplió el criterio de éxito, ya que el 100% de los entrevistados valoran la rapidez de respuesta de sus búsquedas.

En realidad, la rapidez que tienen actualmente estas aplicaciones o plataformas de reclutamiento es el principal valor que le dan las empresas y las personas reclutadoras al momento de usarlas, ya que ahorran tiempo que se ahorran al realizar una convocatoria en alguna de estas plataformas es mucho más rápido, ya que dejan que los usuarios vengan a la empresa y compitan por ser el mejor candidato. El segundo valor de importancia que le dan es la diversidad que existe y los filtros que pueden ser beneficiosos para la empresa, para que no le llegue una cantidad insostenible de CVs sino con los requerimientos necesarios.

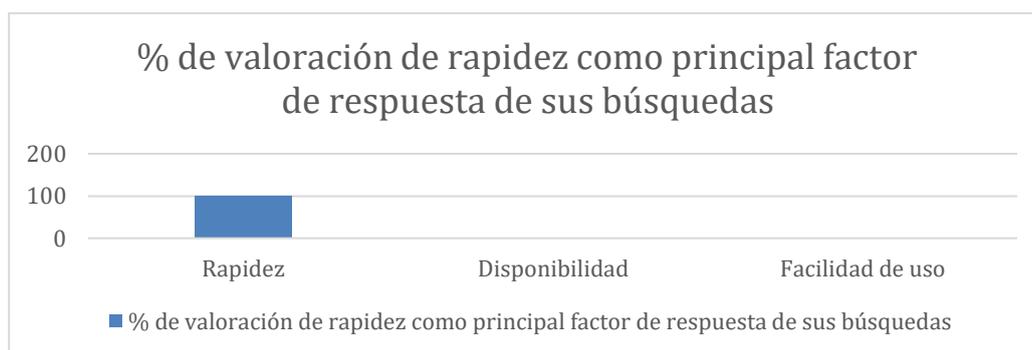


Tabla 3. Interpretación de resultados de experimento 1

- d. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc)

Links de entrevistas

- <https://www.youtube.com/watch?v=lovraxJOES8>
- <https://www.youtube.com/watch?v=MU72MJZcDVo&t=192s>
- <https://www.youtube.com/watch?v=iOBwxwQ5Rk8>
- <https://www.youtube.com/watch?v=lovraxJOES8>
- <https://www.youtube.com/watch?v=MU72MJZcDVo&t=192s>
- <https://www.youtube.com/watch?v=iOBwxwQ5Rk8>

5.1.2. Experimento 2

MATRIZ DE VALIDACIÓN	
Hipótesis	Las empresas, academias e institutos capacitadoras están dispuestos a pagar publicidad dirigida en nuestra plataforma, o publicidad dirigida en redes sociales.
Cuadrante validar	a Propuesta de valor y segmento
Método	Entrevista a áreas fuerza de ventas o marketing de las empresas, academias e institutos capacitadores
Métrica	Número de entrevistados que estén dispuestos a pagar publicidad mediante nuestra plataforma
Criterio de Éxito	El 60% de los entrevistados está dispuesto a pagar publicidad en nuestra plataforma
Resultado	Se cumplió que el entrevistado esté dispuesto a pagar publicidad mediante nuestra plataforma porque va dirigida a su público objetivo.
Aprendizaje, Decisiones	El aprendizaje fue que sería bueno preguntar antes del contrato mediante qué red social prefieren tener más alcance e invertir más en ello.

Tabla 4. Matriz de validación de experimento 2.

- a. Objetivo del experimento

Las empresas, academias e institutos capacitadores están dispuestos a pagar publicidad dirigida en la plataforma o publicidad dirigida en redes sociales.

- b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Para este experimento, se buscó encargados o dueños de algunas áreas de institutos o academias que ofrecen cursos que piden como requisitos indispensables al momento de postular a una empresa como inglés, Excel, etc. para poder entrevistar. Cabe resaltar que se hizo una entrevista al encargado de la empresa Idiomas Online que ofrece cursos online de inglés, francés.

ii. Bitácora de actividades

- Explicarle acerca del proyecto al encargado para que tenga información.
- Formular 3 preguntas para obtener resultados y validar la hipótesis de socios claves:
 - ¿Alguna vez has pensado en invertir en publicidad en alguna aplicación donde puedas encontrar a tu público objetivo para el curso de inglés mediante redes sociales?
 - ¿Crees que lograrás tener un buen alcance mediante la publicidad dirigida en nuestra plataforma?
 - ¿Mediante qué red social de preferencia te gustaría dirigirte a tu público objetivo? ¿Qué red social crees que tiene mejor alcance hacia este?
- Entrevistar al encargado haciéndole responder las preguntas basadas en interés de pagar publicidad dirigida en la plataforma.
- Con la información brindada del encargado pasamos a demostrar los resultados.

c. Análisis e interpretación de resultados

David Alexander Núñez Echevarría, gerente del Centro de Idiomas Online, un centro de idiomas para clases de inglés, francés para niños, jóvenes y adultos, tienen un convenio con un centro de Idiomas en Italia para convalidar este proceso. El, como encargado, si había pensado en invertir en publicidad mediante redes sociales, no necesariamente a través de una aplicación, pero comenta que le parece una buena idea porque sería directamente a su público objetivo que son los estudiantes o personas que necesitan aprender inglés. Además, cree que tendría un buen alcance por la propuesta direccionada al sector que necesita llegar, el maneja y capta clientes mayormente en Instagram, pero preferiría ahora en invertir en Facebook

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

El aprendizaje que se tuvo fue que antes de hacer cualquier contrato con algún centro o instituto que ofrecen estos cursos se pregunte mediante qué red social prefieren tener más alcance, porque en algunos casos no tienen mucha presencia en una de las dos redes sociales y quisieran potenciar en una de ellas.

e. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc)

Entrevista: <https://www.youtube.com/watch?v=BBaWzlik5oQ>

5.2. Validación de la experiencia de usuario

5.2.1. Experimento 1

PracticaYA: Validación del modelo
Hipótesis: Las empresas reclutadoras prefieren conseguir trabajadores pre y profesionales mediante una app directa, que mediante un proceso de solicitud de pertenecer a una bolsa de trabajo de una universidad.
Cuadrante que valida: Propuesta de valor
Tipo de experimento: Entrevista a expertos como reclutadores y ejecutivos de altos mandos que participan en el proceso de selección
Métrica: Número de entrevistados que prefieran una app a una solicitud formal a una bolsa de trabajo universitario
Criterio de éxito: El 80% de los entrevistados prefieren la app a la bolsa de trabajo universitario

Tabla 5. Validación de la experiencia de usuario

a. Objetivo del experimento

El objetivo principal del experimento consta de poder validar si la propuesta de valor es viable y llamativa para empresas y expertos los cuales son los encargados del proceso de reclutamiento y selección de nuevo personal de una empresa.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Se realizó la preparación de 7 preguntas para una entrevista con diferentes expertos, tanto como ejecutivos de altos mandos como subgerentes o gerentes de tienda, como también reclutadores. Mediante las preguntas se medirá el porcentaje de aceptación de una aplicación antes que utilizar la bolsa de trabajo de las universidades.

ii. Bitácora de actividades

Actividad	Tarea	Resultado
Formular y realizar las 7 preguntas para obtener los resultados de la validación de la propuesta de valor	Organizar y enviar link de reuniones agendadas por zoom según la disponibilidad de los expertos y estar en el momento pactado para realizarles la entrevista	Recolectar información de los 5 expertos objetivo para validar las la propuesta de valor y su afinidad por aplicaciones de reclutamiento o las mismas bolsas de trabajo de las universidades
Diseñar gráficos para visualizar mejor los resultados en un Excel.	Crear gráficos circulares	Mejor y más ordenada visualización de los resultados según la hipótesis planteada

Tabla 6. Bitacora de actividades de experimento 1

c. Análisis e interpretación de resultados

Si se cumplió el criterio de éxito ya que el 80% de los usuarios encuestados prefieren utilizar plataformas de reclutamiento tales como LinkedIn, Bumerán, Indeed o CompuTrabajo y no las bolsas de trabajo de las universidades.

Lo que nos comentan es que esta medida, se debe básicamente a un tema de reducción de tiempo en procesos, acelerar procesos de selección y evitar que lleguen tantos CVs sin un filtro antes. Asimismo, consideran que los postulantes deben tener requisitos como tercio o quinto superior, nivel intermedio de inglés y manejo de Excel. Lo que valoran de estas aplicaciones o plataformas son los filtros que existen como de inglés, test estándar de inglés y Excel que demuestren el nivel de habilidades de las personas. Según sus respuestas, en caso exista una plataforma virtual la cual capacite y por ende, que los haga más atractivos en el mercado para las empresas.

d. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc)
Tabla N°2

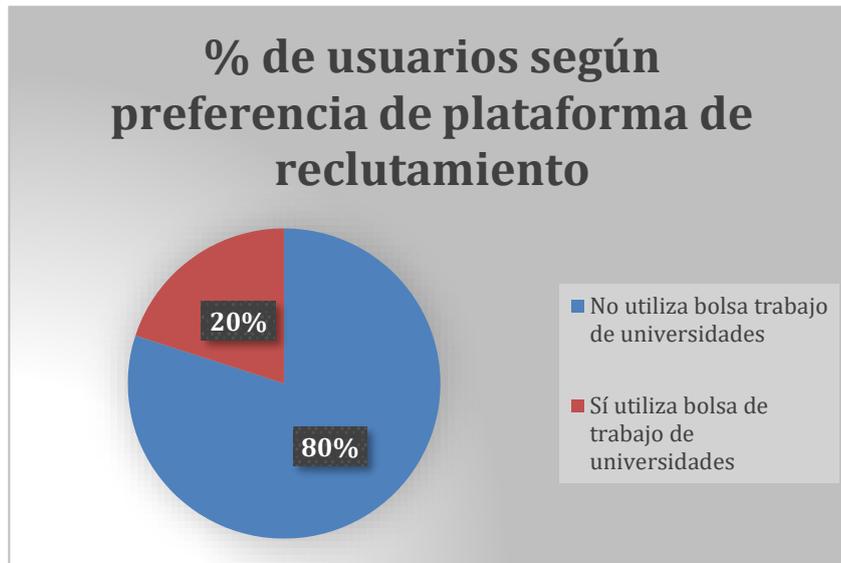


Tabla 7. Porcentajes de usuarios según preferencia de plataforma.

Links de entrevistas:

<https://www.youtube.com/watch?v=0Pm0WyDwiJY>

https://www.youtube.com/watch?v=EdFG81v8g_I

<https://www.youtube.com/watch?v=MU72MJZcDVo&t=192s>

<https://www.youtube.com/watch?v=lovraXJOES8>

<https://www.youtube.com/watch?v=iOBwxwQ5Rk8>

5.2.2. Experimento 2

PracticaYA: Validación del modelo
Hipótesis: Los usuarios que buscan prácticas laborales muestran interés por el servicio que brindará Practica YA.
Cuadrante que valida: Canales, Recursos clave, Propuesta de valor, segmento de clientes
Tipo de experimento: Anuncios en Instagram
Métrica: Número de usuarios que interactúan o solicitan información para adquirir el servicio.

Criterio de éxito: El 10% de los usuarios que buscan prácticas interactúan o solicitan información en la plataforma de Instagram.

Tabla 8. Validación de modelo Experimento 2

a. Objetivo del experimento

El objetivo principal del experimento consta de poder validar si el público objetivo se encuentra en Instagram y poder captar el interés del mismo utilizando anuncios en la plataforma acerca de PracticaYA y su propuesta de valor. Cabe resaltar que en los anuncios se utilizaron anuncios pagados y orgánicos.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

El diseño del presente trabajo consistió en la creación de una página de Instagram llamada PracticaYA, en la cual se diseñaron diferentes posts con elementos visuales que comunican la propuesta para que los usuarios puedan saber de qué trataba y así ver si les interesaba ya sea interactuando o solicitando información.

El contenido en Instagram expuesto contempló imágenes acerca de los servicios que brindará PracticaYA para observar si es que los usuarios estaban interesados en ser parte de la comunidad.

Imágenes de posts en Instagram:



Figura 5. Experimento de imágenes de post en paginas de Instagram.

Además, para poder medir el experimento de manera objetiva, se desarrolló este tipo de anuncios donde se buscaba enfocar la atención de las personas que buscaban prácticas y se explicaba un poco de que iba a tratar el servicio de PracticaYA para ver sus reacciones e intereses. Por ello, se invirtió en una publicidad pagada para ver los resultados que fueron los siguientes:

ii. Bitácora de actividades

Actividad	Tarea	Resultado
Creación de la página de Instagram	Diseño de las publicaciones con elementos del proyecto	La página de Instagram servirá para que los usuarios puedan ver las propuestas de valor.
Desarrollo de contenido multimedia	Publicación de imágenes	Se publicó más de 5 anuncios
	Publicación de anuncios con la propuesta de valor	Se analizó la respuesta de los usuarios y su interacción
	Inversión en anuncios	Se alcanzó un mayor número de usuarios potenciales.
Implementación de mejoras en la propuesta de valor de acuerdo a los resultados obtenido por el anuncio	Análisis de datos estadísticos de las publicaciones y anuncios	Se obtiene un feedback

Tabla 9. Bitacora de actividades experimento 2.

c. Análisis e interpretación de resultados

Tras el anuncio pagado se obtuvieron diferentes respuestas de los usuarios, en donde se tuvo como evidencia que existe una gran cantidad de jóvenes que se encuentran buscando actualmente prácticas laborales. Es por ello que la publicación llegó a un total de 9390 impresiones, el cual nos dice el número total de veces que se vio la publicación, un alcance total de 5 364 personas que han sido segmentadas anteriormente según la edad, estudiantes o personas que estén buscando prácticas. Además, de las personas alcanzadas 400 personas interactuaron con la página.

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

Además, se obtuvieron respuestas en el post y por medio del dm donde las personas pedían mayor información acerca de la plataforma PracticaYA y cómo podían hacer para formar parte de la comunidad y buscar prácticas rápidamente.

e. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc)



Figura 6. Sustentacion de validaciones post de instagram

6. VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

6.1. Validación de canales

Experimento 6	
Hipótesis	Nuestros clientes y usuarios prefieren una aplicación móvil, una página web o ambos para la búsqueda directa de prácticas con las empresas.
Cuadrante validar	a Canales
Método	Encuesta a público objetivo
Métrica	Número de encuestados que prefieran una app, una página web o ambos
Criterio Éxito	de El 65% de los encuestados debe priorizar una de las alternativas de canal
Resultado	No se cumplió el criterio de éxito ya que el 60% de los usuarios encuestados prefieren en conjunto la aplicación y página web como alternativa del canal
Aprendizaje, Decisiones	El aprendizaje fue que los usuarios del público objetivo prefieren las aplicaciones en conjunto que de forma individual. Sin embargo, el 30% de ellos mantiene que la aplicación es la mejor opción debido a que posee mayor accesibilidad, facilidad y ayuda a mantener actualizadas las noticias de las ofertas laborales mediante las notificaciones al celular. Como resultado, se tomó la decisión de mantener ambas plataformas de Instagram y Facebook para interactuar con el público objetivo debido a que el porcentaje supera la mitad de los usuarios.

Tabla 10. Validación de canales.

6.1.1. Experimento 1

- a. Objetivo del experimento
Identificar y comprobar la preferencia en el uso de la plataforma web o aplicación móvil.
- b. Diseño y desarrollo del experimento
 - i. Descripción del experimento
Se realizó la preparación de 10 preguntas para una encuesta en Google form. De esta manera, existen 3 secciones de información general, tipos de plataformas y publicidad.
Para esta validación nos concentramos en la tercera sección de analizar la preferencia por el medio de las publicidades o promociones de Facebook e Instagram de "Practica Ya!". Asimismo, en dicha sección se daba a escoger entre ambas aplicaciones. Cabe resaltar que participaron 50 usuarios del público objetivo.

ii. Bitácora de actividades

Actividad	Tarea	Resultado
Formular y compartir las 10 preguntas para obtener los resultados de la validación de canales en Google form.	Diseñar las tres secciones de información general, plataforma virtual y publicidad.	Recolectar datos de los 50 usuarios del público objetivo para validar las preferencias de publicidad.
Diseñar gráficos para visualizar mejor los resultados en un Excel.	Crear tablas dinámicas con la data recolectada	Organizar la información para validar la preferencia de publicidad en Facebook e Instagram.
	Crear gráficos de barras y circulares	Mejor visualización de los resultados de las preferencias de publicidad en Facebook e Instagram.

