



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE NEGOCIOS

**PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

Plataforma web de búsqueda de prácticas preprofesionales

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar el grado de bachiller en Administración y Negocios Internacionales

Para optar el grado de bachiller en Contabilidad y Administración

Para optar el grado de bachiller en Administración y Marketing

AUTORES

Cárdenas Gallo, Arthur Alfredo (0000-0003-4953-8138)

Cavero Ramírez, César Iván (0000-0002-7633-4991)

Cuadros Quinto, Victor Alejandro (0000-0002-0636-2219)

Morales Chavez, Carlos Josué (0000-0001-7763-6988)

Paz León, Daniel Alejandro (0000-0002-3203-8535)

ASESOR

Quedas Lobatón, Guillermo Martín (0000-0001-7407-078X)

Lima, 08 de julio de 2021

DEDICATORIA

Con mucha gratitud a nuestros profesores, por sus enseñanzas teórica y prácticas
que han permitido afianzar nuestro desarrollo académico y profesional

A nuestros familiares, por su apoyo incondicional para lograr superar este nuevo
reto en nuestra vida

AGRADECIMIENTOS

Para la elaboración de este trabajo de investigación del curso de Emprendimiento de Negocios Sostenibles Implementación. Queremos agradecer a nuestro asesor, Martin Quedas, quién fue el encargado de enseñarnos y que con mucha dedicación y claridad nos ha enriquecido con su experiencia y recomendaciones. Adicionalmente, y no menos importante queremos agradecer a nuestras familias quienes han sido un importante apoyo en el transcurso de nuestro aprendizaje profesional y persona.

RESUMEN

Es de suma necesidad, en el ámbito universitario, el desarrollo de las prácticas pre profesionales porque permite al joven estudiante desarrollar sus conocimientos y habilidades en un ámbito netamente laboral y empresarial los diferentes conocimientos adquiridos en sus años de formación tanto en Universidades como Institutos Técnicos. No obstante, durante los últimos años muchas empresas han elevado las exigencias para contratar un practicante tales como tener experiencia previa, disponibilidad mayor a las horas requeridas para un practicante, etc. Debido a esto, muchos estudiantes tienen dificultades en conseguir prácticas laborales por la falta de experiencia y conflictividad con sus horarios universitarios.

El desempleo profesional y el subempleo son problemas que aquejan a miles de jóvenes peruanos y su incidencia generalmente se atribuye a un desajuste entre la demanda y la oferta de trabajo. Además, de los pocos recursos de información que cuentan los jóvenes a la hora de encontrar practicas tales como sitios web de ofertas laborales, convocatorias de puesto de trabajo que hacen las empresas o simplemente que su propia casa de estudio no lo ofrezca herramientas para encontrar trabajo como una “bolsa de trabajo”

Finalmente, por lo ya mencionado nuestro siguiente proyecto de negocio va dirigido a los estudiantes universitarios y de Institutos técnicos que tienen problemas de conseguir prácticas laborales y ofrecerle una solución mediante una plataforma dirigido especialmente a este grupo de jóvenes en donde encontraran diferentes herramientas que le ayudaran a encontrar sus primeras prácticas de una forma rápida y sencilla.

Palabras clave: [emprendimiento, servicio, digital, web, estudiante].

SUMMARY

The development of pre-professional internships is of utmost necessity in the university environment because it allows young students to develop their knowledge and skills in a purely work and business environment, the different knowledge acquired in their formative years in both Universities and Technical Institutes. However, during the last years many companies have raised the requirements to hire an intern such as having previous experience, availability more than the hours required for an intern, etc. Because of this, many students have difficulties in obtaining internships due to lack of experience and conflicts with their university schedules.

Professional unemployment and underemployment are problems that afflict thousands of young Peruvians and their incidence is generally attributed to a mismatch between labor demand and supply. In addition, the lack of information resources that young people have when it comes to finding internships such as job offer websites, job announcements made by companies or simply that their own house of study does not offer them tools to find work such as a "job bank".

Finally, as mentioned above, our next business project is aimed at university and technical institute students who have problems finding internships and offer them a solution through a platform aimed especially at this group of young people where they will find different tools that will help them find their first internships quickly and easily.

Keywords: [entrepreneurship, service, digital, web, student].

TABLA DE CONTENIDOS

1. FUNDAMENTOS INICIALES	1
1.1. Equipo de trabajo	1
2. VALIDACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
2.1. Breve explicación del problema que se espera resolver.....	5
2.2. Diseño y guía de entrevistas de exploración	5
2.3. Síntesis de los resultados obtenidos	7
2.4. Breve explicación de los hallazgos principales década una de las entrevistas desarrolladas.....	10
2.5. Aprendizajes.....	11
2.6. Sustentación de la validación del problema	11
3. VALUE PROPOSITION CANVAS	26
3.1. Perfil del cliente	26
3.2. Mapa de valor.....	27
3.3. Encaje	30
3.4. Descripción de la propuesta de valor	32
3.5. Identificación de elementos diferenciales (versus competidores).....	32
4. BUSINESS MODEL CANVAS.....	35
4.1. BMC (gráfico).....	35
4.2. Desarrollo y sustento de cuadrantes	35
5. VALIDACIÓN DE LA SOLUCIÓN	37
5.1. Validación técnica de la solución.....	37
5.1.1. Experimento 1	37
5.1.2. Experimento 2.....	40
5.2. Validación de la experiencia de usuario.....	43
5.2.1. Experimento 1	43
5.2.2. Experimento 2.....	46
6. VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.....	50
6.1. Validación de canales.....	50
6.1.1. Experimento.....	50
6.2. Validación de recursos clave.....	56
6.2.1. Experimento 1	56
6.3. Validación de actividades clave	59
6.3.1. Experimento 1	59

6.4.	Validación de socios clave	63
6.4.1.	Experimento 1	63
6.5.	Validación de estructura de costos	66
6.5.1.	Experimento 1	66
7.	VALIDACIÓN DEL INTERÉS DE COMPRA.....	74
7.1.	Experimento 1	74
7.2.	Experimento 2	81
7.3.	Experimento 3	87
7.4.	Experimento 4	92
8.	PLAN FINANCIERO.....	98
8.1.	Proyección de ventas	98
8.2.	Presupuesto de inversión del proyecto	103
8.3.	Ingresos y egresos	112
8.4.	Flujo de caja	118
8.5.	VAN y Punto de Equilibrio	120
8.6.	Financiamiento	122
9.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	124
10.	BIBLIOGRAFÍA	125
11.	ANEXOS	129

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Entrevista a Usuario.....	11
Tabla 2. Entrevista a Usuario.....	12
Tabla 3. Entrevista a Usuario.....	13
Tabla 4. Entrevista a Usuario.....	13
Tabla 5. Entrevista a Usuario.....	14
Tabla 6. Entrevista a Usuario.....	14
Tabla 7. Entrevista a Usuario.....	15
Tabla 8. Entrevista a Usuario.....	16
Tabla 9. Entrevista a Usuario.....	16
Tabla 10. Entrevista a Usuario.....	17
Tabla 11. Entrevista a Usuario.....	17
Tabla 12. Entrevista a Usuario.....	18
Tabla 13. Entrevista a Usuario.....	18
Tabla 14. Entrevista a Usuario.....	19
Tabla 15. Entrevista a Usuario.....	20
Tabla 16. Entrevista a Usuario.....	20
Tabla 17. Entrevista a Usuario.....	21
Tabla 18. Entrevista a Usuario.....	21
Tabla 19. Entrevista a Usuario.....	22
Tabla 20. Entrevista a experto	23
Tabla 21. Entrevista a experto	23
Tabla 22. Entrevista a experto	24
Tabla 23. Entrevista a experto	25
Tabla 24. Comparación de elementos de Only practicas con otras páginas web que publican ofertas laborales	33
Tabla 25. Bitácora de Actividades	38
Tabla 26. Malla Receptora.....	38
Tabla 27. Bitácora de Actividades	41
Tabla 28. Bitácora de Actividades	44
Tabla 29. Malla Receptora.....	44
Tabla 30. Bitácora de Actividades	47
Tabla 31. Bitácora de actividades	51
Tabla 32. Bitácora de actividades	56
Tabla 33. Malla receptora	57
Tabla 34. Bitácora de actividades	60
Tabla 35. Malla receptora	60
Tabla 36. Bitácora de Actividades	63
Tabla 37. Malla Receptora.....	64
Tabla 38. Bitácora de Actividades	67
Tabla 39. Costos Fijos.....	68
Tabla 40. Costos Variables	69
Tabla 41. Inversiones Tangible e Intangibles	70
Tabla 42. Planilla en soles Año 1-3	71
Tabla 43. Planilla en soles Año 4-5	72
Tabla 44. Mercado Objetivo	74
Tabla 45. Bitácora de Actividades	76

Tabla 46. Bitácora de Actividades	83
Tabla 47. Bitácora de Actividades	89
Tabla 48. Bitácora de Actividades	94
Tabla 49. Factores	102
Tabla 50. Proyección de ventas año 1	102
Tabla 51. Proyección de ventas año 2	103
Tabla 52. Proyección de ventas año 3	103
Tabla 53. Inversión Año 1 - 3	103
Tabla 54. Inversión Año 4 - 5	104
Tabla 55. Gatos Administrativos año 1-3	113
Tabla 56. Gastos Administrativos año 4-5	114
Tabla 57. Gatos de ventas año 1-3	115
Tabla 58. Gastos de ventas año 4-5	115
Tabla 59. Pago de cuotas por año	116
Tabla 60. Estado de Resultados	116
Tabla 61. Escudo Fiscal	117
Tabla 62. Estado de situación Financiera	118
Tabla 63. Flujo de caja Económico.....	119
Tabla 64. Flujo de caja Financiero.....	120
Tabla 65. Indicador Económico	121
Tabla 66. Indicador Financiero	121
Tabla 67. Punto de equilibrio.....	122
Tabla 68. Desarrollo del COK	122
Tabla 69. Desarrollo del COK	123
Tabla 70. Financiamiento.....	123