Tabla 11. Bitácora de actividades.

c. Análisis e interpretación de resultados

Tras el análisis se obtuvo como resultado que sí se cumplió con el criterio de éxito puesto que los usuarios poseen una preferencia del 78% de los usuarios con que la alternativa de lanzamiento de publicidad sea mediante Instagram. El aprendizaje fue que el público objetivo posee una mayor preferencia por el lanzamiento de publicidad en Instagram que en Facebook. Por lo que la decisión tomada es invertir en publicidad para la alternativa con mayor cobertura.

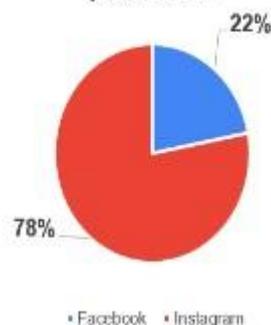
d. Aprendizajes – Cambios a realizar

El aprendizaje fue que el público objetivo posee una mayor preferencia por el lanzamiento de publicidad en Instagram que en Facebook puesto que poseen una diferencia de 56%. Por lo que la decisión tomada es invertir en publicidad para la alternativa con mayor cobertura.

e. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc)

Link de la encuesta en Google Form:
<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc2-ND-SwnhyaMcl93oSrZIsGsdI3kWUrSFrSeVMEIoKEJ3EQ/viewform>

Número de usuarios según preferencia de publicidad



6.2. Validación de recursos clave

6.2.1. Experimento 1

MATRIZ DE VALIDACIÓN	
HIPÓTESIS	Los clientes entienden y comprenden el funcionamiento del aplicativo de “Practica Ya!”
EXPERIMENTO	App y Focus Group
CUADRANTE QUE VALIDA	Propuesta de valor, actividades clave y recursos clave
CRITERIO DE ÉXITO	2 de 3 de los usuarios del público objetivo que participan en el focus group entienden y comprenden el correcto funcionamiento del aplicativo de “Practica Ya!”.
RESULTADO	Los 3 usuarios del público objetivo lograron entender el funcionamiento de la aplicación. Asimismo, les parece muy interesante la idea del uso de una aplicación para la búsqueda de oferta laboral de una manera personalizada y más accesible.
APRENDIZAJE	Los usuarios del público objetivo consideran que la idea de negocio es interesante y bien planteada con los servicios que se expuso en este experimento. Asimismo, consideran que se debe ofrecer una especie de demo para la prueba de la app y lograr llamar la atención de los jóvenes estudiantes.

Tabla 12. Matriz de validacion de experimento 1

a. Objetivo del experimento

El objetivo del experimento es validar la preferencia en los gustos de los usuarios con el diseño, funcionamiento y servicios del mock up de la aplicación de “Practica Ya!”.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Se realizó un Focus Group via Zoom con tres participantes en donde se realizó la presentación y explicación del funcionamiento del mock up de la aplicación tanto para los estudiantes en busca de prácticas profesionales como para las instituciones.

ii. Bitácora de actividades

	
<p>Pantalla 1: Esta pantalla es la portada inicial de la aplicación en donde se muestra el logo de "Practica Ya!". De esta manera, existen dos opciones para el registro de estudiantes e instituciones.</p>	<p>Pantalla 2: Por un lado, esta pantalla muestra los requisitos en donde los estudiantes completarán con sus datos personales y de interés, así como deben aceptar los términos y condiciones para continuar con los servicios de la aplicación.</p>



Pantalla 3:

En esta pantalla se muestran los servicios que se ofrecen como el currículum vitae, la búsqueda de ofertas laborales o mundo laboral, consejos y experiencias y por último los cursos y talleres de cursos técnicos como inglés y Excel.



Pantalla 4:

En esta pantalla se muestra el primer servicio que es el currículum vitae en donde se el estudiante podrá crear desde cero un cv de manera personalizada. Asimismo, si el estudiante posee un cv hecho anteriormente se podrá cargar y de esta manera los datos se completarán en los casilleros adecuados. Por último, el estudiante podrá modificar o editar el cv creado de manera personalizada para añadir nuevas aptitudes y habilidades.



Pantalla 5:

En esta pantalla se muestra el segundo servicio que es el mercado o mundo laboral en donde el estudiante podrá buscar nuevas ofertas. De esta manera, la descripción del puesto mostrará de manera detallada el nombre de la empresa, nombre del puesto, el periodo de práctica, lugar en donde se laborará y las carreras más óptimas para el puesto.



Pantalla 6:

En esta pantalla se muestra el tercer servicio que son los consejos y experiencias de entrevistas. Cabe resaltar que este servicio se divide en dos secciones. En el primero se detallan experiencias de profesionales de diversas carreras como negocios, derechos, entre otros.



Pantalla 7:

En esta pantalla se muestra el tercer servicio que son los consejos y experiencias de entrevistas. Cabe resaltar que este servicio se divide en dos secciones. En el segundo se muestran ejemplos de preguntas más comunes y posibles con respecto de las aptitudes del estudiante. Asimismo, se adjuntan videos y texto sobre las interacciones en grupos y cuáles son las conductas más óptimas. Por último, se mostrarán en actualizaciones según sector las más recientes noticias sobre el sector que deseas según la carrera escogida.



Pantalla 8:

En esta pantalla se muestra el cuarto y último servicio para los estudiantes que buscan prácticas preprofesionales. Es una facilidad que se ofrece en donde se mostrarán las ofertas que brindan instituciones sobre cursos de idiomas y capacitaciones de Excel. Además, se mostrarán cursos de capacitaciones de desarrollo de personal dirigido por docentes o encargados que posean alta experiencia en recursos humanos y selección de personal.



Pantalla 9:

Por otro lado, esta pantalla está dirigida a las instituciones que desean encontrar practicantes. De esta manera, se ofrecen tres opciones como registrar los datos, publicar ofertas laborales y por último para las empresas que desean publicar sus cursos de nivelación de inglés y Excel.

Pantalla 10:

En esta pantalla las instituciones se deben registrar con los datos corporativos para una mayor credibilidad y con ello aceptar términos y condiciones para continuar con la búsqueda.

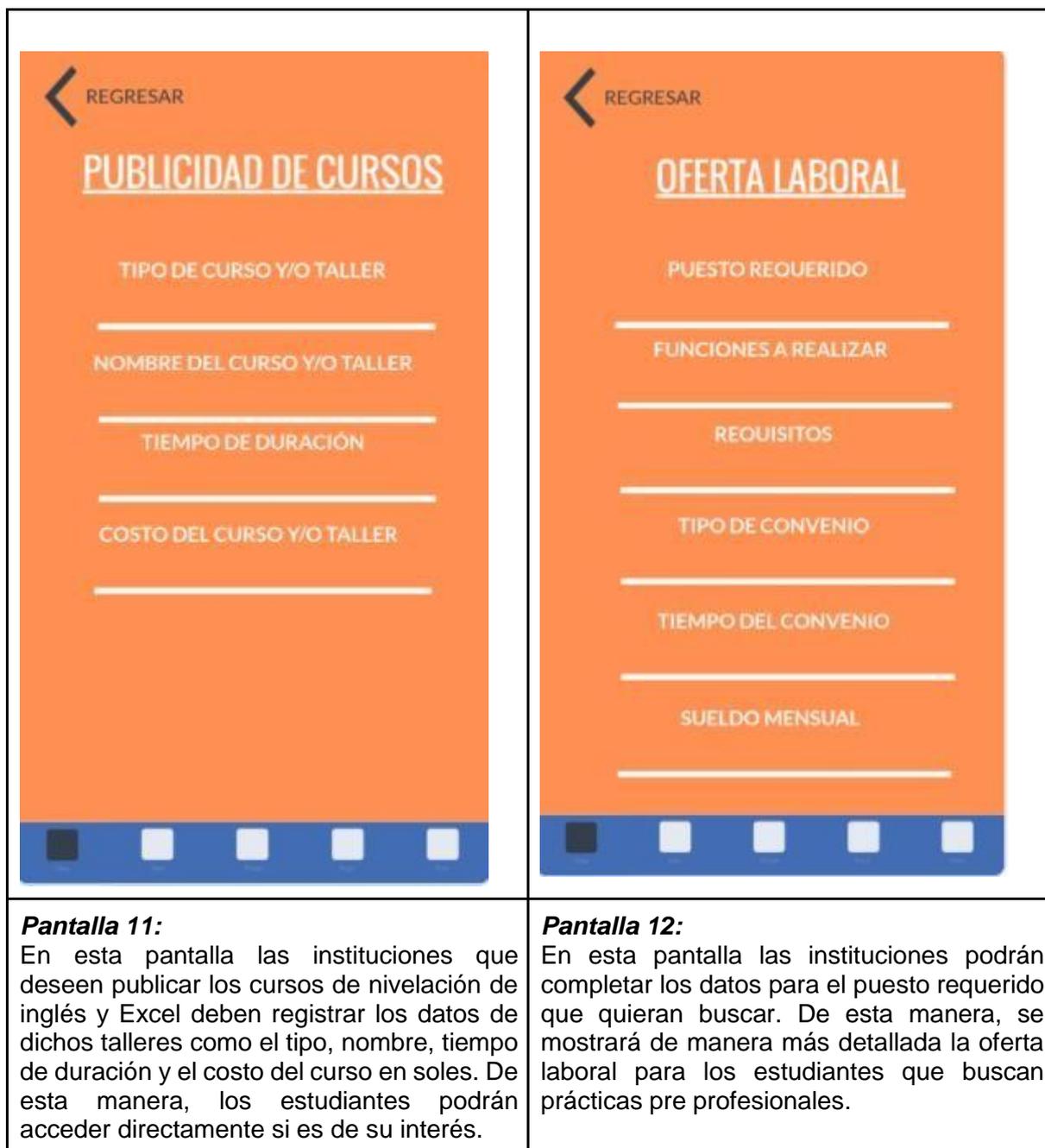


Figura 7. Mockup de la aplicación "Practica Ya"

Usuario	Universidad	Carrera	Ciclo
Camila Matos	UPC	Contabilidad	8
José Murga	San Marcos	Ingeniería de sistemas	8
Karolina Cruz Llontop	UPC	Contabilidad	8

Asimismo, tras la presentación y explicación del mock up se realizó una serie de preguntas para conocer los gustos y preferencias en el diseño, funcionamiento, entre otros.

- ¿Se encuentran en la búsqueda de prácticas profesionales?
- ¿Qué plataformas sueles usar para la búsqueda de prácticas profesionales?
- ¿Qué les pareció el diseño y los colores del logo de “Practica Ya!”?
- ¿Qué les pareció los colores de la aplicación?
- ¿Tienen alguna duda sobre el funcionamiento de la app?
- ¿Estarías dispuesto a descargar y pagar por adquirir los servicios brindados?
- ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por el modo freemium?

c. Análisis e interpretación de resultados

Los usuarios del público objetivo se encuentran en búsqueda de prácticas preprofesionales y estos suelen buscar en plataformas como bumerán, LinkedIn, redes sociales, recomendación de profesores o amigos. A primera vista, el nombre del logo les pareció muy correcto porque es directo y motivador. Además, los usuarios afirman que el entendimiento del funcionamiento de la aplicación es muy rápido y fácil por los títulos detallados para ambas partes como es el de los estudiantes e instituciones. De esta manera, consideran que la versión en el mock up de la aplicación es muy útil para estudiantes que no cuentan con la suficiente experiencia tanto en la búsqueda de prácticas para la elaboración de cv y consejos de respuestas para las entrevistas como en lo laboral. Por ello, manifestaron que estarían de acuerdo en adquirir los servicios e incluso pagar por ellos en el modo freemium con un monto aproximado de 20 soles por suscripción.

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

En primer lugar, los usuarios consideran que el dibujo de la maleta con una lupa del logo de “Practica Ya!” no es muy llamativo para los jóvenes estudiantes. Por lo que consideramos que se realizará un cambio en el diseño para que sea más juvenil y menos formal.

Ilustración N°5



En segundo lugar, los usuarios consideran que los colores azul y anaranjado no son lo más óptimos y como consecuencia se cambiará a colores pastel ya que existe una mayor preferencia por ellos.



En tercer lugar, se cambiará el símbolo de birrete en la portada de la aplicación debido a que los usuarios lo asimilaban con una universidad privada y por ello pensaron que existía un vínculo.



Por último, los usuarios afirmaron que sería óptimo añadir en la sección de “cursos y talleres” videos de capacitaciones básicas el de Excel o inglés como una especie de demo para atraer a los jóvenes estudiantes.

- e. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc.)

Link del video: <https://youtu.be/IStmF15XRKQ>

6.3. Validación de actividades clave

6.3.1. Experimento 1

Experimento 8	
Hipótesis	La publicidad de lanzamiento de la app debe estar en plataformas virtuales como Facebook e Instagram.
Cuadrante validar	a Actividades Clave
Método	Encuesta a público objetivo
Métrica	Número de encuestados prefieren publicidad en alguna plataforma.
Criterio de Éxito	El 65% de los encuestados debe priorizar una de las alternativas de lanzamiento de publicidad
Resultado	No se cumplió con el criterio de éxito puesto que los usuarios poseen preferencias del 46% para Instagram y el 64% para Facebook
Aprendizaje, Decisiones	El aprendizaje fue que el público objetivo se encuentra dividido con cantidades similares en preferencias. Por lo que mantendremos ambas páginas para invertir en publicidades debido a que las páginas están vinculadas.

Tabla 13. Validación de experimento 1.

a. Objetivo del experimento

El objetivo principal del experimento consta de poder validar si el público objetivo posee una preferencia en el uso de una plataforma en específico como página web, aplicación móvil o ambas.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Se realizó la preparación de 10 preguntas para una encuesta en Google form. De esta manera, existen 3 secciones de información general, tipos de plataformas y publicidad.

Para esta validación nos concentramos en la segunda sección de analizar la preferencia para el uso de una aplicación o sitio web de "Practica Ya!". Asimismo, en dicha sección se adjunta el link de la página web y un video del mock up de la aplicación con el objetivo que los usuarios puedan interactuar con los diseños. Cabe resaltar que participaron 50 usuarios del público objetivo.

ii. Bitácora de actividades.

Actividad	Tarea	Resultado
Formular y compartir las 10 preguntas para obtener los resultados de la validación de canales en Google form.	Diseñar la tercera sección de Google form en Google Form en donde se adjunta el link de la página web y el video del mock up de la aplicación.	Recolectar datos de los 50 usuarios del público objetivo para validar las preferencias de plataformas entre una página web, aplicación o ambas.
Diseñar gráficos para visualizar mejor los resultados en un Excel.	Crear tablas dinámicas con la data recolectada	Organizar la información para validar las preferencias de plataformas entre una página web, aplicación o ambas.
	Crear gráficos de barras y circulares	Mejor visualización de los resultados de las preferencias de plataformas entre una página web, aplicación o ambas.

Tabla 14. Bitacora de actividades experimento 1.

c. Análisis e interpretación de resultados

No se cumplió el criterio de éxito ya que el 60% de los usuarios encuestados prefieren en conjunto la aplicación y página web como alternativa del canal. Esto se debe a que consideran que sería más adaptable al estilo de búsqueda de cada estudiante. Asimismo, el 30% del total de usuarios entrevistados afirmaron que la plataforma ideal sería una aplicación por la mayor facilidad de poder acceder a toda hora ya que se podría ver las notificaciones al momento.

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

El aprendizaje fue que los usuarios del público objetivo prefieren las aplicaciones en conjunto que de forma individual. Sin embargo, el 30% de ellos mantiene que la aplicación es la mejor opción debido a que posee mayor accesibilidad, facilidad y ayuda a mantener actualizadas las noticias de las ofertas laborales mediante las notificaciones al celular. Como resultado, se tomó la decisión de mantener ambas plataformas de Instagram y Facebook

para interactuar con el público objetivo debido a que el porcentaje supera la mitad de los usuarios.

e. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc)

Link de la encuesta: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc2-ND-SwnhyaMcl93oSrZlsGsdI3kWUrSFrSeVMEIoKEJ3EQ/viewform>



6.4. Validación de socios clave

MATRIZ DE VALIDACIÓN	
Hipótesis	Las empresas, academias e institutos capacitadores tienen la disposición de crear una alianza formal con nuestra app para llegar de forma directa a su público objetivo.
Cuadrante validar	a Socios Clave
Método	Entrevista a Fuerza de ventas y Marketing de empresas, academias e institutos capacitadores
Métrica	Número de entrevistados a favor de formar una alianza
Criterio de Éxito	El 75% de entrevistados está a favor de crear una alianza
Resultado	Si está a favor de ser parte de una de una alianza formal porque le ayudaría a promocionarse y a tener el contacto directo que podría hacer llegar a su público objetivo.
Aprendizaje, Decisiones	Preguntar el tipo de publicidad que quiere que se llegue a dar cuando se haga la alianza.

Tabla 15. Validación de socios claves.

6.4.1. Experimento 1

a. Objetivo del experimento

Las empresas, academias e institutos capacitadores tienen la disposición de crear una alianza formal con nuestra app para llegar de forma directa a su público objetivo.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Para este experimento se preguntó al dueño del centro de idiomas si estaría interesado en crear una alianza con la aplicación para que lleguen de forma directa a su público objetivo

ii. Bitácora de actividades

- Se hicieron 3 preguntas con el fin de validar esta hipótesis:
 - ¿Alguna vez has trabajado o escuchado de esta forma con alguna plataforma similar? ¿Cómo ha sido la forma de trabajo de este?
 - ¿Qué requisitos quieres que tenga la publicidad que va a llegar al público?
 - ¿Te gustaría formar parte de nuestra plataforma para poder hacer llegar a conocer tus servicios de cursos online?
 - ¿Qué piensas de nuestro modelo de negocio para academias e institutos??
- Con la información brindada del encargado pasamos a demostrar los resultados.

c. Análisis e interpretación de resultados

El encargado, nunca había escuchado ni trabajado con alguna plataforma similar, cree que es una buena ayuda para el cómo Centro de idiomas para lograr alcance. Los requisitos de la publicidad que quiere el que llegue a su público es mostrar los beneficios, características, clases personalizadas que conlleva matricularse en su centro de Idiomas, los convenios internacionales que tienen, que ofrece y demás. Si le gustaría ser parte de una de una alianza formal porque le ayudaría a promocionarse y a tener el contacto directo que podría hacer llegar a su público objetivo.

d. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc)

Entrevista: <https://www.youtube.com/watch?v=BBaWzlik5oQ>

6.5. Validación de estructura de costos

6.5.1. Experimento 1

Matriz de validación	
Hipótesis	El desarrollo de una app que tenga la capacidad de brindar una buena experiencia acorde a la propuesta de valor puede ser financiada por los integrantes del grupo de trabajo.
Cuadrante validar	a Estructura de costos
Método	Entrevista a posibles desarrolladores o cotizaciones
Métrica	Financiamiento a requerir
Criterio de Éxito	Financiamiento de desarrollo menor o igual a 1000 soles
Resultado	Con un rango entre 226 y 338 horas de desarrollo, puede llegar a costar entre un intervalo de \$7577 y \$11322.
Aprendizaje, Decisiones	Luego de recibir un análisis de los costes que involucran el diseño y desarrollo de una app, y tener una proforma del coste aproximado de su desarrollo, se puede concluir que el financiamiento es posible.

Tabla 16. Validación de estructura de costos.

- a. Objetivo del experimento
El objetivo es estimar la inversión necesaria para el desarrollo de nuestra app. Saber el coste inicial y el coste de mantenimiento para posteriormente evaluar la rentabilidad.
- b. Diseño y desarrollo del experimento
 - i. Descripción del experimento
El experimento se basa en entrevistar a un desarrollador de programas o aplicaciones móviles, el cual nos indique la cantidad de dinero a invertir inicialmente y posteriormente su mantenimiento continuo.
 - ii. Bitácora de actividades
Formular 3 preguntas las cuales consisten en:
 - Costo inicial del desarrollo
 - Costo de mantenimiento mensual y anual
 - Empresas especializadas a contactar para el desarrollo.

c. Estructura de costos fijos, variables y unitarios

Tipo	Costos Fijos mensuales		
Gerente	\$	1,800.00	Costo Fijo
Supervisor Comercial	\$	900.00	Costo Fijo
Asistente contable	\$	400.00	Costo Fijo
Técnico informático	\$	400.00	Costo Fijo
Electricidad	\$	50.00	Costo variable
Agua	\$	30.00	Costo variable
Internet y telefonía	\$	60.00	Costo Fijo
Alquiler	\$	1,000.00	Costo Fijo
Servidores de app	\$	40.00	Costo variable
Notificaciones Push de app	\$	10.00	Costo Fijo
Total costos	\$	4,690.00	
Costos Fijos	\$	4,570.00	
Costos Variables	\$	120.00	

Costes relacionada con el desarrollo de la APP	Costos	
Inversión inicial	\$	9,450.00
Publicación App Store	\$	99.00
Publicación Play Store	\$	25.00
Total costo de desarrollo	\$	9,574.00

Tabla 17. Estructura de costos fijos, variables y unitarios.

- d. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc)
Entrevista a experto
<https://drive.google.com/file/d/1PZsRuAFP1Z7sWzQ1HTNi1hJiqRbEkpOz/view?usp=sharing>
Presupuesto del desarrollo de nuestra aplicación móvil.
<https://drive.google.com/file/d/1wrHLXXowlY3rzmnst5F4yxXgtxTcX9Mm/view?usp=sharing>

7. VALIDACIÓN DEL INTERÉS DE COMPRA

7.1. Experimento 1

a. Objetivo del experimento

Desarrollar un experimento como método de concierge para evaluar la intención de compra de las empresas mediante la elaboración de una infografía enviadas por correos.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i) Descripción del experimento

Se diseñó y elaboró una infografía en la página llamada “Piktochart” para presentar una propuesta de negocio en donde las empresas podrán visualizar nuestras ofertas y conocernos. Asimismo, se envió dicha infografía por correo electrónico a 10 empresas para poder realizar el proceso de venta. De esta manera, solo nos llegaron a contestar 4 de ellas mostrando interés en información más detallada. Luego de contactarnos, intercambiamos números telefónicos y vía WhatsApp para responder cada una de sus consultas y desarrollar nuevas medidas publicitarias.

ii) Estrategias de promoción, fidelización y precio (relación con el cliente)

Las estrategias de promociones utilizadas para este experimento es el Marketing directo puesto que se utilizó el uso del internet para enviar nuestra presentación o infografía a las 10 empresas seleccionadas vía correo electrónico. Asimismo, se utilizó la estrategia pull debido a que nuestros servicios se van dirigidos al consumidor final directamente que son las empresas, las cuales necesitan la data de los practicantes.

Las estrategias de fidelización utilizadas para este experimento son los programas de fidelización como la comunicación personalización al momento de contactar y mantenernos en contacto con cada empresa que respondió mostrando interés por información hasta el momento de concretar la venta. Asimismo, se planea que el programa de fidelización continúe post venta. Esto se visualizará con la creación de un chat en la página web que servirá como acceso directo con las dudas y propuestas del cliente.

La estrategia de precio utilizada para este experimento es penetración puesto que nuestro objetivo es ganar participación en el mercado de las empresas a precios bajos

ya que existe gran competencia directa de oferta en base de datos de practicantes universitarios e institutos como por ejemplo: bumerang, Indeed, redes sociales, entre otros.

iii) Bitácora de actividades

Actividad	Tarea	Resultado
Desarrollo de la presentación o infografía	Diseñar la infografía en PIKTOCHART detallando los servicios ofrecidos, paleta de colores, entre otros.	Presentar una infografía para que las posibles empresas puedan visualizar y analizar nuestros servicios de manera didáctica.
Contactarnos con las 10 empresas seleccionadas vía correo electrónico.	Armar la estructura única del mensaje a enviar a las 10 empresas detallando quiénes somos y lo que ofrecemos de manera resumida.	Evidenciar y contactarnos vía telefónica con las empresas que nos respondieron mostrando interés.

Tabla 18. Bitacora de actividades de validacion de interés de compra.

c. Análisis e interpretación de resultados

En los resultados obtenidos se encontró que de los 10 correos enviados solo 3 lograron responder que se encuentran interesados en adquirir nuestro servicio, por lo cual se procedió a contactarnos de manera más directa mediante vía telefónica.

Empresa 1: BOTICA FRANCESA SA

La empresa nos respondió el correo enviado mostrando interés por nuestros servicios de manera que nos solicitó mayor información y un contacto directo. De esta manera, se procederá a contactarnos vía WhatsApp para resolver las consultas del caso. Sin embargo, el proceso de venta aún no se ha completado debido a que no se encuentran en el momento en búsqueda de practicantes pero tienen intención para la siguiente campaña.

Empresa 2: EXCELLENT CHEMICAL SAC

La empresa nos respondió el correo enviado mostrando interés por nuestros servicios de manera que nos solicitó mayor información y un contacto directo. De esta manera, se procederá a contactarnos vía llamada telefónica para resolver las consultas del caso. El proceso de venta aún no se ha completado por el tiempo de negociación. Sin embargo, la empresa ratifica su interés ya que se encuentran en el momento en búsqueda de practicantes en especial para el área de marketing y publicidad.

Empresa 3: TECNIFLOW SAC

La empresa nos respondió el correo enviado mostrando interés por nuestros servicios de manera que nos solicitó mayor información y un contacto directo tras adjuntarnos su número telefónico. De esta manera, nos contactamos vía llamada telefónica para resolver las consultas del caso y explicarle el manejo en el sitio web. El proceso de venta aún no se ha completado por el tiempo de negociación. Sin embargo, en la llamada la empresa nos ratificó su interés ya que se encuentran en el momento en búsqueda de practicantes en especial para el área de logística.

Empresa 4: LIMA CAUCHO SAC

La empresa nos respondió el correo enviado mostrando interés por nuestros servicios de manera que nos solicitó mayor información y un contacto directo tras adjuntarnos su número telefónico. De esta manera, nos contactamos vía llamada telefónica para resolver las consultas del caso y explicarle el manejo en el sitio web. El proceso de venta aún no se ha completado por el tiempo de negociación. Sin embargo, en la llamada la empresa nos ratificó su interés ya que se encuentran en el momento en búsqueda de practicantes en especial para el área contable. De esta manera, le ofrecimos para mayor entendimiento de nuestros servicios un video didáctico.

d. Aprendizajes - Cambios a realizar

En primer lugar, uno de los aprendizajes de este experimento del concierge es que se debe preparar una presentación o infografía más simplificada y didáctica debido a que de esta manera nos diferenciaremos de la competencia.

En segundo lugar, otro aprendizaje es lanzar una promoción similar al landing page especialmente para las empresas interesadas en nuestros servicios y tengan la disponibilidad de pagar por ello con el objetivo de aumentar el porcentaje del 30% de correos respondidos.

Por último, otro aprendizaje es personalizar el envío de correos a las empresas adjuntando datos personales a la presentación para generar mayor confianza y seriedad en nuestra propuesta.

e. Sustentación de las validaciones



Correo

Oferta de Practicantes _ Practica Ya

PY Practica Ya <practica.ya12@gmail.com>
19/06/2021 10:47 p. m.

Para: Knaveda.excellencechemical@gmail.com; Esotomayorboticaprofesional@gmail.com



Buenas noches

Somos una empresa innovadora llamada **Practica Ya**, la cual es desarrollada por estudiantes universitarios de la UPC. Poseemos acceso a postulantes de universidades e institutos de Lima dispuestos a realizar sus prácticas pre y profesionales. De esta manera, le adjunto nuestra presentación para la mayor comprensión de los servicios ofrecidos. Por último, si se encuentra interesado en nuestra oferta solo responda este correo.

Saludos cordiales, **Ruth Naveda**.