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Organigrama del Equipo.....	5
Figura 2. Perfil del Cliente.....	27
Figura 3. Perfil de la Empresa.....	27
Figura 4. Mapa de Valor de la Empresa	29
Figura 5. Mapa de valor de los Estudiantes	30
Figura 6. Value Proposition Canvas Estudiantes	31
Figura 7. Value Proposition Canvas Empresa	32
Figura 8. Business Model Canvas.....	35
Figura 9. Alcance e Interacción de las publicaciones	42
Figura 10. Visitas a la página.....	42
Figura 11. Me gusta de la página	42
Figura 12. Interacción con la publicación.....	43
Figura 13. Promoción 1 de Facebook	48
Figura 14. Promoción 2 de Facebook	49
Figura 15. Interacción con la publicación.....	49
Figura 16. Visitas a la página.....	49
Figura 17. Me gusta de la página	50
Figura 18. Perfil sin Landing Page	53
Figura 19. Publicación de onlypracticass	53
Figura 20. Comentarios de los usuarios	54
Figura 21. Perfil con landing page.....	54
Figura 22. Publicación de onlypracticass	55
Figura 23. Descripción de la publicación	55
Figura 24. Only Domains Onlypracticass	72
Figura 25. Hosting y Certificado SSL.....	73
Figura 26. Ecommerce Venta Online.....	73
Figura 27. Laptop Lenovo.....	73
Figura 28. Embudo de conversión de Facebook.....	78
Figura 29. Embudo de Conversión de Instagram.....	78
Figura 30. Publicación en Facebook.....	79
Figura 31. Publicación en Instagram	80
Figura 32. Estadísticas de Instagram	81
Figura 33. Métricas de Facebook.....	81
Figura 34. Embudo de conversión de Suscripción.....	85
Figura 35. Publicación en Facebook.....	85
Figura 36. Métricas de Facebook.....	86
Figura 37. Publicación en Instagram	86
Figura 38. Estadísticas de Instagram	86
Figura 39. Número de Personas Suscritas.....	87
Figura 40. Embudo de Conversión	90
Figura 41. Publicación en Facebook.....	92
Figura 42. Métricas de Facebook.....	92
Figura 43. Empresas.....	92
Figura 44. Embudo de conversión	96

Figura 45 Publicación de video en Instagram.....	97
Figura 46. Estadísticas Instagram	97
Figura 47. Alcance del anuncio	97
Figura 48. Reproducciones del anuncio.....	98
Figura 49. Yapeo de los Usuarios	98
Figura 50. Cálculo de total de clientes para la primera semana.....	100
Figura 51. Cronograma de pagos	123

1. FUNDAMENTOS INICIALES

1.1. Equipo de trabajo

i. Descripción de las funciones y roles a asumir por cada integrante

- Nombre del alumno: Cuadros Quinto, Víctor Alejandro



- Rol: Líder y organizador del equipo
- Mi nombre es Victor Alejandro Cuadros Quinto, tengo 22 años y estudio la carrera de Administración y Negocios Internacionales en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, actualmente último ciclo. Así mismo tengo conocimiento sobre: Excel avanzado, Ingles “Ipcna”, sobre Asistente Logístico en el Instituto Empresarial “CAPEU” y sobre Dirección y Gestión de Proyectos Empresariales. Me considero una persona responsable con las actividades que me asignan, me gusta aprender nuevas cosas. Por ende, las habilidades obtenidas en el transcurso de mi carrera, me han ayudado para este presenta trabajo a desempeñarme como el Gerente de Administración.

- Nombre del alumno: Cavero Ramírez, Cesar Ivan



- Rol: Implementador (números)
- Mi nombre es Cesar Iván Cavero Ramírez, tengo 25 años y estudio la carrera de Administración y Negocios Internacionales, actualmente, próximo a egresar. He adquirido amplio conocimiento durante mi trayectoria como universitario, además de asistir a múltiples talleres y cursos brindados de la propia universidad. Me considero una persona muy empática, sociable y con grandes capacidades para ejercer el trabajo en equipo. Actualmente, me encuentro laborando en la Clínica Ricardo Palma en el área administrativa y esto me ha permitido asumir grandes responsabilidades, tales como estudiar y trabajar al mismo tiempo sin perjudicar ninguna de mis actividades. Siempre destaque en cursos donde la contabilidad fue esencial, tales como Evaluación de Proyectos de Inversión Privada, Costos y Presupuestos, Contabilidad Financiera, entre otros. Esto me permitirá asumir el rol de Contador en la empresa y así enfocarme en darle la mayor claridad financiera y comercial a nuestro proyecto.

- Nombre del alumno: Paz León, Daniel Alejandro



- Rol: Finalizador (ejecutor de ideas)
- Mi nombre es Daniel Alejandro Paz León, tengo 24 años y estudio Administración y Negocios Internacionales, actualmente cursando mi último ciclo. He estudiado inglés en el Centro de Idiomas “Británico”, además de llevar algunos cursos de Excel en la universidad. Me considero una persona responsable, atenta y perfeccionista con todo lo que hago; me gusta quedarme siempre con lo mejor de los proyectos o trabajos que he tenido a lo largo de mi carrera, y sé que estos me servirán en mi vida profesional. Actualmente estoy desempeñando mis prácticas laborales para una empresa de practicaje marítimo, y pretendo convalidarlas para poder graduarme en el presente ciclo. Las habilidades obtenidas en el transcurso de mi carrera y como practicante, han sido vitales para desempeñar la labor de community manager y poder gestionar la imagen de la marca en las diversas redes sociales como Facebook e Instagram.

- Nombre del alumno: Morales Chavez, Carlos Josue



- Rol: Investigador de recursos (Fuentes bibliográficas, entre otros)
- Soy estudiante de la carrera de Contabilidad y Administración, actualmente tengo 26 años, a punto de culminar la carrera y me considero una persona que se ha capacitado no solo en temas de mi carrera sino en diferentes materias como marketing, finanzas, economía, etc. Además, he llevado cursos de informáticas como Excel, SAP, STARSOFT en instituciones como Colegio de Contadores. Finalmente, me considero una persona que le gusta trabajar en equipo y dispuesto a aprender nuevas experiencias, tengo experiencia en el ámbito laboral por 2 años en mi trabajo actual. Sin embargo, para este proyecto mi función va hacer de Atención al Cliente momentáneamente-

- Nombre del alumno: Cardenas Gallo, Arthur Alfredo

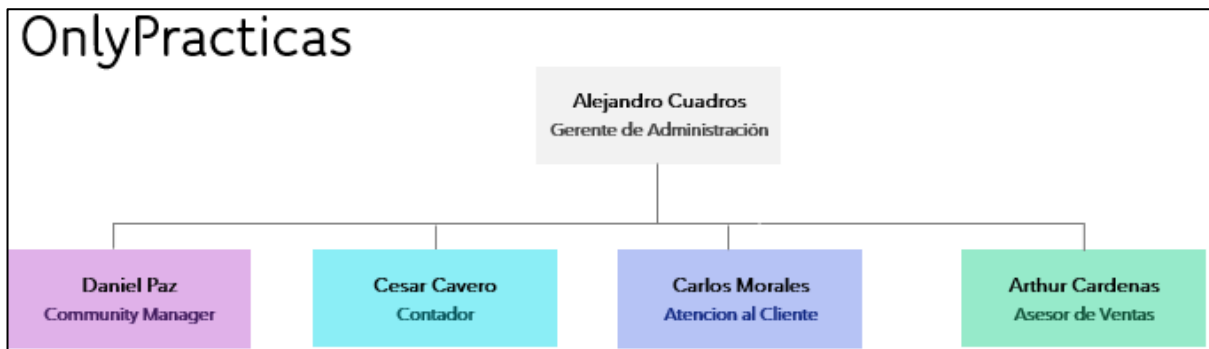


- Rol: Especialista (Marketing)
- Como estudiante de la carrera de administración y marketing tengo un visión de los negocios de manera completa, pues no solo he aprendido sobre temas tan importantes como contabilidad, finanzas, economía,

gestión de equipos, y el análisis de datos gracias a los cursos electivos como Excel para los negocios entre otros; también a entender los cambios del mercado en cuanto potencial de mercado, de industrias y de cambios en los intereses y gustos de los consumidores. He aprendido a identificar oportunidades de mejora y crecimiento dentro y fuera de mis responsabilidades y capacidades, enfocándome en la mejora continua y la identificación de potenciales riesgos y oportunidades.

A continuación, se mostrará el organigrama de cómo está conformado el equipo:

Figura 1. Organigrama del Equipo



Fuente: Elaboración Propia

2. VALIDACIÓN DEL PROBLEMA

2.1. Breve explicación del problema que se espera resolver

- Segmento 1: Estudiantes Universitarios y de Institutos de Lima de los tres últimos ciclos, que buscan realizar sus prácticas pre profesionales.
- Segmento 2: Empresas de Lima que necesiten practicantes universitarios, de acuerdo a su cultura organizacional.

2.2. Diseño y guía de entrevistas de exploración

- i. Entrevista a personas del público objetivo (20 entrevistas)
 - ¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales?, porque

- ¿Alguna vez has utilizado plataformas para buscar prácticas pre y pro? y me podrías mencionar cuáles son esas plataformas
- ¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales en estas plataformas? y me podrías decir cuales son:
- ¿Cuánto tiempo te tomó encontrar prácticas laborales?
- ¿Cuándo encontraste prácticas laborales tuviste algún problema con tus estudios universitarios o de instituto? me podría decir cuales son
- Como practicante ¿Qué principales características busca de un centro de trabajo?
- ¿La poca experiencia laboral es una dificultad al encontrar trabajo? ¿por qué?
- ¿Alguna vez sintió que las empresas donde postuló discriminan a los postulantes según su Universidad de origen?

ii. Entrevistas a expertos (5 entrevistas)

- ¿Cuáles son las dificultades de los estudiantes universitarios de institutos al buscar prácticas laborales?
- En cuanto a las empresas ¿Cuáles son los motivos por lo que contratan estudiantes universitarios y de institutos?
- Según su experiencia ¿Cuáles son los principales errores que cometen los estudiantes a la hora de buscar prácticas pre profesionales?