Figura 8. Correo enviado a las 10 empresas



Figura 9. Infografía de información de Practica Ya

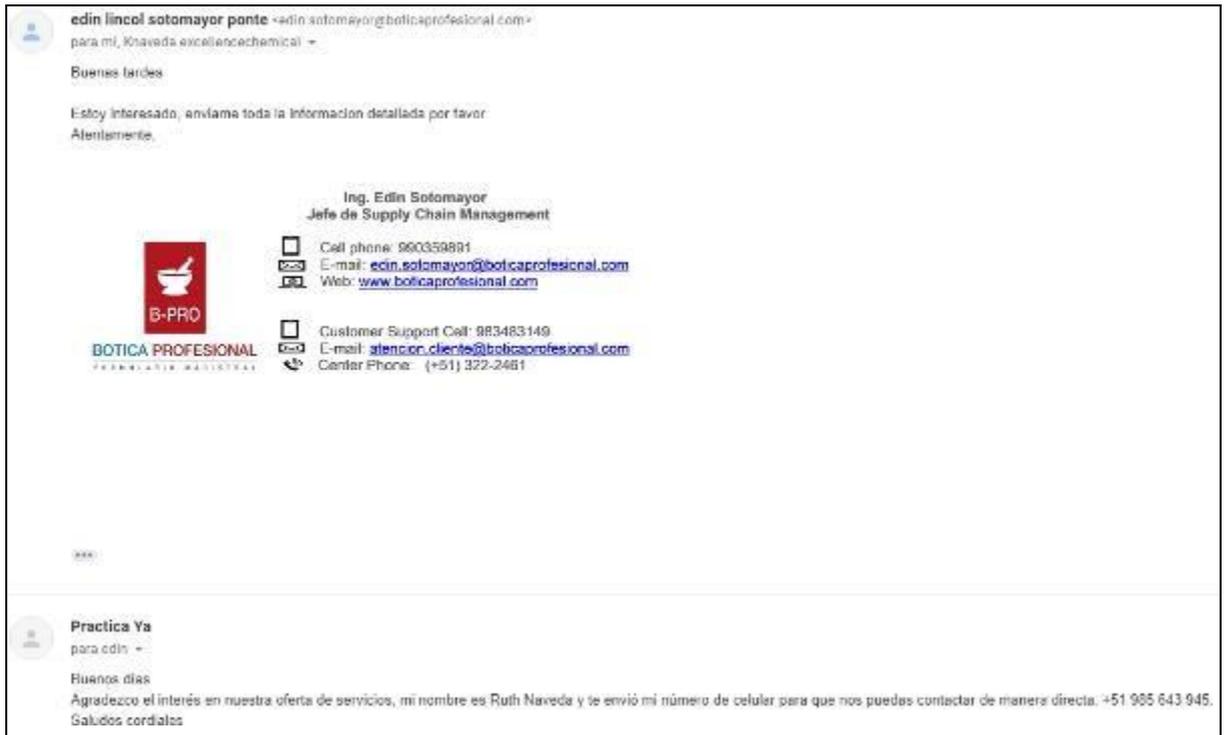


Figura 10. Contacto de BOTICA FRANCESA SA con PRACTICA YA

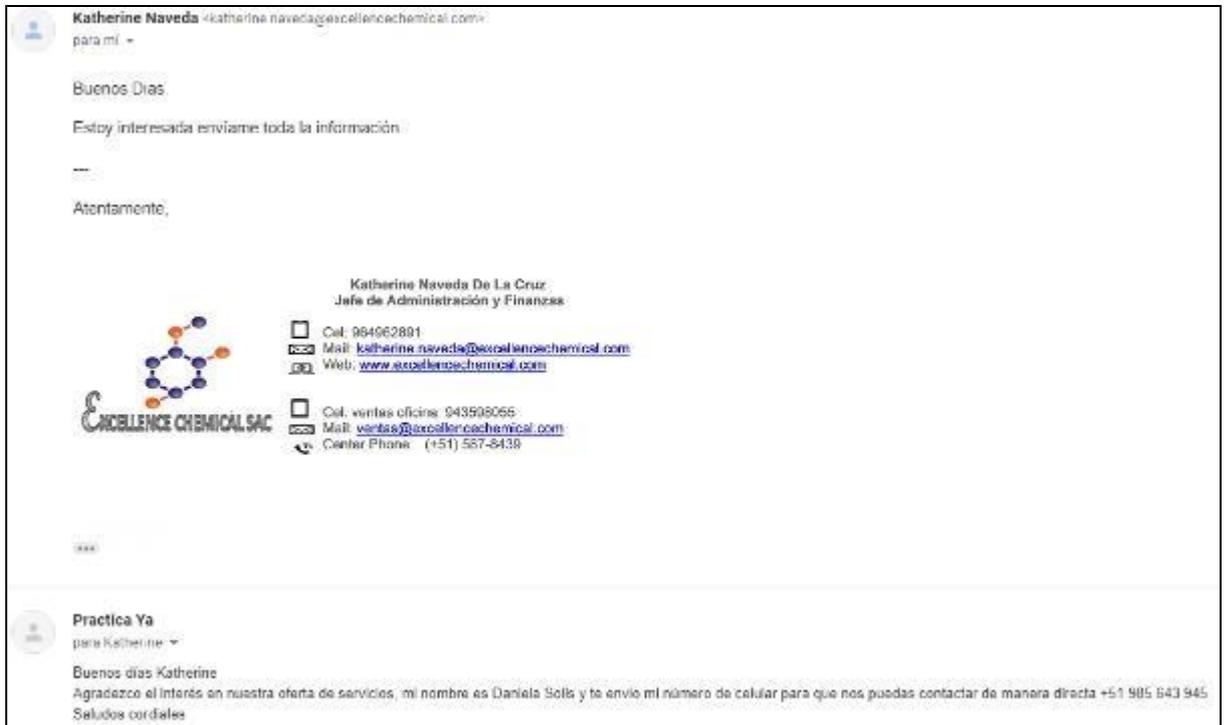


Figura 11. Contacto de EXCELLENT CHEMICAL SAC con PRACTICA YA

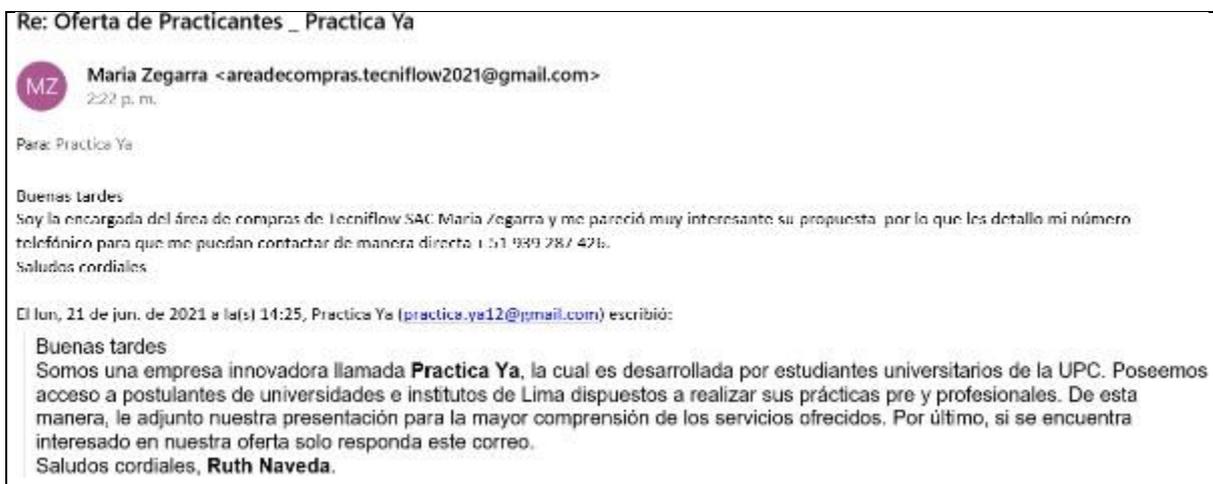


Figura 12. Contacto de TECNIFLOW SAC con PRACTICA YA



Figura 13. Contacto de LIMA CAUCHO SAC con PRACTICA YA

7.2. Experimento 2

a. Objetivo del experimento.

Desarrollar el experimento para evaluar la intención de compra de los estudiantes universitarios mediante la aplicación Tik Tok donde mostraremos nuestro valor y lo que queremos comunicar.

b.

Diseño y desarrollo del experimento.

i. Descripción del experimento.

Se elaboró una plataforma de red social famosa como lo es Tik tok para atraer clientes, que los estudiantes universitarios vean nuestras ofertas y propuestas y nos conozcan. Asimismo, se harán videos llamativos para atraer la atención. De esta forma tuvimos muchos interesados en la propuesta. Luego de ello, les pediremos sus números de celular para enviarles toda la información vía WhatsApp, se responderán dudas y la atención será más personalizada.

ii. Estrategias de promoción, fidelización y precio (relación con el cliente)

Las estrategias utilizadas para este medio fue la de promoción de ventas, puesto que se utilizarán medios como redes sociales, en este caso Tik Tok para llegar a nuestros futuros clientes, y se comunicarán incentivos con promociones solo por esa página. Así también, se medirán las interacciones y vistas que tengan y a cuánta gente puede hacer llegar nuestra propuesta y los que estén interesados nos puedan contactar y así entablar una conversación para concretar la venta.

La estrategia de fidelización que se utiliza son la comunicación personalizada, humanización de empresa al mostrarse una persona detrás de cámaras para transmitir lo que la empresa quiere comunicar y cuáles son sus objetivos, además el programa de fidelización será en la postventa.

La estrategia de precio que se utilizó es la penetración de mercado, ya que el objetivo en este momento es que nos conozcan más personas, ganar participación en el mercado.

iii. Bitácora de Actividades.

Actividad	Tarea	Resultado
Desarrollo y presentación del video mediante la aplicación Tik Tok comunicando nuestros valores y objetivos como empresa.	Crear una cuenta de Tik Tok, hablar y transmitir los servicios que ofrecemos.	Los posibles clientes comentan el video pidiendo información.
Contactar vía WhatsApp de forma más directa.	Entablar una conversación directa con el cliente. donde les	Contactarnos vía telefónica para una mejor comunicación y se cierre

	mostramos y ofrecemos nuestras tarifas especiales.	la venta.
--	--	-----------

Tabla 19. Bitácora de actividades de experimento 2.

a. Análisis e interpretación de resultados.

En los resultados obtenidos se encontraron 6 personas interesadas, a lo cual se le contactó mediante mensaje de esta aplicación para darles más información y tener más conocimiento de nuestro servicio, a lo cual se mostraron interesados, y se procesó a vía más directa como llamada por celular.

b. Aprendizajes y cambios a realizar.

Estas plataformas virtuales son sumamente importantes en hacer llegar al cliente potencial, ya que es más fácil hacer viral y que las demás personas vean un video, ya que es más didáctico, fácil de entender y hacer llegar mejor nuestro mensaje y propuesta de valor.

c. Sustentación de validaciones.

Para finalizar con este experimento, se evidencio el interés por parte de los jóvenes por encontrar prácticas por redes sociales como en este caso fue Tik Tok, comentaron para tener información acerca de esta propuesta, además confían en esta plataforma para poder conseguir prácticas y poder lograr sus objetivos. Pero, tendríamos que buscar más medios donde podamos hacer llegar nuestras propuestas.



Figura 14. Sustentacion de validación plataforma Tik Tok

7.3. Experimento 3

Tabla 20. Experimento: Anuncio Orgánico en Facebook de aceptación en cvs

RESUMEN DE EXPERIMENTO
TIPO DE EXPERIMENTO: Anuncio orgánico en Facebook
FECHA DE INICIO: lunes 14 de Junio de 2021
FECHA FINAL: sábado 19 de Junio de 2021

a. Objetivo del experimento

Para realizar el experimento, primero se cambiaron de los aprendizajes y recomendaciones anteriores por medio del focus group el logo y colores de la empresa, ya que la lupa no les parecía el correcto para este tipo de empresa porque no lo veían muy serio ni de confianza. Es por ello que después de investigar, se realizó un nuevo logo para la empresa en donde solo salgan las letras, ya que le da más seriedad y transparencia para la empresa intermediaria. Luego de haber realizado los cambios, por medio de este experimento, la meta

era poder evaluar si por medio de esta plataforma, el segmento de estas páginas muestra algún tipo de interés en poder conocer o confiar en nuestra plataforma como intermediario para encontrar prácticas pre profesionales. En este caso se eligió Facebook, ya que existen una variedad extensa de páginas en donde muchos estudiantes entran a buscar prácticas, existe un público objetivo amplio que podría captar la atención de varios jóvenes que se encuentren buscando prácticas laborales.

b. Diseño y desarrollo el experimento

iv. Descripción del experimento

Para poder realizar el experimento, se realizaron diferentes anuncios relacionados a puestos de trabajos como practicante pre de diferentes empresas que se encuentran buscando personal. En cada uno de los posts que se mostrarán posteriormente, hace mención a la empresa que busca practicantes, el puesto, los requisitos y lo más importante es que se da a conocer nuestra plataforma y para qué sirve. Se coloca el correo electrónico de la empresa Practica YA para que los interesados en los puestos se comuniquen, donde se dejará el cv con la empresa y conozcan un poco más de lo que es Práctica YA y de que otras formas podría ayudar a los jóvenes que buscan prácticas. Para el experimento, se realizaron 4 posts, uno por cada puesto de 4 empresas diferentes en donde se subieron a través de las páginas relacionadas diferentes universidades en donde existen un gran número de personas que se encuentran buscando prácticas pre profesionales. Las páginas era las siguientes:

- Con qué profesor de la UPC debo matricularme
- Prácticas pre/Profesionales UPC
- Con qué profesor de la ULima debo matricularme
- Con qué profesor de la ESAN debo matricularme



Figura 15. Figura Anuncio Orgánico en Facebook - Método Concierge

El objetivo principal de estas publicaciones es poder comunicar a los jóvenes que buscan prácticas actualmente, que a través de Practica YA puedes postular a estos puestos de empresas conocidas de una manera más rápida y directa. Se busca priorizar la comunicación directa entre los jóvenes buscadores de prácticas pre, Practica YA como intermediario y las empresas reclutadoras de talentos. De esta manera, como empresa se quiere obtener una buena respuesta de estos estudiantes para que se sientan más confiados, dejándonos sus cvs y así lograr que posteriormente quieran conocer a la empresa y todos los servicios que se ofrecen en ella para mejorar su perfil profesional.

v. Estrategias de promoción, fidelización y precio

Para poder lograr todo lo antes mencionado, se necesitan tener claras ciertas estrategias para desarrollar una buena interacción con nuestro público objetivo.

· Fidelización:

Con respecto a la fidelización, con este anuncio se quiere mostrar algunos de los servicios que realiza Practica YA, el cual es el envío de cvs a otras empresas. Sin duda es una de los servicios que más existen con otras empresas, pero lo que se quiere con Practica YA es que lo conozcan como un intermediario rápido y fácil de acceder, se intenta convencer y fidelizar al estudiante de conocer y pertenecer a la comunidad para que posteriormente puedan conocer los otros servicios que se ofrecen.

· Precio:

Con respecto al precio, para los estudiantes será gratuito poder acceder a los diferentes servicios, por lo que es un plus para ellos poder entrar y conocer un poco más a la empresa por medio de estos posts.

vi. Bitácora de actividades

Se definieron actividades para el desarrollo de este experimento:

ACTIVIDAD	TAREA	RESULTADO
Diseño del anuncio orgánico	Diseño de la pieza gráfica y elaboración de la descripción de cada anuncio	Gran alcance
Evaluación de los resultados obtenidos	Analizar el reporte del anuncio orgánico en Facebook	Se obtuvo 18 cvs desde los anuncios en Facebook en diferentes páginas

Tabla 21. Bitacora de actividades de estrategias.

c. Análisis e interpretación de resultados:

Luego de haber colocado los posts en Facebook, se obtuvieron resultados que nos favorecen como empresa en el anuncio orgánico. A pesar de que como su propio nombre lo dice, es orgánico, no es tan probable de generar interacción con el público objetivo porque no lo conocen. Se alcanzaron 600 personas alcanzadas, de las diferentes páginas donde pusimos los anuncios, 88 dieron clics para ver la publicación y se obtuvo 100 interacciones, de las cuales fueron likes o comentarios, o simplemente vieron la publicación.

Pero eso no es todo, sino que lo más importante y lo más favorable es que leyeron el post porque se obtuvieron un total de 18 cvs enviados por lo que hubo jóvenes interesados en la propuesta Practica YA, de intermediario para mandar los cvs a estas empresas conocidas que ofertan puestos de trabajos para practicantes pre. Por lo tanto, después de observar los resultados por estas páginas de Facebook, se puede corroborar el gran interés de parte de estas personas que buscan prácticas, porque en algunos comentarios etiquetan a otras personas para que manden sus cvs. A continuación, se mostrarán los resultados de un post y también los diferentes cvs que nos mandaron los jóvenes en los diferentes puestos que se ofertan en los anuncios.



<input type="checkbox"/> ☆	Martin Campos	Adjunto CV	15 jun.
		 CV Martin PDF...	
<input type="checkbox"/> ☆	Ximena Mercedez Pal.	Practicante pre profesional de canales alternativos - Buenas , Adjunto mi curriculum vit...	14 jun.
		 CV-Ing_Ximena ...	
<input type="checkbox"/> ☆	Diego Donayre	Envío mi CV - Postulación Mi Banco - Buenas noches, vi su anuncio sobre la solicitud d...	14 jun.
		 CV - Diego Don...	
<input type="checkbox"/> ☆	Paolo Torres V	Practicante Pre Profesional - Canales Alternativos - Saludos Daniela, acabo de ver tu p...	14 jun.
		 CV - TORRES V...	
<input type="checkbox"/> ☆	L. Sachi Minaya Guz.	PRACTICAS - Buen día, mi nombre es Lina Minaya y pude ver su publicación en facebo...	14 jun.
		 CV_MINAYA SA...	
<input type="checkbox"/> ☆	Christopher Alvitrez	(sin asunto) - Buenas tardes. Soy un estudiante universitario de la carrera de Comunica...	16 jun.
		 Curriculum-Vita...	
<input type="checkbox"/> ☆	Vasco Hermoza Anaya	CV para Práctica Ya	16 jun.
		 CV Vasco Herm...	
<input type="checkbox"/> ☆	Luz Mayta Medina	PRACTICANTE DE CANALES ALTERNATIVOS	16 jun.
		 Cv -Luz de los A...	
<input type="checkbox"/> ☆	carla jimena gonzal.	CV CARLA JIMENA	15 jun.
		 jimena barrial.p...	

Figura 16. Resultados de anuncio orgánico mediante Facebook

 **Christopher Alvitrez** <christopheralvitrez98@gmail.com> para mí ▾ mié, 16 jun. 10:58 (hace 6 días) ☆ ↶ ⋮

Buenas tardes.

Soy un estudiante universitario de la carrera de Comunicación y Marketing del 9no ciclo. Observé la publicación del puesto de practicante, por lo que le hago envío mi CV para el puesto de practicante pre profesional de Canales Alternativos. Espero con ansias se me considere para este proceso y una pronta respuesta.

Gracias.
Christopher Alexander Alvitrez S

 Curriculum-Vitae_Christopher Alvitrez2.pdf
452 KB
 



Figura 17. Resultados de experimento de anuncio en Facebook.

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

Si bien estos anuncios publicados en las diferentes páginas en donde mayor potencial de jóvenes que buscan prácticas resultaron con un buen alcance, se considera oportuno adicionar mayor información de Practica YA en donde puedan conocer más los servicios de la plataforma, es decir, por medio de un anuncio mucho más elaborado se podría poner los diferentes servicios que brindamos para los diferentes puestos de trabajos que publicaremos.

e. Sustentación de las validaciones

Para finalizar, el experimento evidenció el gran interés y la gran cantidad de jóvenes que se encuentran en situación de buscar prácticas pre profesionales por medio de nuestra plataforma. Es más, se podría decir que confiaron en nuestra plataforma para enviar su cv como intermediario.

7.4. Experimento 4

Validación de precios para empresas

a. Objetivo del experimento.

El objetivo de este experimento es reconocer qué precio es más llamativo para las empresas y saber el interés en nuestra propuesta, ya que estos varían dependiendo de la cantidad de CVs que requieran.

b. Diseño y desarrollo del experimento.

i. Descripción del experimento.