- Normalmente ¿cuáles son los medios por el cual anuncia una convocatoria de prácticas laborales para su empresa?
- Según su experiencia ¿Cuáles son las principales características que espera un practicante que tenga una empresa al momento de conseguir un trabajo

2.3. Síntesis de los resultados obtenidos

- Entrevistas a usuarios:

Luego de haber realizado las 20 entrevistas del segmento de estudiantes universitarios e institutos, en primer lugar obtuvimos respuestas que mucho estudiantes sí tuvieron problemas al momento de buscar prácticas preprofesionales, debido a que hay poca oferta laboral por tiempos de pandemia y mucho han sido despedidos, las empresas piden conocimientos extras a la que brinda la universidades, otro de los problemas son la redes sociales y las portales web donde son ineficientes, así como que también la empresa piden experiencia previa a estudiante de 7mo ciclos para adelante.

En segundo lugar, los estudiantes nos dijeron que si utilizaban plataformas para buscar prácticas preprofesionales y profesionales, y de la cuales no mencionaron que las que más utilizaban eran Bumeran, CompuTrabajo, Laborum, LinkedIn, la bolsa de trabajo de la universidad o instituto, entre otros. Del mismo modo, los entrevistados no dijeras que tuvieron problemas con el uso de estas plataformas, como el proceso de postulación es tedioso, no encontrar el trabajo ideal, algunos no te permiten poner la información completa o cierta especificaciones que el estudiante quiere poner, no hay muchas publicaciones de tipo practicante, falta de actualización y las publicaciones de puestos laborales son tardías, entre otros.

Cabe resaltar, que muchos de los entrevistados consiguieron prácticas preprofesionales de entre 4 meses a 1 año y medio. En tercer lugar, la gran mayoría de los entrevistados nos mencionaron que, si tuvieron problemas con sus estudios universitarios e institutos, debido a los horarios de sus clases, como también la distancia a donde debían ir a trabajar. En cuarto lugar, con respecto a lo que buscan los estudiantes en su centro de trabajo, los entrevistados nos mencionan, que tengan flexibilidad con los horarios de trabajo, que brinden línea de carrera, que reconozcan tus esfuerzos, un buen ambiente laboral y clima laboral, buena infraestructura. Así mismo, cuando se les preguntó si “¿La poca experiencia laboral es una dificultad al encontrar trabajo?”, los entrevistados concordaron que sí era un gran problema, ya que muchas empresas piden experiencia de 6 meses a más a estudiantes que aún no han terminado sus carreras y que buscan esa experiencia. Por último, en cuanto se les preguntó a los entrevistados sobre si “¿Alguna vez sintió que las empresas donde postuló discriminan a los postulantes según su Universidad de origen?”, hubo dos grupos bien definidos que creen que si se daba esta situación debido a que lo vieron en persona o les comentaron sus amigos o familiares; en cambio el otro grupo no sintió eso, ya que para ellos los contrataron por sus conocimientos y su desenvolvimiento en las entrevistas.

- Entrevista a expertos:

Luego de haber realizado 5 entrevistas a profesionales que trabajan en recursos humanos de sus respectivas empresas, en primer lugar nos mencionaron que las dificultades que los estudiantes universitarios y de institutos al buscar prácticas laborales son, muchas empresas son reacias al reclutamiento de personal sin experiencia, empresas o centros productivos no

genera espacios para el desarrollo de prácticas preprofesionales, débil formación académica, poca presencia las redes sociales como LinkedIn o bolsa de trabajo, entre otros. Por otro lado, los motivos por lo que las empresas contratan a los estudiantes universitarios e institutos son que los estudiantes son más competitivos, el conocimiento de los estudiantes como el uso de herramientas tecnológicas, son dinámicos y se acoplan a los nuevos estándares que demanda la modernidad, como también su capacidad de aprendizaje y entusiasmo, etc. Por otra parte, existen errores que los estudiantes al buscar prácticas laborales, como los postulantes no quiere ocupar un puesto inicial por sus expectativas muy altas, no contar con un buen CV, no presentarse con vestimenta formal, no están preparados para desenvolverse en la entrevista, entre otros. Así mismo, nos comentaron que los medios que utilizan para realizar una convocatoria son Bumeran, redes sociales, anuncios, CompuTrabajo, LinkedIn, entre otros. Del mismo modo, los entrevistados nos dieron a entender ¿Cuáles son las principales características que espera un practicante que tenga una empresa al momento de conseguir un trabajo?, tales como tener un buen desenvolvimiento, tener una buena presentación personal, que puedan realizar una línea de carrera, que brinden una adecuada formación profesional, llegar a la empresa para aportar nuevas ideas innovadoras, entre otros. Por último, los entrevistados opina que las plataformas: CompuTrabajo, bumeran, entre otros; son muy útiles para el reclutamiento de personal, también mencionaron que estas plataformas deberían dar más información, incluso con lo difícil y complicado que puede ser ahora un reclutamiento presencial, estas deberán brindar un perfil más específico de los postulantes. Sin embargo, otros mencionan que el

uso de estas plataformas en algunas empresas no es vistas como una estrategia en la Gestión de Recursos Humanos y también creen que el nivel de efectividad es bajo porque los practicantes no saben utilizarla o no actualizan la información, es decir, no tienen estrategias para postular.

2.4. Breve explicación de los hallazgos principales década una de las entrevistas desarrolladas

➤ Hallazgos de las entrevistas a usuarios

- Se encontró que los estudiantes utilizaban plataformas, como, Bumeran, CompuTrabajo, Laborum, LinkedIn, bolsa de trabajo de la universidad o instituto, entre otros.
- Se encontró que los estudiantes tienen problemas de conseguir prácticas pre, debido a que no hay oferta laboral, la pandemia ha hecho que muchas empresas despidan trabajadores, la empresa piden experiencia previa a los estudiantes.
- Se encontró que el principal problema que tienen los estudiantes cuando realizan sus prácticas son los horarios de sus clases y la distancia hacia su trabajo.

➤ Hallazgos de las entrevistas a expertos

- Se encontró que las empresas no contratar practicante pre profesionales porque no tiene experiencia laboral, no tienen habilidades en el uso de herramientas tecnológicas.
- Se encontró que las empresas buscan estudiantes sean más competitivos, tengan conocimientos de herramientas tecnológicas o cursos extras, que sean dinámicos y que se acoplan a los nuevos estándares que demandan las empresas.

- Se encontró que el uso de plataformas es muy útil para realizar reclutamientos. Pero, por otra parte, no son vistas como una estrategia en la Gestión de Recursos Humanos para la empresa y creen que el nivel de efectividad es bajo.

2.5. Aprendizajes

- La mayoría de los estudiantes tienen dificultad de encontrar prácticas preprofesionales en la plataforma, debido a que no realizan muchas actualizaciones. En ese sentido, nuestro modelo de negocio que es ONLY Prácticas, se adecua a las necesidades de los estudiantes universitarios y de institutos.
- En este sentido, debido a la pandemia muchos estudiantes universitarios y de institutos han migrado al uso de tecnología digital y ese motivo también hace referencia que la entrevistas se realizan de forma virtual. En ese caso, planteamos agregar una herramienta que permita realizar entrevistas virtuales.
- Del mismo modo gracias a los expertos, pudimos determinar que las empresas, por el hecho de no tener un universo grande de practicantes, nuestro modelo de negocio le ayudara a encontrar practicante que se adecuen a la cultura de la empresa.

2.6. Sustentación de la validación del problema

Tabla 1. Entrevista a Usuario

Entrevistado 1: Andrea Santa Cruz	
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales? porque	En estos tiempos de COVID-19 si ha tenido problemas por la cantidad de trabajos disponibles que hay.
¿Alguna vez has utilizado plataformas para buscar prácticas pre y pro? y ¿me podrías mencionar cuáles son esas plataformas	Si, ha utilizado páginas web como Indeed, bumeran y CompuTrabajo.
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales en estas plataformas? y me podrías decir cuales son	No ha tenido problemas, sin embargo, muchas veces el proceso de postulación es tedioso ya que la plataforma te deriva a más plataformas.

¿Cuánto tiempo te tomó encontrar prácticas laborales?	Aproximadamente un par de semanas.
¿Cuándo encontraste prácticas laborales tuviste algunos problemas con tus estudios universitarios o de instituto? me podría decir cuales son	No, ya que tú mismo deberías organizarte por la cantidad de horas que debías dedicarle al trabajo.
Como practicante ¿Qué principales características busca de un centro de trabajo?	Lo más importante eran los horarios y que la empresa sea considerada con estos.
¿La poca experiencia laboral es una dificultad al encontrar trabajo? ¿por qué?	Considera que sí, ya que la mayoría de empresas piden mínimo 1 año de experiencia y no toman en cuenta que uno como practicante lo que quiere es obtenerla.
¿Alguna vez sintió que las empresas donde postuló discriminan a los postulantes según su Universidad de origen?	No le ha pasado en las empresas que ha trabajado, sin embargo, sus amigos le han comentado que en algunas empresas tomaban más en cuenta a alumnos de universidades reconocidas.

Tabla 2. Entrevista a Usuario

Entrevistado 2: Giulio Espiritu Sánchez	
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales? porque	Al inicio sí, ya que algunas empresas te piden conocimientos extra a la universidad, como, por ejemplo, el manejo de office, idiomas, etc.
¿Alguna vez has utilizado plataformas para buscar prácticas pre y pro? y ¿me podrías mencionar cuáles son esas plataformas	Sí, ha utilizado bumeran, CompuTrabajo y LinkedIn.
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales en estas plataformas? y me podrías decir cuales son	No ha tenido problemas y considera que es sencillo postular en estas páginas, además dice que lo importante es cómo te ve la empresa, si eres interesante para la misma.
¿Cuánto tiempo te tomó encontrar prácticas laborales?	Aproximadamente 6 meses.
¿Cuándo encontraste prácticas laborales tuviste algunos problemas con tus estudios universitarios o de instituto? me podría decir cuales son	No, ya que mayormente las empresas te apoyan y se acoplan a tu horario.
Como practicante ¿Qué principales características busca de un centro de trabajo?	Que te puedan reconocer y que te brinden una línea de carrera.
¿La poca experiencia laboral es una dificultad al encontrar trabajo? ¿por qué?	Sí, ya que, en su experiencia personal, considera que te piden más conocimientos que el que obtienes en la universidad.
¿Alguna vez sintió que las empresas donde postuló discriminan a los postulantes según su Universidad de origen?	No, ya que en alguna ocasión se enfrentó a personas de otras universidades para un puesto y terminaron escogiendo a él por los conocimientos.