Mediante entrevistas, se les presentarán 7 precios distintos a las empresas con diferentes cantidades de CVs, mientras más CVs se requieran el precio se acomodará y será más accesible. Lo ideal sería que las empresas estén de acuerdo con los precios y hasta podrían pagar más por este. Por ejemplo, si se buscan solo 5 CVs el precio es de 10 soles. Es decir, 2 soles por CV. Pero, si se busca 50 CVs el precio será de 70 soles. Es decir, un precio unitario por CV de 1 sol con 40 céntimos. Y la mejor oferta, es el pack 50 estudiantes, el cual tiene 100 CVs por 120 soles. Es decir, 1 sol con 20 céntimos. De esta manera, la empresa invierte en conseguir practicantes de calidad y es efectivo.

ii. Estrategias de promoción, fidelización y precio (relación con el cliente)

La estrategia de promoción utilizada en esta validación es la venta directa ya que se coordina previamente una reunión vía video, se presenta la idea de negocio y también los precios en paquete y lo que sea más conveniente para ellos y la idea es concretar la venta en ese momento.

Dentro de la estrategia de fidelización se encuentra darle un servicio de calidad a los clientes. Es decir, acompañarlos en el proceso de selección desde que están interesados en buscar practicantes, apoyarlos y hacerles seguimiento para que tengan un servicio personalizado y sientan que son parte de Practica Ya, y no solo clientes. Asimismo, es importante también el servicio post venta. Luego de concretada la venta, hacer seguimiento para que los CVs que lleguen sean los adecuados y sea una compra efectiva y consiga un practicante de calidad. También cuando ya estén saber el desarrollo y desenvolvimiento de este.

La estrategia de precio utilizada es una de penetración de mercado, son precios iniciales y accesibles para todo tipo de empresas como pequeñas y medianas.

iii. Bitácora de actividades.

Practica YA

Lima Perú

Número de id. de servicio	Tipo de servicio	Descripción	Precio	
Pack 1 practicante	5	Cantidad de CV requeridos	S/	10.00
Pack 3 practicantes	10	Cantidad de CV requeridos	S/	20.00
Pack 8 practicantes	15	Cantidad de CV requeridos	S/	25.00
Pack 12 practicantes	20	Cantidad de CV requeridos	S/	30.00
Pack 20 practicantes	30	Cantidad de CV requeridos	S/	50.00
Pack 25 practicantes	50	Cantidad de CV requeridos	S/	70.00
Pack 50 practicantes	100	Cantidad de CV requeridos	S/	120.00

Figura 18. Tarifa de la empresa Practica YA.

c. Análisis e interpretación de resultados.

Luego de realizar entrevistas a distintos cargos de diferentes empresas, se puede analizar que la idea planteada es viable ya que, en resumen, lo que ellos buscan es asegurar tener profesionales, en este caso, estudiantes/practicantes de calidad y están dispuestos a pagar por esta clase de ayuda. Asimismo, consideran que los cursos que estos lleven dentro de la plataforma deben ir acorde a su perfil laboral y en qué áreas quieren desarrollarse o a los requerimientos que la empresa a la que va a postular requiera.

Si bien conseguir posibles clientes por el marketing directo, con algunos contactos o referidos que se tenga es sumamente importante para enseñarles nuestra propuesta y se sientan más en confianza aun para que se tenga en cuenta los objetivos que tenemos como empresa.

Para finalizar, en este experimento se evidenció que los precios colocados como alternativa están correctos y son aceptados por las empresas entrevistadas. Sin embargo, podemos tomar ventaja de esto, pues ellos piensan que por este servicio pueden pagar un poco más del rango que se tenía pensado. De esta manera, obtenemos más ganancias y recuperamos más rápido nuestra inversión inicial.

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

Después de analizar la entrevista, donde les mostramos nuestra propuesta de valor y como manejamos nuestros servicios y precios, se llegó a una conclusión que nuestros precios son sumamente llamativos y que si estarían dispuestos a pagar porque está muy al alcance de las empresas, y hasta ofrecen pagar un monto mayor con tal de recibir calidad.

e. Sustentación de las validaciones

ENTREVISTADO 1 - BRANDON SANCHEZ VALDIVIA (Gerente General Hillary S.A.C.)

<https://www.youtube.com/watch?v=q8sWoKWCamq>

ENTREVISTADO 2 - Mauricio García (Sub Gerente de Recursos Humanos de Luz del Sur)

<https://youtu.be/znpoGk2WpiM>

ENTREVISTADO 4 - Stefano Rospigliosi (Gerente de Recursos Humanos de Falabella)

<https://youtu.be/eyuV8Bjk5RA>

8. PLAN FINANCIERO

8.1. Proyección de ventas

Para la proyección de ventas se tiene el registro de 4 semanas de ventas reales a continuación se mostrará un cuadro que indica las ventas por semana del año 2021

	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7
Servicio	31-May	7-Jun	14-Jun	21-Jun	28-Jun	5-Jul	12-Jul
Cantidad de CVs	0	4	17	18			
Precio	5	5	5	5	5	5	5
Ingresos	0	20	85	90	0	0	0
Ventas	0	20	85	90	0	0	0

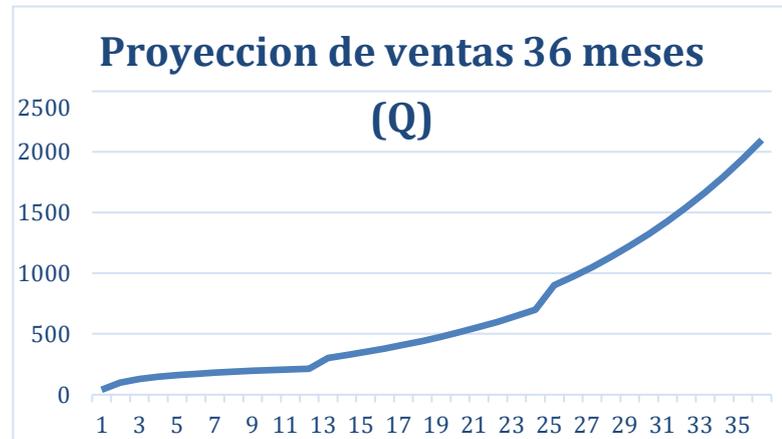
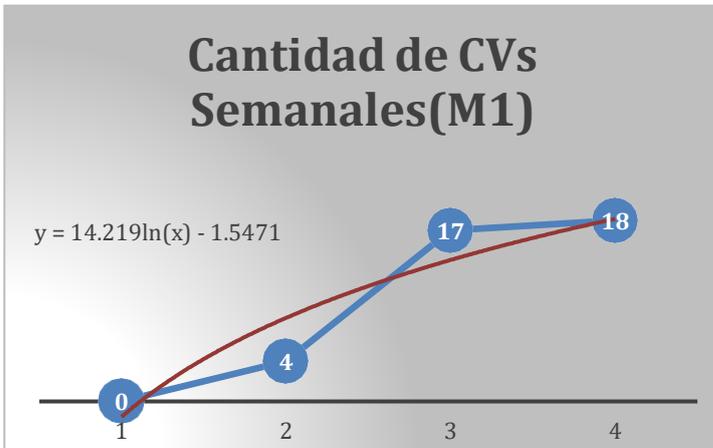
Tabla 22. Proyeccion de ventas.

Gracias a estos datos, se elaboró una función logarítmica que nos permitirá estimar la demanda en futuros periodos. Gracias a esta función, se elaboró una proyección semanal de un año. Para el segundo año se tiene como objetivo implementar la idea de negocio en una aplicación que permita tener un mayor crecimiento en ventas, proyectando un crecimiento de 8% mensual. Para un tercer año, el objetivo es abarcar el mercado nacional en su totalidad.

Fuente: Elaboración propia

Fuente: Elaboración propia

Con la función logarítmica se trabajó el primer año, posteriormente un crecimiento lineal de 8% gracias al desarrollo de la aplicación. A partir del mes 24, otro despegue gracias al lanzamiento en el mercado nacional.



8.2. Presupuesto de inversión del proyecto

La inversión total del proyecto en los próximos 3 años, es de 83020. Esta inversión está repartida mayormente en marketing y personal, los cuales son necesarios para el funcionamiento del negocio. Sin embargo, la inversión más fuerte viene en el año 2 con el desarrollo de la aplicación.

	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	
Presupuesto año 1													Total
Personal	0	0	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930
Marketing	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Presupuesto año 2													
Desarrollo de APP													
													22600
Personal	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930
Marketing	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900
Presupuesto año 3													
Personal	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930	930
Marketing	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300
Total 3 años													83020

Tabla 23. Presupuesto de inversion en el proyecto.

Inventario inicial	S/. -	Inventario inicial, Caja mínima, Activos Fijos (Tangible o intangibles) y Flujos negativos
Caja mínima	S/. 3,800.00	

Activos Fijos	S/. 22,600.00	
Inversión Total	S/. 26,400	

Al considerarse un servicio, no figuran gastos en inventario inicial, por ello, el presupuesto de inversión de apertura es de 3800 soles, lo cual cubre el flujo de caja por los próximos 17 meses que será rentable la empresa. Sin embargo, para el segundo año se necesita una inversión de 22,600 soles para el desarrollo y diseño de la aplicación.

8.3. Ingresos y egresos

Los ingresos son a partir de las ventas realizadas, con una proyección de tres años, se obtiene 123,493 soles representados en las ventas de CVs a empresas que buscan practicantes competentes para su rubro laboral.

Los egresos se componen en primer lugar del gasto de personal, estos gastos se componen por un sueldo del trabajador encargado de recopilar la información del requerimiento de las empresas, y la recolección segmentada de los practicantes para el primer año. Después de la implantación de la aplicación, se mantendrá a uno de los integrantes del grupo que aprenda sobre el diseño, mantenimiento y manejo de información de la aplicación seleccionada. En segundo lugar, los gastos de publicidad mensuales que son de 200, 900 y 1300 para cada uno de los 3 años respectivamente. El crecimiento se debe a la mejora continua de nuestra estrategia de desarrollo de producto, que tiene como objetivo la creación de una aplicación, y otra estrategia de poder abarcar el mercado nacional en el tercer año.

En tercer lugar, los egresos de costos variables a partir del segundo año, el cual representa el 15% del precio de cada una de las ventas. Este gasto considera almacenamiento, y mantenimiento de información de la aplicación. La suma total de egresos de los 3 primeros años, sin considerar la inversión de la aplicación, es de 77,449 soles.

	Año 1	Año 2	Año 3	Total
Ingresos	S/. 9,630	S/. 28,466	S/. 85,397	S/. 123,493
Egresos	-S/. 11,700	-S/. 26,230	-S/. 39,570	-S/. 77,499
Margen	-S/. 2,070	S/. 2,236	S/. 45,828	S/. 45,993

Tabla 24. Flujo de ingresos y egresos.

8.4. Flujo de caja

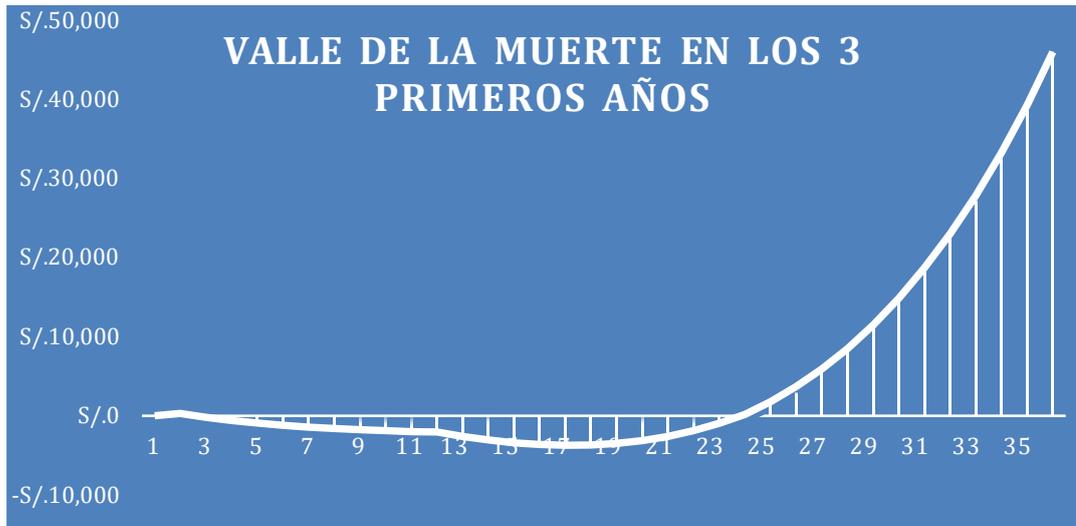
Flujo de caja proyectado para los próximos 3 años, detallando los ingresos, egresos y margen.

FLUJO DE CAJA	M0	AÑO 1											
		M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12
Cantidad		39	99	127	146	160	171	180	188	195	201	207	212
Precio		\$/5.00	\$/5.00	\$/5.00	\$/5.00	\$/5.00	\$/5.00	\$/5.00	\$/5.00	\$/5.00	\$/5.00	\$/5.00	\$/5.00
INGRESOS		\$/195	\$/497	\$/636	\$/729	\$/798	\$/854	\$/901	\$/941	\$/976	\$/1,007	\$/1,035	\$/1,061
EGRESOS													
Costos variables		\$/0	\$/0	\$/0	\$/0	\$/0	\$/0	\$/0	\$/0	\$/0	\$/0	\$/0	\$/0
Personal		\$/0	\$/0	\$/930	\$/930	\$/930	\$/930	\$/930	\$/930	\$/930	\$/930	\$/930	\$/930
Publicidad		\$/200	\$/200	\$/200	\$/200	\$/200	\$/200	\$/200	\$/200	\$/200	\$/200	\$/200	\$/200
TOTAL EGRESOS		\$/200	\$/200	\$/1,130	\$/1,130	\$/1,130	\$/1,130	\$/1,130	\$/1,130	\$/1,130	\$/1,130	\$/1,130	\$/1,130
MARGEN		\$/5	\$/297	\$/494	\$/401	\$/332	\$/276	\$/229	\$/189	\$/154	\$/123	\$/95	\$/69
FLUJO DE CAJA SIN FINANCIAMIENTO													
INICAL		\$/0	\$/5	\$/292	\$/202	\$/603	\$/935	\$/1,211	\$/1,440	\$/1,629	\$/1,783	\$/1,906	\$/2,001
FLUJO		\$/5	\$/297	\$/494	\$/401	\$/332	\$/276	\$/229	\$/189	\$/154	\$/123	\$/95	\$/69
FINAL		\$/5	\$/292	\$/202	\$/603	\$/935	\$/1,211	\$/1,440	\$/1,629	\$/1,783	\$/1,906	\$/2,001	\$/2,070
FLUJO DE CAJA FINANCIADO													
FINANCIAMIENTO		\$/3,800											
INICAL		\$/3,800	\$/3,795	\$/4,092	\$/3,598	\$/3,197	\$/2,865	\$/2,589	\$/2,360	\$/2,171	\$/2,017	\$/1,894	\$/1,799
FLUJO		\$/5	\$/297	\$/494	\$/401	\$/332	\$/276	\$/229	\$/189	\$/154	\$/123	\$/95	\$/69
FINAL		\$/3,795	\$/4,092	\$/3,598	\$/3,197	\$/2,865	\$/2,589	\$/2,360	\$/2,171	\$/2,017	\$/1,894	\$/1,799	\$/1,730
Flujo de Caja del Inversionista		\$/-3,800	\$/3,795	\$/4,092	\$/3,598	\$/3,197	\$/2,865	\$/2,589	\$/2,360	\$/2,171	\$/2,017	\$/1,894	\$/1,799