Tabla 3. Entrevista a Usuario

Entrevistado 3: Hazel Rojas Cavero	
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales? porque	No ha tenido problemas, sin embargo, si se le ha complicado por la escasa cantidad de trabajos que hay actualmente.
¿Alguna vez has utilizado plataformas para buscar prácticas pre y pro? y ¿me podrías mencionar cuáles son esas plataformas	Solo ha utilizado bumeran y le ha funcionado muy bien.
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales en estas plataformas? y me podrías decir cuales son	El principal problema actualmente es que no hay mucho trabajo disponible.
¿Cuánto tiempo te tomó encontrar prácticas laborales?	Aproximadamente 1 mes.
¿Cuándo encontraste prácticas laborales tuviste algunos problemas con tus estudios universitarios o de instituto? me podría decir cuales son	No ha tenido problemas ya que en la empresa donde postuló tuvo en cuenta su horario y le daban la oportunidad de seguir estudiando.
Como practicante ¿Qué principales características busca de un centro de trabajo?	Lo principal es que se adecue a su horario, ya que como tiene muchos trabajos en la universidad, necesita tiempo para poder realizar todos sus deberes.
¿La poca experiencia laboral es una dificultad al encontrar trabajo? ¿por qué?	Sí, le ha pasado y nos cuenta que mayormente las empresas buscan gente que ya tengan experiencia, y cree que se le debe dar la oportunidad a todos de trabajar.
¿Alguna vez sintió que las empresas donde postuló discriminan a los postulantes según su Universidad de origen?	Personalmente no lo ha vivido, sin embargo, ha escuchado comentarios de sus amigos que dicen que “x” empresa solo acepta postulantes de universidades reconocidas.

Tabla 4. Entrevista a Usuario

ENTREVISTADO 4: Fabrizio Gutierrez Cañari	
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales? porque	Sí ha tenido problemas, principalmente porque buscaba en redes sociales y en las mismas páginas de las empresas.
¿Alguna vez has utilizado plataformas para buscar prácticas pre y pro? y ¿me podrías mencionar cuáles son esas plataformas	Sí ha usado bumeran.
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales en estas plataformas? y me podrías decir cuales son	Al principio sí, ya que no encontraba el trabajo ideal que vaya acorde a su carrera.
¿Cuánto tiempo te tomó encontrar prácticas laborales?	Aproximadamente 6 meses.
¿Cuándo encontraste prácticas laborales tuviste algunos problemas con tus estudios universitarios o de instituto? me podría decir cuales son	Sí, ya que estaba trabajando en part-time, sin embargo, le pedían que se quedara más horas, y al tener la universidad lejos, se le complicaba el tiempo.
Como practicante ¿Qué principales características busca de un centro de trabajo?	Definitivamente el ambiente y el equipo de trabajo.

¿La poca experiencia laboral es una dificultad al encontrar trabajo? ¿por qué?	Sí, porque normalmente las empresas buscan personas que tengan entre 2 a 3 años para darles puesto. Son muy pocas las empresas que no te piden como requisito la experiencia.
¿Alguna vez sintió que las empresas donde postuló discriminan a los postulantes según su Universidad de origen?	Sí, lo noto en el trabajo cuando las personas hablaban de que universidad habían salido o de la exigencia que esta tenía.

Tabla 5. Entrevista a Usuario

Entrevistado 5: Ricardo Rojas	
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales? porque	Si ha tenido problemas, una de las razones se debió a la pandemia, ya que gran parte del personal ha tenido que ser despedida.
¿Alguna vez has utilizado plataformas para buscar prácticas pre y? y ¿me podrías mencionar cuáles son esas plataformas	El estudiante ha utilizado plataformas para buscar sus prácticas, como Bumeran, LinkedIn.
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales en estas plataformas? y me podrías decir cuales son	Si ha tenido problemas, como la conectividad, no lograr poner la información completa del postulante.
¿Cuánto tiempo te tomó encontrar prácticas laborales?	Al postulante le tomó alrededor de 7 meses para encontrar prácticas preprofesionales
¿Cuándo encontraste prácticas laborales tuviste algunos problemas con tus estudios universitarios o de instituto? me podría decir cuales son	Inicialmente si ha tenido problemas con sus estudios debido a los diferentes horarios, ya que se pueden cruzar con los estudios, entre otros.
Como practicante ¿Qué principales características busca de un centro de trabajo?	Busca el aprendizaje, potenciar las competencias del practicante, buen ambiente laboral, relación con los compañeros de trabajo.
¿La poca experiencia laboral es una dificultad al encontrar trabajo? ¿por qué?	Si es un problema la poca experiencia laboral, como los requisitos te piden previa experiencia a los practicantes preprofesionales.
¿Alguna vez sintió que las empresas donde postuló discriminan a los postulantes según su Universidad de origen?	Si, por ejemplo, las carreras muchas empresas buscan prácticas de la UPC, pero de las carreras de negocios o marketing y así es lo mismo con la Cayetano, entre otros.

Tabla 6. Entrevista a Usuario

Entrevistado 6: Jean Pierre Lezama	
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales? porque	Si ha tenido problemas, una de ellas fue la oferta laboral y una experiencia previa para los practicantes preprofesionales.
¿Alguna vez has utilizado plataformas para buscar prácticas pre y pro? y ¿me podrías mencionar cuáles son esas plataformas	Si utilizo plataformas, como Bumeran, LinkedIn, CompuTrabajo, Laborum.

¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales en estas plataformas? y me podrías decir cuales son	Si ha tenido problemas, por ejemplo, tu envías tu CV en Bumeran y aparece como enviado, pero a veces ni lo leen las empresas
¿Cuánto tiempo te tomó encontrar prácticas laborales?	Le tomo aproximadamente 1 año y medio encontrar practicas preprofesionales.
¿Cuándo encontraste prácticas laborales tuviste algunos problemas con tus estudios universitarios o de instituto? me podría decir cuales son	En este caso el estudiante no tuvo problemas con sus estudios, ya que el menciona que no se cruzaron son sus cursos y tuvo apoyo de su jefe.
Como practicante ¿Qué principales características busca de un centro de trabajo?	Busca igualdad de condiciones, oportunidad para poder desenvolverse, línea de carrera, reconocimiento de los méritos.
¿La poca experiencia laboral es una dificultad al encontrar trabajo? ¿por qué?	Menciono que es un dificulta muy granda, ya que muchos de los requisitos que imponen a los practicantes preprofesionales es que tenga experiencia de 3 meses a más.
¿Alguna vez sintió que las empresas donde postuló discriminan a los postulantes según su Universidad de origen?	Cree que de alguna manera con la experiencia de sus amigos que ni siquiera miraron su CV y cuando les hicieron la entrevistas no lo midieron igual.

Tabla 7. Entrevista a Usuario

Entrevistado 7: Ernesto Castro	
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales? porque	Si ha tenido problemas, debido a al momento de buscar en la paginas que publican puestos laborales se dio cuenta de que eran ineficientes, que las publicaciones no son muy acertadas.
¿Alguna vez has utilizado plataformas para buscar prácticas pre y pro? y ¿me podrías mencionar cuáles son esas plataformas	Si utilizo plataformas web para buscar practicas preprofesionales, como, por ejemplo, Laborum, Bumeran, CompuTrabajo y Bolsa de la universidad.
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales en estas plataformas? y me podrías decir cuales son	Si ha tenido problemas buscando en las plataformas web, el entrevistado menciona que no había mucha información o la página no era muy eficiente, las publicaciones eran muy antiguas o como menciono anterior mente estas páginas no están bien ordenadas
¿Cuánto tiempo te tomó encontrar prácticas laborales?	Le tomo un 1 año y medio encontrar practicas preprofesionales.
¿Cuándo encontraste prácticas laborales tuviste algunos problemas con tus estudios universitarios o de instituto? me podría decir cuales son	Si tuvo algunos problemas, porque los horarios no eran los más adecuados y estos se cruzaban.
Como practicante ¿Qué principales características busca de un centro de trabajo?	Lo que busca es que el ambiente sea amplio, ordenado, eficiente y con buen ambiente laboral.
¿La poca experiencia laboral es una dificultad al encontrar trabajo? ¿por qué?	Si es un gran problema, en los requisitos las empresas piden a los practicantes que ya tenga experiencia previa de un 1 año o 2 años.
¿Alguna vez sintió que las empresas donde postuló discriminan a los postulantes según su Universidad de	Si ha sentido que discriminan, ya que en algunas entrevistas le preguntaron en qué universidad estaba estudiando y según eso algunas empresas rechazan al postulante

origen?	
---------	--

Tabla 8. Entrevista a Usuario

Entrevistado 8: Lucero Rojas	
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales? porque	Si ha tenido problemas buscando prácticas laborales y hasta el momento no lo ha encontrado y el motivo es que no hay mucha oferta laboral.
¿Alguna vez has utilizado plataformas para buscar prácticas pre y pro? y ¿me podrías mencionar cuáles son esas plataformas	Si ha utilizado plataformas como LinkedIn, Bumeran, Laborum, chamba es chamba (Instagram).
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales en estas plataformas? y me podrías decir cuales son	Si ha tenido problemas, ya que cree que los problemas de esta plataforma es que cuanto envías tu CV las empresas no lo miran.
¿Cuánto tiempo te tomó encontrar prácticas laborales?	Hasta ahora no ha encontrado prácticas laborales y ha estado buscando aproximadamente por un 1 año y medio.
¿Cuándo encontraste prácticas laborales tuviste algunos problemas con tus estudios universitarios o de instituto? me podría decir cuales son	El motivo por el que no encontró prácticas esta porque muy a menudo sus horarios de la universidad se cruzaban con los horarios de trabajo que las empresas proponían.
Como practicante ¿Qué principales características busca de un centro de trabajo?	Que tenga un clima laboral excelente, que se una empresa conocida y que den la facilidad a las prácticas de poder hacer una línea de carrera en la empresa.
¿La poca experiencia laboral es una dificultad al encontrar trabajo? ¿por qué?	Si es un problema, la entrevista menciona que ve muchas ofertas laborales de practicante pre profesionales, que piden con tres, seis o un año de experiencia.
¿Alguna vez sintió que las empresas donde postuló discriminan a los postulantes según su Universidad de origen?	La entrevista no ha sentido ese tipo de discriminación, pero opina que si eso se da no sería realmente ético.