FLUJO DE CAJA		AÑO 2											
	M13	M14	M15	M16	M17	M18	M19	M20	M21	M22	M23	M24	
Cantidad	300	324	350	378	408	441	476	514	555	600	648	699	
Precio	S/.5.00												
INGRESOS	S/.1,500	S/.1,620	S/.1,750	S/.1,890	S/.2,041	S/.2,204	S/.2,380	S/.2,571	S/.2,776	S/.2,999	S/.3,238	S/.3,497	
EGRESOS													
Costos variables	-S/.225	-S/.243	-S/.262	-S/.283	-S/.306	-S/.331	-S/.357	-S/.386	-S/.416	-S/.450	-S/.486	-S/.525	
Personal	-S/.930												
Publicidad	-S/.900												
TOTAL EGRESOS	-S/.2,055	-S/.2,073	-S/.2,092	-S/.2,113	-S/.2,136	-S/.2,161	-S/.2,187	-S/.2,216	-S/.2,246	-S/.2,280	-S/.2,316	-S/.2,355	
MARGEN	-S/.555	-S/.453	-S/.343	-S/.224	-S/.95	S/.43	S/.193	S/.355	S/.530	S/.719	S/.923	S/.1,143	
FLUJO DE CAJA SIN FINANCIAMIENTO													
INICAL	-S/.2,070	-S/.2,625	-S/.3,078	-S/.3,421	-S/.3,645	-S/.3,740	-S/.3,697	-S/.3,504	-S/.3,148	-S/.2,618	-S/.1,900	-S/.977	
FLUJO	-S/.555	-S/.453	-S/.343	-S/.224	-S/.95	S/.43	S/.193	S/.355	S/.530	S/.719	S/.923	S/.1,143	
FINAL	-S/.2,625	-S/.3,078	-S/.3,421	-S/.3,645	-S/.3,740	-S/.3,697	-S/.3,504	-S/.3,148	-S/.2,618	-S/.1,900	-S/.977	S/.166	
FLUJO DE CAJA FINANCIADO													
FINANCIAMIENTO	S/.22,300												
INICAL	S/.1,730	S/.1,175	S/.722	S/.379	S/.155	S/.60	S/.103	S/.296	S/.652	S/.1,182	S/.1,900	S/.2,823	
FLUJO	-S/.555	-S/.453	-S/.343	-S/.224	-S/.95	S/.43	S/.193	S/.355	S/.530	S/.719	S/.923	S/.1,143	
FINAL	S/.1,175	S/.722	S/.379	S/.155	S/.60	S/.103	S/.296	S/.652	S/.1,182	S/.1,900	S/.2,823	S/.3,966	
Flujo de Caja del Inversionista	S/.1,175	S/.722	S/.379	S/.155	S/.60	S/.103	S/.296	S/.652	S/.1,182	S/.1,900	S/.2,823	S/.3,966	

FLUJO DE CAJA		AÑO 3											
	M25	M26	M27	M28	M29	M30	M31	M32	M33	M34	M35	M36	
Cantidad	900	972	1050	1134	1224	1322	1428	1542	1666	1799	1943	2098	
Precio	S/.5.00												
INGRESOS	S/.4.500	S/.4.860	S/.5.249	S/.5.669	S/.6.122	S/.6.612	S/.7.141	S/.7.712	S/.8.329	S/.8.996	S/.9.715	S/.10.492	
EGRESOS													
Costos variables	-S/.675	-S/.729	-S/.787	-S/.850	-S/.918	-S/.992	-S/.1.071	-S/.1.157	-S/.1.249	-S/.1.349	-S/.1.457	-S/.1.574	
Personal	-S/.930												
Publicidad	-S/.1.300												
TOTAL EGRESOS	-S/.2.905	-S/.2.959	-S/.3.017	-S/.3.080	-S/.3.148	-S/.3.222	-S/.3.301	-S/.3.387	-S/.3.479	-S/.3.579	-S/.3.687	-S/.3.804	
MARGEN	S/.1.595	S/.1.901	S/.2.231	S/.2.588	S/.2.974	S/.3.390	S/.3.840	S/.4.325	S/.4.850	S/.5.416	S/.6.028	S/.6.689	
FLUJO DE CAJA SIN FINANCIAMIENTO													
INICAL	S/.166	S/.1.761	S/.3.662	S/.5.893	S/.8.482	S/.11.455	S/.14.846	S/.18.685	S/.23.011	S/.27.861	S/.33.277	S/.39.305	
FLUJO	S/.1.595	S/.1.901	S/.2.231	S/.2.588	S/.2.974	S/.3.390	S/.3.840	S/.4.325	S/.4.850	S/.5.416	S/.6.028	S/.6.689	
FINAL	S/.1.761	S/.3.662	S/.5.893	S/.8.482	S/.11.455	S/.14.846	S/.18.685	S/.23.011	S/.27.861	S/.33.277	S/.39.305	S/.45.993	
FLUJO DE CAJA FINANCIADO													
FINANCIAMIENTO													
INICAL	S/.3.966	S/.5.561	S/.7.462	S/.9.693	S/.12.282	S/.15.255	S/.18.646	S/.22.485	S/.26.811	S/.31.661	S/.37.077	S/.43.105	
FLUJO	S/.1.595	S/.1.901	S/.2.231	S/.2.588	S/.2.974	S/.3.390	S/.3.840	S/.4.325	S/.4.850	S/.5.416	S/.6.028	S/.6.689	
FINAL	S/.5.561	S/.7.462	S/.9.693	S/.12.282	S/.15.255	S/.18.646	S/.22.485	S/.26.811	S/.31.661	S/.37.077	S/.43.105	S/.49.793	
Flujo de Caja del Invercionista	S/.5.561	S/.7.462	S/.9.693	S/.12.282	S/.15.255	S/.18.646	S/.22.485	S/.26.811	S/.31.661	S/.37.077	S/.43.105	S/.49.793	

Tabla 25. Flujo de caja



Fuente: elaboración propia

En el mes 17, se tiene una pérdida máxima en el flujo de caja de 3780 soles, por lo que se tomó esa cantidad como inversión inicial. Esta inversión nos permitirá tener efectivo disponible para mantener los gastos durante el tiempo de funcionamiento del proyecto.



Fuente: elaboración propia

8.5. VAN, TIR Y periodo de recupero

Un cuadro resumen anual del flujo de caja nos indica el margen y la rentabilidad del negocio. A continuación, se mostrará el valor actual neto del negocio en el tiempo, además la tasa en la que igualamos el van a 0, para obtener el porcentaje de la tasa de

retorno de interés. Finalmente, identificar el periodo de recupero para la inversión inicial, y otro para el segundo año con la inversión del desarrollo de la aplicación.

	AÑO 0	AÑO1	AÑO2	AÑO3
Cantidad		1926	5693	17079
Precio		S/.5.00	S/.5.00	S/.5.00
INGRESOS		S/.9,630	S/.28,466	S/.85,397
EGRESOS		S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
Costos variables		S/.0	-S/.4,270	-S/.12,810
Personal		-S/.9,300	-S/.11,160	-S/.11,160
Publicidad		-S/.2,400	-S/.10,800	-S/.15,600
		S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
TOTAL, EGRESOS		-S/.11,700	-S/.26,230	-S/.39,570
MARGEN		-S/.2,070	S/.2,236	S/.45,828
FLUJO DE CAJA FINANCIADO				
FINANCIAMIENTO	S/.3,800		-S/.22,800	
INICIAL		S/.3,800	S/.1,730	S/.3,966
FLUJO		-S/.2,070	S/.2,236	S/.45,828
FINAL		S/.1,730	S/.3,966	S/.49,793
Flujo de Caja del Inversionista	-S/.3,800	S/.1,730	S/.3,966	S/.49,793

VAN	S/. 29,211.12
COK	20%
TIR	168%
Periodo de recupero sin Inversión en la aplicación	Mes 17
Periodo de recupero sin Inversión en la aplicación	Mes 31

Tabla 26. VAN, TIR Y periodo de recupero

1.1. Financiamiento

Existen dos tipos de financiamiento, cada una para cada etapa del desarrollo del negocio. En primer lugar, en la etapa de gestación durante el año 1, se necesita un total de S/. 3800,00 por lo que se opta por un aporte de fundadores de S/. 760 lo cual representa una inversión del 20% cada uno. Lo cual se amortizará sin intereses a cada uno de los integrantes.

APORTE DE FUNDADORES	760	20%
	760	20%
	760	20%
	760	20%
	760	20%

Años	DEUDA	AMORTIZACIÓN	INTERÉS	CUOTA
1	3,800	1,267	0	S/. 1,266.67
2	2,533	1,267	0	S/. 1,266.67
3	1,267	1,267	0	S/. 1,266.67
Totales	0	3,800	0	S/. 3,800.00

Tabla 27. Financiamiento del proyecto.

En segundo lugar, en la etapa de despegue, se financiará la aplicación mediante Crowdfunding. buscando obtener una pequeña donación por parte de los estudiantes que lograron conseguir sus ansiadas prácticas. Recordemos que el crowdfunding funciona con pequeñas donaciones de muchas personas. En el primer año tenemos un alcance de aproximadamente 1900 personas, y si pudiéramos recibir la donación de 20 soles del 60%, nos alcanza para financiar la aplicación que se tiene como objetivo desarrollar para el segundo año.

Crowdfunding	
Cantidad del primer año	1926
60% de aportantes	1156
Donacion promedio	S/. 20
Total recaudado	S/. 23,112

Para la etapa de escalamiento se planea hacer una alianza con Crehana, con la que se pueda hacer certificados directos de cursos complementarios que certifiquen un buen curriculum de los practicantes a los cuales queremos llegar. En la parte de consolidación, se planea mejorar la supuesta alianza y llegar a abarcar nuevos mercados tales como el mexicano y colombiano, donde nuestra propia alianza nos permita llegar a los mercados donde ya está establecido.

2. Conclusiones y recomendaciones

- Tras las entrevistas realizadas a los 20 usuarios podemos concluir que el público objetivo se mantiene en la constante búsqueda de prácticas sin obtener éxito mayormente. Esto se debe a que las plataformas que comúnmente utilizan como Bumerán, Indeed, redes sociales, entre otros requieren puestos con un tiempo de mínimo un año de experiencia.
- Por otro lado, se puede concluir que la plataforma de Práctica YA, es amigable, fácil de usar, con muchos atractivos como la personalización según las necesidades de cada usuario y brindando beneficios como mejorar el CV, charlas, asesorías y capacitaciones para ser un mejor profesional en el mercado laboral, competir en este y sobresalir ante los demás.
- Tras realizar las validaciones, se puede concluir que el 60% de los usuarios del público objetivo poseen una preferencia en ambos modos de plataformas: aplicativo y sitio web. Asimismo, el 70% de ellos posee una preferencia por Instagram como medio de promocionar Práctica Ya!
- Con el desarrollo del perfil del cliente, se determinó cuáles son las alegrías y frustraciones con respecto a los trabajos que ya han realizado nuestro segmento de cliente con respecto a la búsqueda de prácticas profesionales. De igual forma, con la realización de los testeos y anuncios por redes sociales obtuvimos mensajes positivos de nuestra app y página web, así mismo tenemos que tomar en cuenta que cosas debemos mejorar.
- Hasta el momento, los usuarios y los expertos se visualizan cómodos con la idea de negocio, ven que es facilitadora, accesible y la beneficiaria para ambas partes. Como practicante, al acelerar su búsqueda y limitar el mercado a lo que necesita. Por el lado de la empresa, acceder a una plataforma donde se asegure que el profesional que se puede contratar tiene las cualidades o habilidades que la empresa necesita y es un profesional calificado.
- Tras el análisis del experimento 1 del concierge se puede concluir que solo el 40% de los correos enviados respondieron con una respuesta positiva, es decir mostraron interés en solicitar información adicional al de la presentación. De esta manera, el aprendizaje principal es personalizar los correos y optimizar la información en la presentación de manera que sea más didáctica.

RECOMENDACIONES.

- Tras la presentación del mock up de la aplicación de Practica YA en el focus group, se recomienda prestar atención a los detalles que afirmaron los usuarios como preferencia para una aplicación más juvenil como el cambio en el dibujo del logo, los colores de la plataforma y añadir los demos en la sección de cursos y talleres.
- Se recomienda, según la experiencia de un experto, que en la plataforma se pueda dejar feedback por cada practicante que ya obtuvo trabajo. Es decir, elaborar un ranking mediante estrellas o comentarios finales para que cualquier otra empresa o reclutador que la busque/encuentre, sepa qué tipo de profesional es, sus fortalezas y debilidades, y lo que dejó como trabajadora.

- Tras el análisis del experimento 1, se recomienda cambiar el formato de la presentación de la empresa a nuestros posibles clientes. De esta manera, se planea desarrollar un video más didáctico explicando nuestros servicios y paquete de precios por lo que se demostrará mayor seguridad y credibilidad a nuestra oferta.
- Asimismo, se recomienda trabajar en base a la tecnología y siempre estar a la vanguardia de nuevos programas para que el servicio tanto de la plataforma como de la aplicación sea rápido eficaz y que no tenga problemas de lentitud, así de esta manera se garantiza que los clientes tengan un servicio limpio y que no tengan quejas por lo que pagan y reciben.
- Otra recomendación es también saber qué cursos son los más llamativos para los estudiantes o practicantes y cuales aparecen a raíz de los cambios en lo externo como lo social, económico, político, ambiental, entre otros.

3. Bibliografía

Diagnóstico de las prácticas pre profesionales. (2011). Revista de la facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM. <file:///Users/kassandradominguezquiroz/Downloads/6206-Texto%20del%20art%C3%ADculo-21636-1-10-20140322.pdf>. [Consulta: 6 de mayo].

Megias, J. (2013). Value Proposition Canvas, el lienzo de la proposición de valor | Startups, Estrategia y Modelos de negocio. Recuperado de: <https://javiermegias.com/blog/2013/01/value-proposition-canvas-lienzo-proposicion-valormodelos-de-negocio/> [Consulta: 21 de junio].

Osterwalder, A. (2012). The Customer Value Map v.0.8 - now called Value Proposition Canvas — Business Model Alchemist. Recuperado de: <http://businessmodelalchemist.com/2012/01/the-customer-value-canvas-v-0-8.html> [Consulta: 1 de julio].

RPP (2018). INEI: La población en el Perú es de 31 millones. Recuperado de: <https://rpp.pe/peru/actualidad/inei-la-poblacion-en-el-peru-es-de-31-millones-237-mil-habitantes-noticia-1131843?ref=rpphttps://rpp.pe/peru/actualidad/inei-la-poblacion-en-el-peru-es-de-31-millones-237-mil-habitantes-noticia-1131843?ref=rpp> [Consulta: 6 de mayo].

4. Anexos

Tabla N°1

Entrevista a personas del público objetivo
Buenas días/tardes/noches mi nombre es _____, el día de hoy voy a hacerle una corta entrevista con fines académicos para el curso de

<i>Emprendimiento de negocios sostenibles: Implementación de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.</i>	
1. Nombre y apellido completo	1. ¿Se encuentra estudiando en alguna universidad o instituto? ¿En cuál?
1. ¿Qué carrera está cursando y en qué ciclo se encuentra?	1. ¿Estás en búsqueda de prácticas pre y/o profesionales?
1. ¿Cómo buscas prácticas pre y/o profesionales? ¿Mediante qué herramientas o plataformas?	1. ¿Cuál es tu opinión respecto a la situación actual al momento de buscar prácticas pre y/o profesionales?
1. ¿Cuáles crees que son los principales retos para conseguir prácticas pre y/o profesionales en una empresa?	1. Cuéntame alguna mala experiencia en tu búsqueda de prácticas pre y/o profesionales
1. ¿Consideras que, en estas plataformas, existe más oferta laboral para profesionales y no tanto para practicantes?	1. ¿Crees que existe un convenio entre las empresas y universidades para conseguir oferta laboral?

Entrevista a usuarios

- Entrevista de validación 1

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre y Apellido del entrevistado: Camila Matos Jara

Actividad: Estudiante universitario

Nombre del entrevistador: Ruth Naveda de la Cruz

La persona entrevistada fue Camila Matos, estudiante de noveno ciclo de la carrera de Contabilidad y Administración en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Ella nos comentó que se encuentra en la búsqueda de prácticas profesionales prácticas preprofesionales en Bumeran, LinkedIn, redes sociales como Facebook, recomendaciones de los profesores. Asimismo, ella afirma que por la pandemia actual hay más competencia en el mercado y piden más requisitos. Los principales retos para conseguir prácticas pre profesionales según Camila es el tiempo de experiencia como mínimo un año en puestos similares. Sin embargo, ella pasó un mal momento en la entrevista para un proceso de selección en donde la empleadora le hizo muchas preguntas específicas y con mala actitud. Ella afirma que en dichas plataformas mencionadas hay oferta laboral para profesionales y estudiantes en búsqueda de prácticas, pero cada vez piden más especializaciones en sistemas especializados en su carrera. De esta manera, ella se prepara con un plan específico para la búsqueda de prácticas con las posibles preguntas en las entrevistas y emocionalmente para un posible rechazo. Por último, ella afirma que se podría mejorar la situación de los practicantes si se les brinda mayores oportunidades sin contar con el tiempo de experiencia o conocimiento de sistemas en específicos y que se consideren las aptitudes.