Tabla 9. Entrevista a Usuario

Entrevistado 9: Melany Aguilar	
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales? porque	Si, se me dificulto mucho, tuve problemas al encontrar un empleo con las características que yo deseaba.
¿Alguna vez has utilizado plataformas para buscar prácticas pre y pro? y ¿me podrías mencionar cuáles son esas plataformas	Si, utilizo Bumeran, CompuTrabajo y otros tipos de plataformas muy seguido.
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales en estas plataformas? y me podrías decir cuales son	No se puede poner ciertas especificaciones que podrían ayudar tu perfil.

¿Cuánto tiempo te tomó encontrar prácticas laborales?	Aproximadamente 6 meses, desde agosto del 2020 hasta febrero del 2021.
¿Cuándo encontraste prácticas laborales tuviste algunos problemas con tus estudios universitarios o de instituto? me podría decir cuales son	Sí, mayormente con mis horarios en muchas ocasiones podían cruzarse y yo tenía que priorizar mis clases.
Como practicante ¿Qué principales características busca de un centro de trabajo?	Respeto hacia mi horario, que sea una empresa grande y me permita aprender más.
¿La poca experiencia laboral es una dificultad al encontrar trabajo? ¿por qué?	Sí, siempre piden requisitos como experiencias de mínimo 6 meses en distintas cosas.
¿Alguna vez sintió que las empresas donde postuló discriminan a los postulantes según su Universidad de origen?	En entrevistas de algunas empresas que postule siempre vi gente de universidades particulares (las más costosas) o san marco.

Tabla 10. Entrevista a Usuario

Entrevistado 10: Kiara Mantilla	
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales? porque	Si, debido a que la mayoría de veces prefieren darle practicas a los que ya acabaron la carrera.
¿Alguna vez has utilizado plataformas para buscar prácticas pre y pro? y ¿me podrías mencionar cuáles son esas plataformas	Si, utilizo Bumeran, CompuTrabajo, entre otras, pero son muy conocidas y hay mucha gente.
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales en estas plataformas? y me podrías decir cuales son	Hay mucha gente postulando en estas plataformas, por ende, la competencia es un problema.
¿Cuánto tiempo te tomó encontrar prácticas laborales?	Aproximadamente de 3 a 4 meses.
¿Cuándo encontraste prácticas laborales tuviste algunos problemas con tus estudios universitarios o de instituto? me podría decir cuales son	Sí, no siempre encajaba del todo mis horarios de estudios y los de mis prácticas.
Como practicante ¿Qué principales características busca de un centro de trabajo?	Respeto hacia mi horario (principalmente) y la buena paga.
¿La poca experiencia laboral es una dificultad al encontrar trabajo? ¿por qué?	Para mí no siempre, hay que saber buscar.
¿Alguna vez sintió que las empresas donde postuló discriminan a los postulantes según su Universidad de origen?	No he visto que se ha realizado donde he trabajado, pero si en algún momento familiares o amigos me contaron que las empresas prefieren ciertas universidades.

Tabla 11. Entrevista a Usuario

Entrevistado 11: Anderson Deyra	
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales? porque	Si, por las plataformas que no ayudan a la visualización específica del perfil.
¿Alguna vez has utilizado plataformas para buscar prácticas pre y pro? y ¿me podrías mencionar cuáles son esas plataformas	Si, la plataforma web de la UPC, Bolsa de trabajo, CompuTrabajo, LinkedIn y Bumeran.
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales en estas plataformas? y me podrías decir cuales son	No puedo poner ciertas especificaciones que me gustaría que la empresa sepa de mí.

¿Cuánto tiempo te tomó encontrar prácticas laborales?	Estuve buscando en múltiples plataformas y conseguí luego de 6 a 7 meses.
¿Cuándo encontraste prácticas laborales tuviste algunos problemas con tus estudios universitarios o de instituto? me podría decir cuales son	El principal problema fue por el curso de horarios. A veces mis horarios son de mañana tarde o noche y se pueden cruzar.
Como practicante ¿Qué principales características busca de un centro de trabajo?	Busco un ambiente laboral saludable donde haya apoyo a los nuevos ingresantes.
¿La poca experiencia laboral es una dificultad al encontrar trabajo? ¿por qué?	Sí, he notado en anuncios que se requiere experiencia mínima de 6 meses en casi todas, me limito mucho en su tiempo.
¿Alguna vez sintió que las empresas donde postuló discriminan a los postulantes según su Universidad de origen?	Hay empresas que pueden ser discriminadoras contra algunas nacionales a excepción de la San Marcos o UNI, también con las particulares no muy conocidas.

Tabla 12. Entrevista a Usuario

Entrevistado 12: Johan Herrera	
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales? porque	Sí, porque en la mayoría de requisitos piden una previa experiencia.
¿Alguna vez has utilizado plataformas para buscar prácticas pre y pro? y ¿me podrías mencionar cuáles son esas plataformas	Llegue a utilizar la Bolsa de trabajo de la misma universidad, CompuTrabajo, entre otras.
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales en estas plataformas? y me podrías decir cuales son	Algunas no están actualizadas, cuelgan propuestas a destiempo y eso no te deja estar al corriente.
¿Cuánto tiempo te tomó encontrar prácticas laborales?	Mi primera practica la sufrí bastante, la busqué en 7mo ciclo y un año después pude estar en un puesto formal como practicante pre – profesional.
¿Cuándo encontraste prácticas laborales tuviste algunos problemas con tus estudios universitarios o de instituto? me podría decir cuales son	Existían casos donde teníamos que hacer un mayor tiempo a nuestra jornada normal, eso afectaba y chocaba con las clases.
Como practicante ¿Qué principales características busca de un centro de trabajo?	La flexibilidad del horario para poder asistir a mis clases, el crecimiento y capacitación que me pueda brindar la empresa.
¿La poca experiencia laboral es una dificultad al encontrar trabajo? ¿por qué?	En la mayoría de los casos sí, ya que siempre existe ese requisito y como practicantes no lo tenemos.
¿Alguna vez sintió que las empresas donde postuló discriminan a los postulantes según su Universidad de origen?	En realidad, eso se escucha bastante, pero yo no he visto que lo han puesto en práctica.

Tabla 13. Entrevista a Usuario

Entrevistado 13: Camila Espinoza Escobar	
¿Ha tenido problemas buscando prácticas	Si, cuando estuve buscando practicas no era

laborales? porque	cercana a las bolsas laborales, eran demasiados perfiles por administrar.
¿Alguna vez has utilizado plataformas para buscar prácticas pre y pro? y ¿me podrías mencionar cuáles son esas plataformas	Si, como te comenté utilicé todas las que encontraba, CompuTrabajo, bumeran y otras que no recuerdo, eran tantas.
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales en estas plataformas? y me podrías decir cuales son	Si, era muy tedioso el hecho de tener que llenar todos mis datos en cada uno de estas plataformas porque
¿Cuánto tiempo te tomó encontrar prácticas laborales?	Aproximadamente 3 meses, fueron semanas de ardua búsqueda por que las oportunidades eran escasas y la competencia amplia.
¿Cuándo encontraste prácticas laborales tuviste algunos problemas con tus estudios universitarios o de instituto? me podría decir cuales son	El tema del horario podría ser un factor decisivo en mi contratación por lo que tuve que manejarlo con pinzas, menos mal la empresa en la que entre pudo ser flexible con este y logramos un acuerdo mutuo en el que completaba siempre mis horas de práctica.
Como practicante ¿Qué principales características busca de un centro de trabajo?	Me gustaría que pudiera trabajar de manera remota y presencial, me gustan las oficinas con amplios lugares.
¿La poca experiencia laboral es una dificultad al encontrar trabajo? ¿por qué?	Si claro, hay gente que ya termino la universidad y quiere el mismo puesto que tú, sus meses o años de experiencia opacan tus cualidades y ganas de aprender y muchas veces los practicantes somos descartados del proceso de reclutamiento.
¿Alguna vez sintió que las empresas donde postuló discriminan a los postulantes según su Universidad de origen?	En verdad no, me parecería muy mal que sucediera, pues el alumno hace a la universidad o instituto al revés.

Tabla 14. Entrevista a Usuario

Entrevistado 14: Andrea Gissel Cornejo	
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales? porque	Si he tenido muchas dificultades, por las pocas oportunidades en este tiempo incierto,
¿Alguna vez has utilizado plataformas para buscar prácticas pre y pro? y ¿me podrías mencionar cuáles son esas plataformas	Si las he utilizado, me gustaría poder encontrar el feedback de trabajadores y estudiantes que han podido ingresar a estas empresas.
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales en estas plataformas? y me podrías decir cuales son	Trato de utilizar todas las plataformas que se puedan, porque la competencia es alta.
¿Cuánto tiempo te tomó encontrar prácticas laborales?	Aún no las encuentro, llegó aproximadamente dos meses buscando prácticas.
¿Cuándo encontraste prácticas laborales tuviste algunos problemas con tus estudios universitarios o de instituto? me podría decir cuales son	No aplica esta pregunta
Como practicante ¿Qué principales características busca de un centro de trabajo?	Buen clima laboral, que no se atrasen con los pagos, un lugar donde pueda aprender y hacer una línea de carrera.

¿La poca experiencia laboral es una dificultad al encontrar trabajo? ¿por qué?	Si, hay mucha competencia con más experiencia que yo, han trabajado durante años en el mismo puesto y la competencia es alta justamente por ello.
¿Alguna vez sintió que las empresas donde postuló discriminan a los postulantes según su Universidad de origen?	He oído que es muy posible, que por lo general he oído que se trata de un tema interno de reclutamiento del perfil de una universidad supera al de otras y por eso esta discriminación o preferencia entre postulantes.

Tabla 15. Entrevista a Usuario

Entrevistado 15: Luis Miguel Flores	
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales? ¿por qué?	Si, porque pedían experiencia y el manejo de algunos programas que en realidad no manejaba
¿Alguna vez has utilizado plataformas para buscar prácticas pre y pro? y ¿me podrías mencionar cuáles son esas plataformas	Si dentro de la bolsa de la universidad y las bolsas de trabajo más tradicionales, que todos conocemos. CompuTrabajo, Laborum ahí las limitaciones son más competitivas y de experiencia.
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales en estas plataformas? y me podrías decir cuales son	Encuentro trabajos operativos y no administrativos enfocados en mi carrera, no encuentro ofertas relevantes para poder utilizar estas plataformas.
¿Cuánto tiempo te tomó encontrar prácticas laborales?	Desde inicios del 2020 hasta octubre, pero recién confirmaron mi postulación en diciembre.
¿Cuándo encontraste prácticas laborales tuviste algunos problemas con tus estudios universitarios o de instituto? me podría decir cuales son	En realidad, no, pues el 2020 fue un año de clases virtuales, pero además de eso ingrese en diciembre a la empresa justo terminando las clases de la universidad, así que no fue un obstáculo.
Como practicante ¿Qué principales características busca de un centro de trabajo?	Siempre he buscado trabajar en una empresa grande para poder hacer una línea de carrera, líder en su sector y te ofrezcan un buen sueldo con respecto al mercado.
¿La poca experiencia laboral es una dificultad al encontrar trabajo? ¿por qué?	En mi caso no lo fue porque una empresa como el BCP sigue lineamientos muy claros para la postulación de sus nuevos talentos.
¿Alguna vez sintió que las empresas donde postuló discriminan a los postulantes según su Universidad de origen?	Si claro, pero no en un sentido de menospreciar a nadie, sino que las universidades desarrollan competencias que son más relevantes unas que otras en el mercado laboral y bueno las empresas buscan justamente eso, la diferenciación que agregue valor.

Tabla 16. Entrevista a Usuario

Entrevistado 16: Martha Chumpitaz	
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales? ¿por qué?	No he tenido problemas, siempre he buscado en portales y he podido conseguir prácticas
¿Alguna vez has utilizado plataformas para buscar prácticas pre y pro? y ¿me podrías mencionar cuáles son esas plataformas	He buscado en las plataformas de mi universidad y LinkedIn
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales en estas plataformas? y me podrías decir cuales son	No he tenido ningún problema, todo fue rápido. Así que no

¿Cuánto tiempo te tomó encontrar prácticas laborales?	No, fue rápido el proceso. Mi último trabajo donde estoy lo encontré en una semana
¿Cuándo encontraste prácticas laborales tuviste algunos problemas con tus estudios universitarios o de instituto? me podría decir cuales son	No, ya que en donde trabajo me dan facilidad de horario así que pude encontrar equilibrio entre el horario de mi ámbito laboral y estudio.
Como practicante ¿Qué principales características busca de un centro de trabajo?	Más que todo la facilidad de horario, que el trabajo sea remoto y la paciencia de mi jefes
¿La poca experiencia laboral es una dificultad al encontrar trabajo? ¿por qué?	Yo considero que sí porque es un factor importante. Postule a un trabajo donde solo seleccionaron a los de mayor experiencia laboral
¿Alguna vez sintió que las empresas donde postuló discriminan a los postulantes según su Universidad de origen?	No, a todos nos trataron por igual.

Tabla 17. Entrevista a Usuario

Entrevistado 17: Jean Pierre Ramírez	
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales? ¿por qué?	Inconvenientes no he tenido, ya que siempre he buscado en varias plataformas
¿Alguna vez has utilizado plataformas para buscar prácticas pre y pro? y ¿me podrías mencionar cuáles son esas plataformas	A parte de la bolsa de trabajo de mi universidad, busque en Bumeran y CompuTrabajo
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales en estas plataformas? y me podrías decir cuales son	La cantidad de demandantes a diferencia de la bolsa de trabajo de mi universidad donde era más baja la competencia.
¿Cuánto tiempo te tomó encontrar prácticas laborales?	Entre mes y medio y dos meses
¿Cuándo encontraste prácticas laborales tuviste algunos problemas con tus estudios universitarios o de instituto? me podría decir cuales son	El tema laboral y la carga de estudio con respecto a los horarios me dificultaron mucho
Como practicante ¿Qué principales características busca de un centro de trabajo?	Los valore de la empresa y la experiencia que uno pueda aprender en el puesto de trabajo
¿La poca experiencia laboral es una dificultad al encontrar trabajo? ¿por qué?	Depende, en algunas empresas te piden un mínimo de 6 meses de experiencias mientras que en otras solo te piden disponibilidad inmediata.
¿Alguna vez sintió que las empresas donde postuló discriminan a los postulantes según su Universidad de origen?	No creo que las empresas discriminen por la universidad de origen. Creo sí en que toman en consideración que los practicantes estudien lo más cerca posible al centro de trabajo.

Tabla 18. Entrevista a Usuario

Entrevistado 18: Diego Salas	
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales? ¿por qué?	Si, porque pedían experiencia y estudiantes del 7mo ciclo en adelante.

¿Alguna vez has utilizado plataformas para buscar prácticas pre y pro? y ¿me podrías mencionar cuáles son esas plataformas	Por la coyuntura todo es virtual y por ende he tenido que utilizar herramientas como LinkedIn y Kitempleo que ofrecen diferentes oportunidades laborales.
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales en estas plataformas? y me podrías decir cuales son	No he tenido problemas, porque suelen ser concisas a la hora de buscar las prácticas específicas que busco.
¿Cuánto tiempo te tomó encontrar prácticas laborales?	me demore alrededor de un mes
¿Cuándo encontraste prácticas laborales tuviste algunos problemas con tus estudios universitarios o de instituto? me podría decir cuales son	Mi universidad me brindó la ayuda necesaria como facilidades para poder estudiar de noche para poder trabajar en las mañanas.
Como practicante ¿Qué principales características busca de un centro de trabajo?	La comunicación entre empleados, un buen ambiente laboral, y el reconocimiento por buen desempeño
¿La poca experiencia laboral es una dificultad al encontrar trabajo? ¿por qué?	En la mayoría de los casos es indispensable para una empresa porque te dan noción del puesto de trabajo. Aunque existen ofertas laborales donde solo tengan ganas de aprender.
¿Alguna vez sintió que las empresas donde postuló discriminan a los postulantes según su Universidad de origen?	En mi caso no, no he percibido que el origen de la universidad sea un factor importante para las empresas.

Tabla 19. Entrevista a Usuario

Entrevistado 19: Diego Destra	
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales? ¿por qué?	No fue sencillo, porque los puestos de trabajo para mi carrera de marketing son limitados y la competencia es dura.
¿Alguna vez has utilizado plataformas para buscar prácticas pre y pro? y ¿me podrías mencionar cuáles son esas plataformas	En la plataforma de mi universidad es nula. En LinkedIn es más efectivo y en CompuTrabajo También
¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales en estas plataformas? y me podrías decir cuales son	En CompuTrabajo te permiten mandar más de un cv según a la empresa donde postules, es decir, tu cv se moldea según la empresa
¿Cuánto tiempo te tomó encontrar prácticas laborales?	3 y 5 meses debido a la oferta escasa por mi carrera que llevo
¿Cuándo encontraste prácticas laborales tuviste algunos problemas con tus estudios universitarios o de instituto? me podría decir cuales son	Las empresas donde postule si eran flexibles. En caso de mi universidad si tendría un comentario, ya que si deberían permitir unos mejores horarios para los de últimos ciclos.
Como practicante ¿Qué principales características busca de un centro de trabajo?	Lo que yo buscaba era aprender, ya que la dinámica en un centro laboral que en la universidad que es solo teoría es diferente.

¿La poca experiencia laboral es una dificultad al encontrar trabajo? ¿por qué?	Creo que las empresas deberían ser menos flexibles y no solo las grandes sino también las Mypes y pequeñas empresas, ya que piden demasiados requisitos como por ejemplo practicantes con 2 años de experiencias aun estudiante que recién va en el 7mo ciclo.
¿Alguna vez sintió que las empresas donde postuló discriminan a los postulantes según su Universidad de origen?	La verdad que no, me parece que ahora hay más apertura. Tal vez hace 20 o 30 años por temas del terrorismo se discriminaban a ciertas personas que venían de tal casa de estudio entonces eras subversivo o terrorista y por eso se los dejaba a un lado. Ahora ya no importa de la universidad donde vienen sino la capacidad de conocimientos que tenga.

Tabla 20. Entrevista a experto

Experto 20: Darío Meneses	
¿Cuáles son las dificultades de los estudiantes universitarios e institutos al buscar prácticas laborales?	Hoy en día las empresas son más reacias en el reclutamiento de personal para las prácticas, ya que la mayoría requiere personal con experiencia y dejan un poco de lado la formación de los estudiantes.
En cuanto a las empresas ¿Cuáles son los motivos por lo que contratan estudiantes universitarios y de institutos?	El mundo laboral se ha vuelto cada vez más competitivo y las empresas al momento de reclutar consideran mucho el grado académico, por eso las empresas buscan personal calificado.
Según su experiencia ¿Cuáles son los principales errores que cometen los estudiantes a la hora de buscar prácticas pre profesionales?	Encuentra que muchos de los postulantes no están dispuestos a ocupar un puesto de nivel inicial, ya que tienen expectativas mayores.
Normalmente ¿cuáles son los medios por el cual anuncia una convocatoria de prácticas laborales para su empresa?	Las plataformas que usan normalmente son Bumerán y las redes sociales.
Según su experiencia ¿Cuáles son las principales características que espera un practicante que tenga una empresa al momento de conseguir un trabajo?	Cuando reclutan a los practicantes, estos deben tener un buen desenvolvimiento y consideran mucho la presentación personal, en cuanto a las características, mayormente esperan hacer una línea de carrera.
¿Qué opinas de las plataformas de ofertas laborales tipo: CompuTrabajo, bumeran, ¿etc? ¿Le es útil al momento de buscar practicantes?	Son muy útiles y son las que mayormente se usan para el reclutamiento de personal. Otra opción que sucede, es que muchos de los practicantes llegan a las mismas empresas a presentar su CV para solicitar prácticas.