Video: https://drive.google.com/drive/u/0/folders/10T_7mVkBhXfBhqagt_1ONOnSdrgRTnnp

- Entrevista de validación 2

Tipo de entrevistado: Usuario
Nombre y Apellido del entrevistado: José Murga
Actividad: Estudiante universitario
Nombre del entrevistador: Ruth Naveda de la Cruz

La persona entrevistada fue José Murga, estudiante de octavo ciclo de la carrera de Ingeniería de Sistemas en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Él nos comentó que se encuentra en la búsqueda de prácticas profesionales prácticas preprofesionales en Bumeran, LinkedIn, indeed, redes sociales, recomendaciones de los profesores y amigos. Asimismo, él afirma que por la pandemia actual la búsqueda y entrevista eran presencial y ahora virtual por lo que considera que es mejor. Los principales retos para conseguir prácticas pre profesionales según José es el tiempo de experiencia en puestos similares. Sin embargo, él considera que un mal momento en su proceso de selección fue que no recibió notificaciones o avisos de los resultados. Él afirma que en dichas plataformas mencionadas hay oferta laboral para profesionales y estudiantes en búsqueda de prácticas suficientes. De esta manera, él suele prepararse con un plan específico para la búsqueda de prácticas con las posibles preguntas en las entrevistas y prepararse con información sobre la empresa. Por último, él afirma que se podría mejorar la situación de los practicantes si se les brinda mayores oportunidades sin contar con el tiempo de experiencia o conocimiento de sistemas en específicos y que se consideren las aptitudes.

Video: https://drive.google.com/drive/u/0/folders/10T_7mVkBhXfBhqagt_1ONOnSdrgRTnnp

- Entrevista de validación 3

Tipo de entrevistado: Usuario
Nombre y Apellido del entrevistado: Karolina Llontop
Actividad: Estudiante universitario
Nombre del entrevistador: Ruth Naveda de la Cruz

La persona entrevistada fue Karolina Llontop, estudiante de octavo ciclo de la carrera de Contabilidad y Administración en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Ella nos comentó que se encuentra en la búsqueda de prácticas preprofesionales en Bumeran, linkedin, página de la universidad "Oportunidades UPC" y en las mismas páginas de la empresa. Asimismo, ella afirma que antes de la pandemia existía más oferta laboral. Los principales retos para conseguir prácticas pre profesionales según Karolina es tener un cv de impacto porque es la primera impresión al empleador. Sin embargo, ella considera que un mal momento en su proceso de selección fue hace unos meses que tuvo problemas de conexión y problemas con su laptop por lo que considera que fue una de las razones para no pasar al siguiente filtro. Ella afirma que en dichas plataformas mencionadas hay variedad, pero en Bumeran existe más oferta laboral para profesionales y en la página de la universidad si hay más oferta laboral para practicantes. Asimismo, ella considera que algo negativo es que en las plataformas laborales actuales, el envío de cv o datos no es directo ya que te mandan a la página de la empresa. De esta manera, ella suele prepararse con un plan específico para la búsqueda de prácticas con el diseño correcto del cv, las posibles preguntas en las entrevistas y pide consejos a parientes. Por último, ella afirma que se podría mejorar la situación de los practicantes mediante la mayor accesibilidad por parte de las empresas y que sean más abiertos para aceptar a los estudiantes independientes del tiempo de experiencias y valerse del potencial del estudiante, es decir que las empresas sean más como otro centro de aprendizaje.

Video: https://drive.google.com/drive/u/0/folders/10T_7mVkBhXfBhqagt_1ONOnSdrgRTnnp

- Entrevista de validación 4

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre y Apellido del entrevistado: Jesús Hinostroza

Actividad: Estudiante universitario

Nombre del entrevistador: Ruth Naveda de la Cruz

La persona entrevistada fue Jesús Hinostroza, estudiante de quinto ciclo de la carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional del Callao. Él nos comentó que se encuentra en la búsqueda de prácticas preprofesionales en bumerang, indeed y en la bolsa de trabajo de su universidad. Asimismo, él afirma que actualmente es más difícil de encontrar trabajo ya que hubo mucha reducción de personal y solicita practicantes con conocimientos específicos de programas. Los principales retos para conseguir prácticas pre profesionales según Jesús es contar un alto nivel de inglés y manejo de Excel y asimismo poseer habilidades de liderazgo y manejo de trabajo bajo estrés. Sin embargo, él considera que un mal momento en su proceso de selección fue en las preguntas de las entrevistas como cuáles son sus defectos o actualizaciones en la industria de la empresa escogida por lo que él considera que no fueron las adecuadas según el criterio del empleador y por ello no pasó al siguiente filtro. Él afirma que en dichas plataformas mencionadas hay variedad de oferta laboral, pero se concentra más en los profesionales egresados o con títulos y en lo que se refiere a las prácticas requieren años de experiencias. De esta manera, él suele prepararse con un plan específico para la búsqueda de prácticas como conocer las posibles preguntas. Además, considera que existen convenios entre las universidades y empresas para la oferta laboral por medio de los promedios ponderados. Por último, él afirma que se podría mejorar la situación de los practicantes mediante la mayor accesibilidad por parte de las empresas y que sean más tolerables para valerse del potencial del estudiantes, es decir que las empresas sean más como otro centro de aprendizaje.

Video: https://drive.google.com/drive/u/0/folders/10T_7mVkBhXfBhqagt_1ONOnSdrgRTnnp

- Entrevista de validación 5

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre y Apellido del entrevistado: Alonso Romani

Actividad: Estudiante universitario

Nombre del entrevistador: Daniela Solís Vallejo

La persona entrevistada fue Alonso Romani, un estudiante de noveno ciclo de la carrera de Administración y Marketing de la Universidad Peruana de Ciencia Aplicadas (UPC). En la entrevista nos señaló que estaba en búsqueda de prácticas pre profesionales pero que, por la coyuntura actual, Covid-19, se le estaba haciendo muy complicado por las trabas que hay, nos comentó que las empresas están buscando objetivamente, teniendo muchos requisitos para postular. Alonso nos dijo que busca estas prácticas por medio de plataformas como LinkedIn y Bumerán pero que para él en estas plataformas hay más puestos de trabajo para profesionales en planilla como jefes, gerentes o asistentes que practicantes. Además, nos dijo algo muy importante acerca de los principales retos que afronta al momento de buscar y conseguir prácticas y precisamente son los requisitos o habilidades que piden en estas empresas como manejo de Excel, idiomas, manejo de SAP o algún programa que él considera que, si bien lo enseñan en las universidades, es de un nivel muy básico y no suficiente. En cuanto a cómo él podría mejorar la escasa oportunidad laboral precisamente se enfoca en los estudiantes, que tengamos más oportunidades de mejorar desde los primeros ciclos, que exista algún sitio donde puedan mejorar sus habilidades y así poder entrar en el ámbito laboral con más fuerza para que las empresas tengan conocimiento de ello y confíen en los practicantes.

Link: [Entrevista usuario Alonso Romani](#)

- Entrevista de validación 6

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre y Apellido del entrevistado: Renato Gallo

Actividad: Estudiante universitario

Nombre del entrevistador: Daniela Solís Vallejo

El siguiente entrevistado se llama Renato Gallo, estudiante de la carrera de Administración de noveno ciclo en la Universidad de Lima. Nos señaló que actualmente se encuentra buscando prácticas profesionales pero que le está resultando difícil porque aún no consigue el puesto y esto debido a que le faltan algunos requisitos para poder mejorar en este ámbito laboral que muchas empresas hoy en día piden. No obstante, para él le resulta un poco tedioso las entrevistas, una de las malas experiencias que comentó es que una vez lo habían llamado para una entrevista en equipo, iban a ver otros postulantes pero que se intimidó porque para él los demás tenían más conocimiento de los temas y por ello se quedaba callado en algunos momentos, y luego en el feedback que le dieron le dijeron precisamente que no estaban buscando mucho la experiencia, sino que desenvolvimiento.

Otro punto importante de la entrevista es que Renato busca prácticas laborales por medio de Bumerán, LinkedIn y CompuTrabajo, pero para él estas 3 plataformas se enfocan más en puestos más altos como gerente, jefes, coordinadores, entre otros. Nos dijo también que uno de los retos más importantes era precisamente poder desarrollar habilidades que puedan permitirte tener una mejor presentación en una entrevista, si bien las empresas buscan requisitos como bien lo saben todos de Excel, idiomas o SAP, para Renato algo muy importante es poder manejar temas en una entrevista de la mejor manera.

Link: [Entrevista usuario Renato Gallo](#)

- Entrevista de validación 7

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre y Apellido del entrevistado: María Fernanda Ramírez

Actividad: Estudiante universitario

Nombre del entrevistador: Fernando Guía

La entrevistada se llama María Fernanda Ramírez, se encuentra estudiando Administración y Marketing y actualmente se encuentra en noveno ciclo. En la entrevista señaló que se encuentra buscando prácticas mediante las plataformas LinkedIn, CompuTrabajo, Bumeran. Para ella, el tema de prácticas le resulta contradictoria cuando las empresas buscan reclutar practicantes pre porque piden mucha experiencia y muchos requisitos que un estudiante pre no tiene en su mayoría. Los principales retos que considera es que muchas veces es importante contar con un buen cv, de una manera atractiva porque cada puesto es distinto y que los estudiantes no saben cómo hacerlo. Una experiencia que cuenta es acerca de una entrevista que tuvo al momento de postular a un trabajo donde se encontraba en segunda etapa y donde le hicieron preguntas que no sabía cómo reaccionar o responder y que al final no tuvo éxito. En cuanto a cómo podría mejorar este problema de falta de trabajo a practicantes ella respondió que debería ser más específico, que no tenga tantas trabas para los practicantes que necesitan graduarse con estas prácticas.

Link: https://www.youtube.com/watch?v=yYT-dxuaKPw&feature=youtu.be&ab_channel=FernandoGuia

- Entrevista de validación 8

Tipo de entrevistado: Estudiante de Administración de la universidad Nacional Mayor de San Marcos

Nombre y Apellido del entrevistado: Ángel Bejarano Huamán

Actividad: Estudiante universitario

Nombre del entrevistador: Daniela Solís

Link: <https://drive.google.com/drive/folders/1lIfmy3eADvBFUUX07XKQGmzUVaIWsbj>

- Entrevista de validación 9

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre y Apellido del entrevistado: Gabriela Montalvo

Actividad: Estudiante universitario

Nombre del entrevistador: Moisés Fernando Guía Romero

La entrevistada es estudiante en la Universidad del Centro del Perú de la carrera de Economía del noveno semestre. Se encuentra en la búsqueda de prácticas pre profesionales pero estas no son obligatorias en el semestre que se encuentra. Las plataformas o herramientas que ella ha utilizado para la búsqueda de prácticas pre profesionales han sido en las páginas de las instituciones que ha tenido interés, considera que en Facebook hay algunas páginas que lanzan convocatorias. Es complicado encontrar prácticas pre profesionales en la situación actual ya que las empresas o instituciones públicas han reducido personal por lo que no son necesarias nuevos ingresos de personas que puedan realizar prácticas pre profesionales y prefieren quedarse con el personal que siempre contaron, los principales retos para conseguir prácticas pre profesionales en una empresa son la ofimática y experiencia laboral, es muy complicado en la actualidad contar con experiencia laboral por el contexto de pandemia y el contexto político en el que estamos. Una mala experiencia sería tener como prerrequisito la experiencia laboral en una práctica preprofesional para obtener experiencia. En estas plataformas existe más oferta para profesionales ya que piden tiempo completo y de disponibilidad inmediata lo que es difícil en prácticas pre profesionales y practicantes ya que siguen con los estudios y es complicado brindar esa accesibilidad. Es necesario tener convenios entre empresas y universidades para conseguir una oferta laboral, sin embargo, en la Universidad del Centro del Perú no se encuentra. En la búsqueda de prácticas pre profesionales el plan para lograrlo es invertir en las herramientas, cualidades que se podrían brindar a la empresa, más que nada en la mejora personal para el trabajo en equipo para ser útil a la empresa. La mejora para la escasa oportunidad laboral sería implementar los convenios entre las empresas públicas y privadas con universidades para tener de donde elegir.

Link: <https://youtu.be/iZMjAEc8Uc>

- Entrevista de validación 10

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre y Apellido del entrevistado: Joaquín Hidalgo

Actividad: Estudiante universitario

Nombre del entrevistador: Moisés Fernando Guía Romero

El entrevistado es estudiante en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas de la carrera de Administración y Negocios Internacionales del décimo ciclo. Se encuentra buscando prácticas pre profesionales pero la situación es complicada a causa de la situación actual. Las plataformas que utiliza para la búsqueda de prácticas son LinkedIn o CompuTrabajo. Es complicado encontrar prácticas pre profesionales en la situación actual. Los principales retos para conseguir prácticas profesionales en una empresa es no estar preparado para las entrevistas. No cuenta aún con alguna mala experiencia a la hora de buscar prácticas pre profesionales. Existe más oferta laboral para los profesionales porque en las publicaciones buscan personas con experiencia. Si existe convenio de las empresas con las universidades como los bancos BCP o Continental que van ligadas a las notas que se obtienen siendo más fácil el conseguir un puesto. No se prepara ni indaga acerca de las entrevistas a la empresa que se presentará. La mejora que debería haber acerca de la escasa oportunidad laboral para los practicantes sería buscar y postular hasta encontrar algún puesto disponible.

Link: https://youtu.be/A-sRFw-L_DQ

- Entrevista de validación 11

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre y Apellido del entrevistado: Almendra Figueroa

Actividad: Estudiante universitario

Nombre del entrevistador: Moisés Fernando Guía Romero

La entrevistada es estudiante en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas de la carrera de Administración y Recursos Humanos del décimo ciclo. Se encuentra buscando prácticas. Las plataformas que utiliza para la búsqueda de prácticas son las bolsas de trabajo como Boomerang, CompuTrabajo y LinkedIn. Es complicado encontrar prácticas pre profesionales en la situación actual es la cantidad de puestos de trabajo que te brindan. Existe igual oportunidad para profesionales y practicantes. Si existe convenios entre empresas y universidades siendo el caso de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas ya que existe la bolsa de trabajo donde estudiantes del quinto superior al décimo superior tienen la facilidad de conseguir trabajo más rápido. En la búsqueda de prácticas pre profesionales el plan para lograrlo es estar más capacitado, buscando cursos adicionales a pospuestos que se están postulando. La mejora que debería haber acerca de la escasa oportunidad laboral para los practicantes es mejorar con la sanitización para dar más seguridad a los trabajadores.

Link: <https://youtu.be/Jk8G6obkRh4>

- Entrevista de validación 12

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre y Apellido del entrevistado: Shakira Romero

Actividad: Estudiante universitario

Nombre del entrevistador: Moisés Fernando Guía Romero

La entrevistada estudia la carrera de Administración y Marketing se encuentra en el octavo ciclo. Se encuentra buscando prácticas. Las plataformas comerciales que utiliza para la búsqueda de prácticas son Boomerang o Google. Actualmente no hay muchas. Los principales retos para conseguir prácticas pre profesionales en una empresa son la experiencia o saber cursos adicionales. Una mala experiencia en la búsqueda de prácticas

pre profesionales sería que no hay paga y no hay motivación. No existe mucha oferta laboral para practicantes que buscan personas con más experiencia. Existen convenios entre empresas y universidades. Aún no realiza algún plan para la búsqueda de prácticas pre profesionales. La mejora que debería haber acerca de la escasa oportunidad laboral para los practicantes es que en la actualidad no hay solución por el problema político, una buena opción sería crear una plataforma que solo sea para practicantes.

Link: <https://youtu.be/5o9-Q2Mck6A>

- Entrevista de validación 13

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre y Apellido del entrevistado: Ximena Vargas

Actividad: Estudiante universitario

Nombre del entrevistador: Moisés Fernando Guía Romero

La entrevistada es estudiante en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas de la carrera de Negocios internacionales del sexto y séptimo ciclo. Se encuentra buscando prácticas. Las plataformas que utiliza para la búsqueda de prácticas son Boomerang, Hindi, Laboran y bolsa de trabajo de la UPC. Actualmente no hay mucha oportunidad para los alumnos que buscan prácticas debido a la coyuntura actual y es difícil ya que se debe estar en constante contacto con la empresa o por vara. Los principales retos para conseguir prácticas pre profesionales en una empresa sería que no solo sean estudiantes del octavo ciclo o décimo superior. No cuenta con alguna mala experiencia en la búsqueda de prácticas pre profesionales. Existe más oferta laboral para los profesionales. En la búsqueda de prácticas pre profesionales el plan para lograrlo sería realizar cursos de cómo lograr una entrevista exitosa, de cómo mejorar el CV y mejorar actitudes personales. La mejora que debería haber acerca de la escasa oportunidad laboral para los practicantes sería que las universidades deben tener convenio con empresas y estudiantes de octavo ciclo y noveno ciclo que estén cursando los créditos suficientes tengan un convenio directo.