Tabla 21. Entrevista a experto

Experto 20: Darío Meneses	
¿Cuáles son las dificultades de los estudiantes universitarios e institutos al buscar prácticas laborales?	Hoy en día las empresas son más reacias en el reclutamiento de personal para las prácticas, ya que la mayoría requiere personal con experiencia y dejan un poco de lado la formación

	de los estudiantes.
En cuanto a las empresas ¿Cuáles son los motivos por lo que contratan estudiantes universitarios y de institutos?	El mundo laboral se ha vuelto cada vez más competitivo y las empresas al momento de reclutar consideran mucho el grado académico, por eso las empresas buscan personal calificado.
Según su experiencia ¿Cuáles son los principales errores que cometen los estudiantes a la hora de buscar prácticas pre profesionales?	Encuentra que muchos de los postulantes no están dispuestos a ocupar un puesto de nivel inicial, ya que tienen expectativas mayores.
Normalmente ¿cuáles son los medios por el cual anuncia una convocatoria de prácticas laborales para su empresa?	Las plataformas que usan normalmente son Bumerán y las redes sociales.
Según su experiencia ¿Cuáles son las principales características que espera un practicante que tenga una empresa al momento de conseguir un trabajo?	Cuando reclutan a los practicantes, estos deben tener un buen desenvolvimiento y consideran mucho la presentación personal, en cuanto a las características, mayormente esperan hacer una línea de carrera.
¿Qué opinas de las plataformas de ofertas laborales tipo: CompuTrabajo, bumeran, ¿etc? ¿Le es útil al momento de buscar practicantes	Son muy útiles y son las que mayormente se usan para el reclutamiento de personal. Otra opción que sucede, es que muchos de los practicantes llegan a las mismas empresas a presentar su CV para solicitar prácticas.

Tabla 22. Entrevista a experto

Experto 22: Odalys Arroyo	
¿Cuáles son las dificultades de los estudiantes universitarios de institutos al buscar prácticas laborales?	En la mayoría de casos en el ámbito de ventas la interacción con el cliente, ya que la mayoría viene sin experiencia. Además, suelen preocuparse más por sus estudios y carreras que por tareas en el puesto.
En cuanto a las empresas ¿Cuáles son los motivos por lo que contratan estudiantes universitarios y de institutos?	Los practicantes universitarios suelen ser jóvenes por ende son dinámicos, se acoplan bien a los nuevos estándares dados por la modernidad, sin embargo, la inexperiencia puede jugar en contra, por ello, la mayoría pide por lo menos 6 meses de experiencia.
Según su experiencia ¿Cuáles son los principales errores que cometen los estudiantes a la hora de buscar prácticas pre profesionales?	En el rubro que me desarrolle, cuando tratan con clientes a veces el trato no es el más acertado y eso es por la falta de experiencia. También suelen preocuparse más por sus estudios y dejar de lado sus labores, eso puede dar mala impresión.
Normalmente ¿cuáles son los medios por el cual anuncia una convocatoria de prácticas laborales para su empresa?	Plataformas como aptitud, bumeran o anuncios.

Según su experiencia ¿Cuáles son las principales características que espera un practicante que tenga una empresa al momento de conseguir un trabajo?	Compromiso con la empresa y aprender. Por ser jóvenes, que sean dinámicos y tengan gran capacidad para comunicarse.
¿Qué opinas de las plataformas de ofertas laborales tipo: CompuTrabajo, bumeran, ¿etc.? ¿Le es útil al momento de buscar practicantes ¿Qué información desea encontrar en una plataforma laboral? ¿Por qué?	En esta coyuntura donde todo es virtual, tal vez, estas plataformas deberían dar más información, incluso con lo difícil y complicado que puede ser ahora un reclutamiento presencial, estas deberán brindar un perfil más específico de los postulantes, la mejora deberá ser indispensable. De igual manera son muy útiles ya que todos acceden a ellas.

Tabla 23. Entrevista a experto

Experto 23: Thomas Cebrecos	
¿Cuáles son las dificultades de los estudiantes universitarios de institutos al buscar prácticas laborales?	La principal es la falta de presencia en las redes sociales profesionales, LinkedIn o bolsas de trabajo. No tienen su información profesional actualizada. No generan una marca profesional.
En cuanto a las empresas ¿Cuáles son los motivos por lo que contratan estudiantes universitarios y de institutos?	Busca su capacidad de aprendizaje, entusiasmo de aprender más allá de lo que les enseñaron en la universidad. Su capacidad de responsabilidad y por último sus habilidades blandas, que sepa relacionarse.
Según su experiencia ¿Cuáles son los principales errores que cometen los estudiantes a la hora de buscar prácticas pre profesionales?	No están preparados para desenvolverse en la entrevista, se limitan a responder lo que se les pregunta y olvidan que en esos breves momentos nosotros debemos poder conocerlos lo más posible, para saber si se alinean con el perfil y con el clima laboral de la empresa.
Normalmente ¿cuáles son los medios por el cual anuncia una convocatoria de prácticas laborales para su empresa?	Las más usadas son las bolsas de trabajo, CompuTrabajo, Bumeran, LinkedIn, las redes sociales como Instagram y Facebook.
Según su experiencia ¿Cuáles son las principales características que espera un practicante que tenga una empresa al momento de conseguir un trabajo?	Se espera que el practicante llegue a la empresa para aportar nuevas ideas, frescas, innovadoras y que se alinean al estilo de trabajo de la empresa.
¿Qué opinas de las plataformas de ofertas laborales tipo: CompuTrabajo, bumeran, ¿etc.? ¿Le es útil al momento de buscar practicantes ¿Qué información desea encontrar en una plataforma laboral? ¿Por qué?	He trabajado con CompuTrabajo y Bumerang, pero el nivel de efectividad es bajo porque los practicantes no saben utilizarla. No actualizan la información. No tienen estrategias para postular.

3. VALUE PROPOSITION CANVAS

3.1. Perfil del cliente

Como se planteó inicialmente, el público objetivo al cual nos dirigimos con Only Prácticas es a estudiantes universitarios y de institutos de Lima que cursan los últimos tres ciclos de sus respectivas carreras y que hayan tenidos problemas al conseguir prácticas preprofesionales debido a las pocas ofertas laborales, interferencias con sus horarios de clases, entre otros. Por otro lado, nuestro segundo público objetivo y no menos importante, son las empresas de lima, que están en búsqueda de practicantes de universidades e institutos, por el motivo de encontrar personal con alta capacidad de aprendizaje y de bajo coste.

Finalmente, nuestros públicos objetivos tienen como principal característica, encontrar prácticas pre profesionales de acorde a sus limitaciones estudiantiles en universidades e instituto. Del mismo modo, para las empresas su principal característica es encontrar personal apto que se adecue al entorno de la empresa (cultura organizacional).

Figura 2. Perfil del Cliente



Figura 3. Perfil de la Empresa



3.2. Mapa de valor

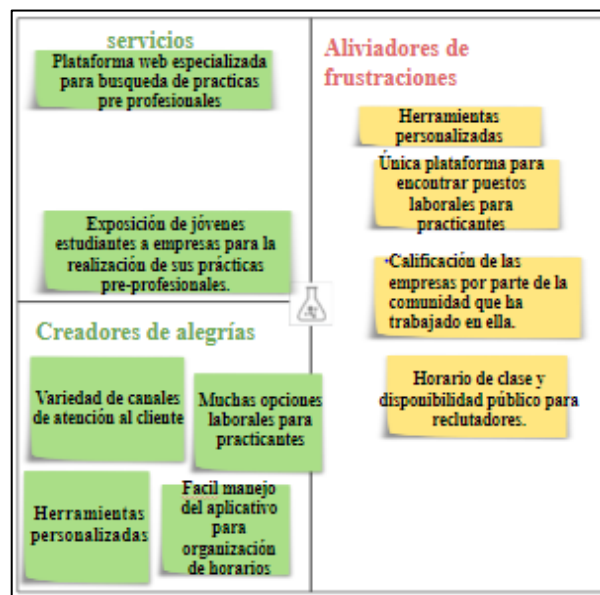
Mapa de valor: Empresa

- Aliviadores de frustraciones: Entre las principales formas de mitigar y eliminar las frustraciones se propone, la visualización completa del perfil de los estudiantes con un mayor nivel de especificaciones para poder conocer

absolutamente todas las habilidades y cualidades del postulante. Además, debido a las herramientas que tendrán los practicantes las empresas podrán visualizar los horarios de clases y procurar que este encaje con el horario de su jornada laboral. Es así como las empresas tendrán mayor facilidad para visualizar el perfil de cada practicante y saber si están dispuestos a aprender el estilo de trabajo de la organización.

- Servicios: Las empresas podrán colocar sus anuncios y exponer las ofertas laborales para los practicantes universitarios. Es así como mediante la plataforma web especializada podrán visualizar todos los postulantes al puesto de trabajo y evaluarlo. Esta evaluación será más rápida y menos rigurosa debido a las herramientas que pueden implementar los estudiantes en sus perfiles para ser más específicos.
- Creadores de alegría: Con la plataforma especializada las empresas tendrán herramientas que ayudarán a que el proceso de reclutamiento sea más eficiente. Es así como se podrá ver el horario de los postulantes antes de contratarlos. Además, verificar un perfil detallado y específico para asegurar que el personal reclutado será una buena inversión.