Link: <https://youtu.be/PWKADCsfCwk>

- Entrevista de validación 14

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre y Apellido del entrevistado: María Fernanda Mejía

Actividad: Universitario

Nombre del entrevistador: Cassandra Domínguez

El entrevistado es estudiante de la carrera de Administración y Marketing en el séptimo ciclo, usualmente busca sus prácticas mediante LinkedIn e Instagram. Su opinión con respecto a la situación actual y las prácticas es complicada, ya que no suelen hacerse las entrevistas que usualmente se hacían y son escasas las empresas que piden practicantes pre o pro profesionales, y si es que hay son muchos los requisitos. Los principales retos para conseguir prácticas es el tema de los contactos que tengas, hace poco llevo un curso donde le explicaban que sólo el 20% de la bolsa laboral está en internet, el resto de 80% además se maneja a través de contactos.

La mala experiencia que se llevó en las prácticas fue con respecto a sus datos que puso en LinkedIn donde la contactaron para la entrevista y luego no le dieron respuesta cuando entró

a la sala de la aplicación zoom. Piensa que las empresas no se están arriesgando a contratar a practicantes por la coyuntura, y ha disminuido la oferta laboral. Las metas que se propone al querer encontrar prácticas es matricularse a cursos para saber lo que se espera en una reclutación de personal.

Piensa que la solución para la escasa oportunidad laboral para los practicantes es que se oferten más ofertas laborales mediante redes sociales, ya que los jóvenes pasan más tiempo por ahí y también que las universidades o algunas plataformas puedan preparar a los estudiantes para que puedan conseguir un empleo con facilidad.

Link: [ENTREVISTA USUARIO 2](#)

- [Entrevista de validación 15](#)

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre y Apellido del entrevistado: Brandon Sánchez Valdivia

Actividad: Universitario

Nombre del entrevistador: Kassandra Domínguez

El entrevistado es estudiante de la carrera de Economía en la Universidad del Pacífico. Actualmente, está en búsqueda de prácticas profesionales para graduarse, él busca prácticas mediante grupos de Facebook (redes sociales), su opinión con respecto a la situación actual es que es super complicado ya que te piden muchos requisitos como estar en tercio superior, el inglés avanzado y muchas cosas, no le parece justo. La mala experiencia que tuvo en buscar prácticas es que a pesar que buscaba bastante aproximadamente 6 meses no la encontraba, él considera que las plataformas virtuales no priorizan al practicante, sino a los que ya son egresados y tienen experiencia.

El plan que se propuso él para lograr encontrar prácticas es investigar para que trate de mejorar el cv, busca recomendaciones. La solución a la problemática de no encontrar prácticas es la creación de una plataforma virtual donde constantemente te alerten cuando se abran plazas y tu cv se adecue a los requisitos que estos piden, ya que siempre se ha llevado una mala experiencia por parte de las otras plataformas que no priorizan a los practicantes.

Link: [ENTREVISTA PÚBLICO OBJETIVO](#)

- [Entrevista de validación 16](#)

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre y Apellido del entrevistado: Carla Fernández

Actividad: Universitario

Nombre del entrevistador: Kassandra Domínguez

La entrevistada se encuentra estudiando Administración en la universidad del Pacífico, actualmente está en el octavo ciclo y está buscando practicas pre profesionales desde el año pasado mediante un grupo de su universidad en redes sociales y también por LinkedIn, piensa que está bien complicado encontrar prácticas porque hay poca oferta y mucha demanda en el mercado laboral, los principales retos que ella piensa que es para encontrar practicar es la falta de experiencia en tal rubro a cursar, una mala experiencia que ella tuvo es que la contactaron pero querían que el trabajo sea presencial y ella no se sentía segura.

Cree que las aplicaciones que existen para encontrar trabajo son más enfocadas en egresados mas no en practicantes, el plan que ella se propone para encontrar prácticas es simular entrevistas con sus amigas para estudiar antes de, ella menciona que la solución para la problemática es una plataforma especialmente para practicantes y cada quien separados por áreas en rubros específicos.

Link: [USUARIO 3](#)

- Entrevista de validación 17

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre y Apellido del entrevistado: Stefano Mitrany

Actividad: Estudiante universitario

Nombre del entrevistador: Camila Canto

El entrevistado llamado Stefano Mitrany es estudiante del décimo ciclo de Administración y Negocios Internacionales en la UPC. Al estar en el último ciclo de la carrera, se encuentra buscando prácticas pre profesionales para poder convalidarlas en la universidad y graduarse. Nos comenta que utiliza LinkedIn, Bumerán o la bolsa de trabajo de la UPC. Stefano considera que hoy en día es muy complicado conseguir prácticas, pues las empresas suelen agregar más funciones o tratar de cubrir dos puestos en uno, lo que complica aún más poder postular. Asimismo, considera que es importante tener en cuenta a qué empresa estás postulando, ya que si es una empresa grande hay mayor competencia por el puesto, caso contrario de una pequeña o mediana empresa donde suelen responder más rápido. Sin embargo, sus procesos no están bien definidos.

Nos cuenta que tuvo una mala experiencia al postular, la empresa enviaba correos con fechas que no cuadraba, tenían atrasos de meses, lo cual era tedioso. Nos comenta que ve poca oferta laboral en plataformas como LinkedIn o Bumerán y que existe más para profesionales. Asimismo, Stefano cuando quiere conseguir prácticas, ingresa todos los días a ver nuevas oportunidades.

Link: [Entrevista Stefano Mitrany Usuario](#)

- Entrevista de validación 18

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre y Apellido del entrevistado: Abraham Cervantes

Actividad: Estudiante universitario

Nombre del entrevistador: Camila Canto

El entrevistado llamado Abraham Cervantes, es estudiante de la Universidad Tecnológica del Perú de la carrera de Administración de Negocios Internacionales y está en el sexto ciclo. Se encuentra en búsqueda de prácticas pre profesionales y las busca mediante la plataforma de la universidad llamada Empleabilidad UTP. Abraham considera que actualmente es difícil conseguir prácticas debido a la pandemia y que el principal reto para conseguirlas es que piden trabajos de profesional con funciones de tal y no de un practicante. La mala experiencia que tuvo en su búsqueda fue que en una ocasión le pedían quedarse más tiempo de lo normal o permitido por ley y estaba sobrecargado. Considera que en LinkedIn y Bumerán existe más oferta para profesionales dado que en requisitos es experiencia mínima. Por otro lado, afirma

que el grupo Intercorp beneficia a sus estudiantes posicionándolos en prácticas en sus mismas empresas como Cineplanet, etc.

Cuando está en búsqueda, Abraham planea enviar su CV más seguido y estar más pendiente a nuevas convocatorias. Y considera que debería existir una página la cual conecte a los practicantes con las empresas y no sean mezclados con los profesionales.

Link: [Entrevista Abraham Cervantes Usuario](#)

- Entrevista de validación 19

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre y Apellido del entrevistado: Ángel Murillo

Actividad: Estudiante universitario

Nombre del entrevistador: Camila Canto

El entrevistado es Ángel Murillo, estudiante de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas en el décimo ciclo de la carrera de Administración y Negocios Internacionales. Para la búsqueda de prácticas utiliza CompuTrabajo y la bolsa de trabajo de la misma universidad. En este momento considera que es complicado ya que muchas empresas a las que estuvo interesado, piden practicantes con experiencia de, por ejemplo, dos años. Uno de los retos que se encuentran es la competitividad ya que, al ser convocatorias grandes, llegan a muchas personas y tiene mucho alcance. Una de las malas experiencias que tuvo fue que mediante la bolsa de trabajo de la universidad, ingresó al puesto pero no le pusieron todas las funciones que debía hacer. Considera también que existe más oferta laboral para los profesionales en las plataformas actuales, por lo que recomienda más la bolsa de trabajo de la UPC o de cada universidad, ya que las funciones y la experiencia va acorde a un practicante. Ángel cada vez que está en búsqueda, se propone enviar su CV a distintos puestos de trabajo. Considera que para encontrar prácticas se debe brindar más herramientas a los estudiantes, como exposiciones de empresas que busquen practicantes, ya que existen miles de CVs que se pierden en el proceso de reclutamiento por estas plataformas.

Link: [Entrevista Angelo Murillo Usuario](#)

- Entrevista de validación 20

Tipo de entrevistado: Usuario

Nombre y Apellido del entrevistado: Sabrina Silva

Actividad: Estudiante universitario

Nombre del entrevistador: Camila Canto

La entrevistada Sabrina Silva es estudiante de la UPC, en la carrera de Administración y Marketing en séptimo ciclo. Sabrina está buscando prácticas pre profesionales y lo realiza mediante la plataforma Bumerán. Ella considera que actualmente no hay mucha oportunidad de trabajo para estudiantes debido a la coyuntura, y dentro de los principales retos está la competitividad y los conocimientos avanzados en Excel, inglés y SAP. Dentro de su experiencia, resalta la falta de puntualidad por parte de la empresa para saber si quedó o no dentro de la empresa, lo que le generó incertidumbre y dudas por si realizó bien la entrevista. Considera también que en estas plataformas ya existentes existe mayor oportunidad de empleo para profesionales y no para practicantes. Lo que hace la entrevistada cada que quiere conseguir prácticas, es mandar su CV de manera continua para no perderse ninguna oportunidad laboral. Finalmente, cree que debería existir una plataforma la cual se enfoque netamente en convocatorias para practicantes.

Entrevista a los expertos	
Buenos días/tardes/noches mi nombre es _____, el día de hoy voy a hacerle una corta entrevista con fines académicos para el curso de Emprendimiento de negocios sostenibles: Implementación de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.	
1. Nombre y apellido completo	1. ¿Qué carrera estudiaste?
1. ¿Se encuentra trabajando actualmente? ¿Cuál es su puesto?	1. ¿Cuáles son las habilidades o requisitos en los postulantes para las prácticas laborales?
1. ¿Podrías mencionarnos cómo es el proceso de selección para los practicantes?	1. ¿Con qué frecuencia o temporadas contratan practicantes y en qué proporción?
1. ¿Qué plataforma o alianzas tiene para encontrar ofertas laborales (bumerang, LinkedIn, etc.)?	1. ¿Cómo afrontan el tema de la pandemia para la selección de personal en prácticas?
1. ¿Qué opina de que exista una plataforma especialmente para la oferta laboral de practicantes pre y/o profesionales?	

Tabla 28. Entrevista a los expertos.

Entrevista a expertos

- Entrevista de validación 1

Tipo de entrevistado: Experto

Nombre y Apellido del entrevistado: Analy Rodríguez

Actividad: jefa de gestión de personas

Nombre del entrevistador: Moisés Fernando Guía Romero

La entrevistada estudió la carrera de psicología tiene una maestría de desarrollo organizacional y dirección de personas, se encuentra laborando actualmente como jefa de gestión de personas en una empresa del sector salud.

Se está implementando una cultura donde se debe encontrar ciertas habilidades y requisitos para realizar las prácticas laborales estas son, trabajo en equipo comunicación asertiva siendo muy importante la adaptabilidad por los cambios producidos por la pandemia; aparte de los conocimientos generales cercanos al perfil o puesto de trabajo.

Los procesos de inflexión de los practicantes son mediante una carta enviada a las universidades donde se da a conocer que hay ciertas vacantes y las universidades envían currículums de los alumnos es ahí donde empieza el proceso de selección, donde se ve las habilidades blandas, conocimientos técnicos, se entrevista a los candidatos si este cumple con las habilidades y es adaptable a la cultura de trabajo es seleccionado.

Las convocatorias normalmente se dan desde el mes de octubre para que pueda iniciar el próximo año o ciclo para poder estar viendo los CV se espera noviembre, diciembre para poder ver que puesto necesitan personas y en qué área.

La plataforma que se utiliza con el tema de practicantes se comunica directamente con las universidades, con las bolsas de trabajo y también utilizan Boomerang. La selección de personal en practicantes en pandemia se ha trasladado a la modalidad que se tiene a través de zoom, entrevistas, pruebas laborales se realizan en dicha plataforma. Todo esto ha sido una implementación que en realidad se ha venido realizando en tema de plataformas, evaluación y pruebas que se dan a los estudiantes, pero el tema de dinámicas grupales ha cambiado.

Lo que se estaría buscando ya que siempre que buscan candidatos se dirigen a las universidades en definitiva debería haber una plataforma donde las empresas tengan la facilidad que los que están ahí son practicantes exclusivamente para los cargos que se buscan.

Link: <https://youtu.be/5jcWngHs2IA>

- Entrevista de validación 2

Tipo de entrevistado: Experto

Nombre y Apellido del entrevistado: Juan Manuel Sánchez

Actividad: Asistente del Área de Recursos Humanos empresa Phartec S.A.C

Nombre del entrevistador: Cassandra Domínguez

El entrevistado es egresado de la carrera de Administración y Recursos humanos, actualmente se encuentra laborando en el área de Recursos Humanos de la empresa Phartec S.A.C del rubro de alimentos.

Las habilidades y el perfil que tiene que tener un practicante que ellos reclutan es con convenios de universidades entre séptimo a décimo ciclo, con las habilidades de empatía y con disposición al aprendizaje, liderar y que sean proactivos. El proceso de selección que ellos toman es con recomendaciones, amigos o familiares y también por plataformas donde pagan mensualmente para reclutar.

Actualmente se contratan practicantes cada 2 a 3 meses de 1 a 2 practicantes, las plataformas que ellos utilizan para reclutar profesiones donde la empresa tiene alianzas son Boomerang. Con respecto a la pandemia, ellos decidieron no despedir a ningunos, pero sí bajaron la frecuencia con la que entra un nuevo practicante.

Por otro lado, la opinión sobre la plataforma especialmente para practicantes fue positiva, ya que personalmente siempre tuvo problemas cuando era universitario con encontrar prácticas profesionales.

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=qXpTsA3jhJI>

- Entrevista de validación 3

Tipo de entrevistado: Experto

Nombre y Apellido del entrevistado: Pierina Canto Briceño

Actividad: Sub Gerente de Yape

Nombre del entrevistador: Camila Canto

La entrevistada Pierina Canto, es egresada de Administración y Negocios Internacionales de la UPC. Actualmente se encuentra trabajando como Sub Gerente de Yape, que es parte aún del Banco de Crédito del Perú. Ella considera que el mundo laboral es muy competitivo actualmente, es por eso que los profesionales o estudiantes se deben diferenciar muy bien mediante sus habilidades de inglés, Excel y un manejo de data muy bueno, además de otras habilidades generales como trabajo bajo presión, trabajo bajo estrés, entre otros.

El proceso de selección de la empresa es mediante un intermediario y de acuerdo a la necesidad debido a que esta es una empresa en desarrollo, por lo que la contratación se debe a la demanda que se tenga. Este es un proceso virtual con un enfoque para recoger skills a muy alto nivel y finalmente, quien toma la decisión no es la empresa intermediaria sino Yape.

La frecuencia para contratar practicantes es de 1 practicante cada 6 meses, pero depende de la demanda que se tenga en el momento y el crecimiento de la empresa, ya que hoy en día pueden tener una estructura, pero de acá a 3 meses puede ocurrir un cambio radical y pueden necesitar otro practicante. Ellos trabajan bajo una cultura de referidos, más que una plataforma, y predomina en todas las áreas ya que la persona que refiere siempre da la cara por esa persona. El medio para realizar las entrevistas es virtual.

En el caso de su opinión de la plataforma, es que es importante el tema de referidos, por lo que se puede trasladar a esta de manera que cada persona / estudiante / usuario / practicante obtenga un feedback y la empresa se pueda asegurar que es un practicante de calidad con los mejores skills y que no se está equivocando con esa tal.

Link: [Entrevista Pierina Canto Experto](#)