Figura 4. Mapa de Valor de la Empresa

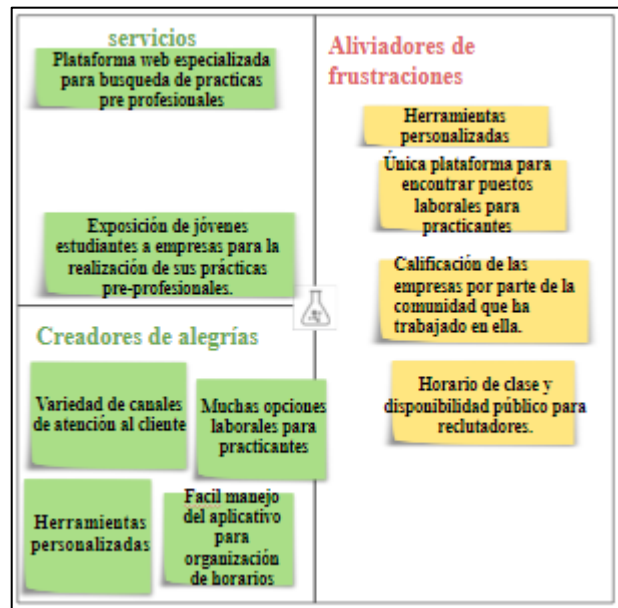


Mapa de valor: Estudiantes

- Aliviadores de frustraciones: Nuestros servicios se enfocarán en solucionar los problemas y molestias que tienen los estudiantes, como por ejemplo la variedad de herramientas personalizadas para que los propios estudiantes puedan planificar y administrar mejor sus tiempos. También existirá una comunidad en la misma página para calificar a las empresas y se tenga una base de datos importante que ayude a elegir la mejor opción para cada persona. Es importante tomar en cuenta que será la única plataforma para encontrar puestos laborales específicamente para practicantes.
- Productos y servicios: Se ofrecerá a los estudiantes una plataforma web especializada para la búsqueda de prácticas preprofesionales donde puedan competir con personas con la misma experiencia. Además, esta plataforma servirá de exposición para ellos en su futuro.
- Creadores de alegría: Only Prácticas creará alegría en los estudiantes ya que existirán muchas opciones laborales específicamente para practicantes, por lo

que sentirán confianza de competir con gente de similar experiencia. Además, tendrán a su disposición herramientas personalizadas de fácil uso, que mejorarán la experiencia del usuario. Otro punto importante es que se ejecutarán una variedad de canales de atención al cliente para las consultas de los postulantes.

Figura 5. Mapa de valor de los Estudiantes



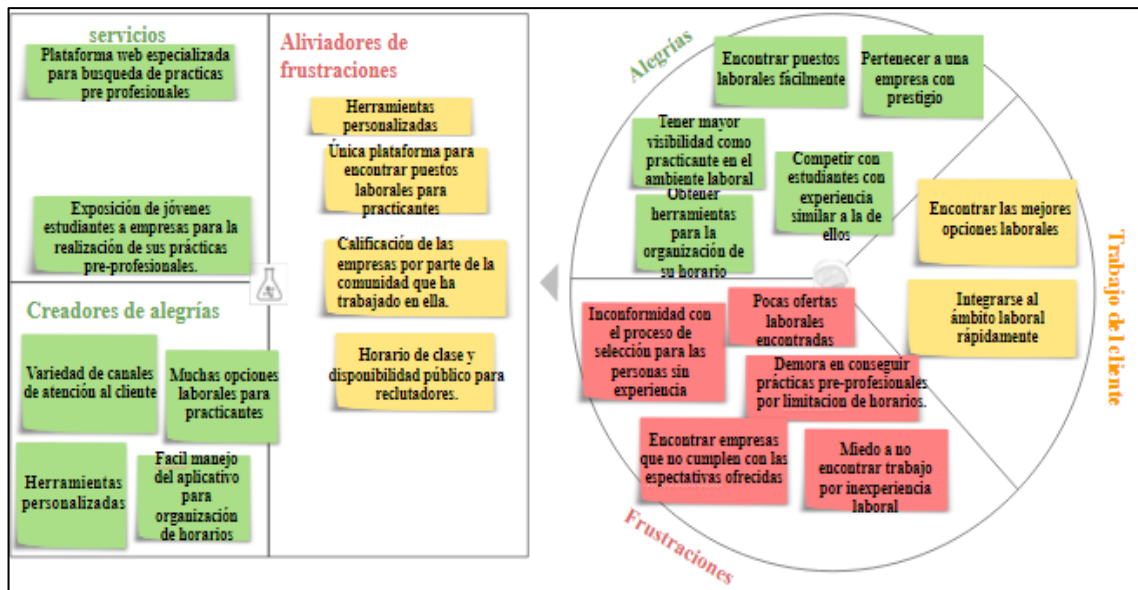
3.3. Encaje

Cliente: Estudiantes

Luego de haber analizado el Value Proposition Canvas y poder haber reconocido con claridad los componentes del mapa de valor y el perfil del cliente, podemos darnos cuenta que la amplia complementación del modelo de negocio con el cliente. Podemos resolver las pocas ofertas laborales para practicantes y el miedo de no conseguir una oportunidad en el mercado laboral por la falta de experiencia, consolidándose todas en un solo lugar exclusivo para ellos. Minimizamos el riesgo al no encontrar empresas que se ajusten a sus expectativas, esto gracias a la retroalimentación de otros estudiantes que ya trabajan o practican en estas empresas, los estudiantes serán capaces de conocer desde los ojos de otros estudiantes como ellos

la experiencia vivida día a día junto a las empresas presentadas. La concentración de competencia con la misma inexperiencia que ellos hace que la vaya competitiva sea lo más cercana y justa, haciendo así que tengan mayor visibilidad en la postulación de estos trabajos y que puedan integrarse al mercado laboral rápidamente.

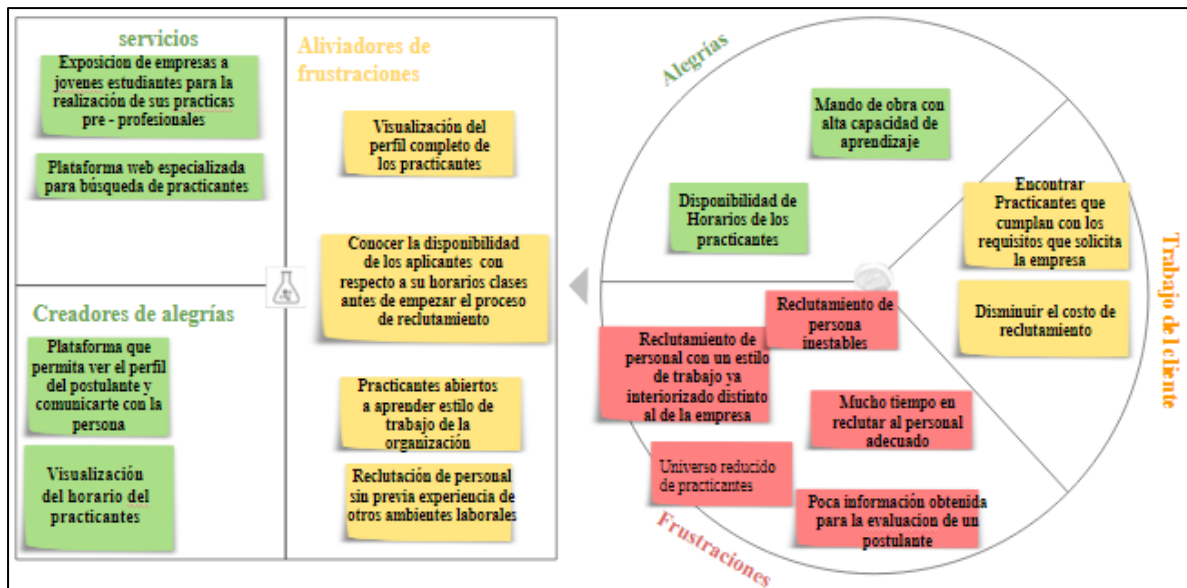
Figura 6. Value Proposition Canvas Estudiantes



Cliente: Empresa

Con respecto a las empresas, después de analizar tanto el mapa de valor como el del cliente, podemos afirmar que existe una excelente complementación con nuestro modelo de negocio. En primer lugar, nuestro modelo de negocio permitirá que las empresas tengan una amplia información sobre el practicante tanto académico laboral, es decir, en qué ciclo está en su universidad y si ha tenido experiencia laboral previa. Además, podrá contar con el horario del postulante lo que les permitirá a los reclutadores de las empresas hacer un mejor análisis en el proceso de elección. En segundo lugar, al ser una plataforma solamente para prácticas pre profesionales esto acortará el tiempo de búsqueda de postulantes y permitirá ahorrar recursos por parte de las empresas, ya que ampliará el universo de practicantes.

Figura 7. Value Proposition Canvas Empresa



3.4. Descripción de la propuesta de valor

Una propuesta de valor es un recurso para transmitir de manera objetiva y directa las ventajas que una empresa puede aportar a sus clientes. En ese sentido, en nuestra idea de negocio Only Prácticas presentamos dos propuestas de valor. En primer lugar, para el primer segmento de mercado es la adquisición de prácticas laborales estables acorde a las limitaciones del horario de los estudiantes. En segundo lugar, para el segundo segmento, es facilitar la búsqueda de personal apto para el entorno de la empresa ofertante

3.5. Identificación de elementos diferenciales (versus competidores)

En este apartado realizaremos una identificación de elementos de nuestra página web Only Prácticas y porque qué se diferencia de las demás plataformas:

Tabla 24. Comparación de elementos de Only practicas con otras páginas web que publican ofertas laborales

Elementos	Only Prácticas	Indeed	Bumeran	CompuTrabajo	Laborum
Diseño	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno
Optimización	Alta	Medio	Alta	Alta	Medio
Realizan actualizaciones constantes de prácticas	Diariamente	No siempre	No siempre	No siempre	No siempre
Herramientas Adicionales	Si	No	No	No	No
Buscador Personalizado	Si	Si	Si	Si	No
Creación de marca personal	Si	No	No	No	No
Presencia en redes sociales	Alta	Alta	Baja	Alta	Baja

Fuente: Elaboración Propia.

Como se puede apreciar las plataformas web de Only Prácticas, Bumeran, CompuTrabajo y Laborum, presenta un diseño de página muy bueno, ya que es llamativa, ordenada, en el caso de Indeed es muy simple, poco llamativa y no está bien estructurada. En cuanto a la optimización de la página de Only Prácticas, Bumeran, CompuTrabajo, tienen una alta optimización en cuanto se refiere a la compatibilidad de su sitio con los motores de búsqueda, haciendo que el código, la estructura y el contenido del sitio sean más eficaces para maximizar la visibilidad de palabras clave, lo cual no sucede con Laborum e Indeed. Por otro lado, si hablamos sobre las actualizaciones constantes de prácticas laborales para estudiantes universitarios e institutos, nuestra página Only Prácticas, sería la única con actualización diaria, ya que las demás plataformas web que están en el cuadro no lo realizan de forma constante.

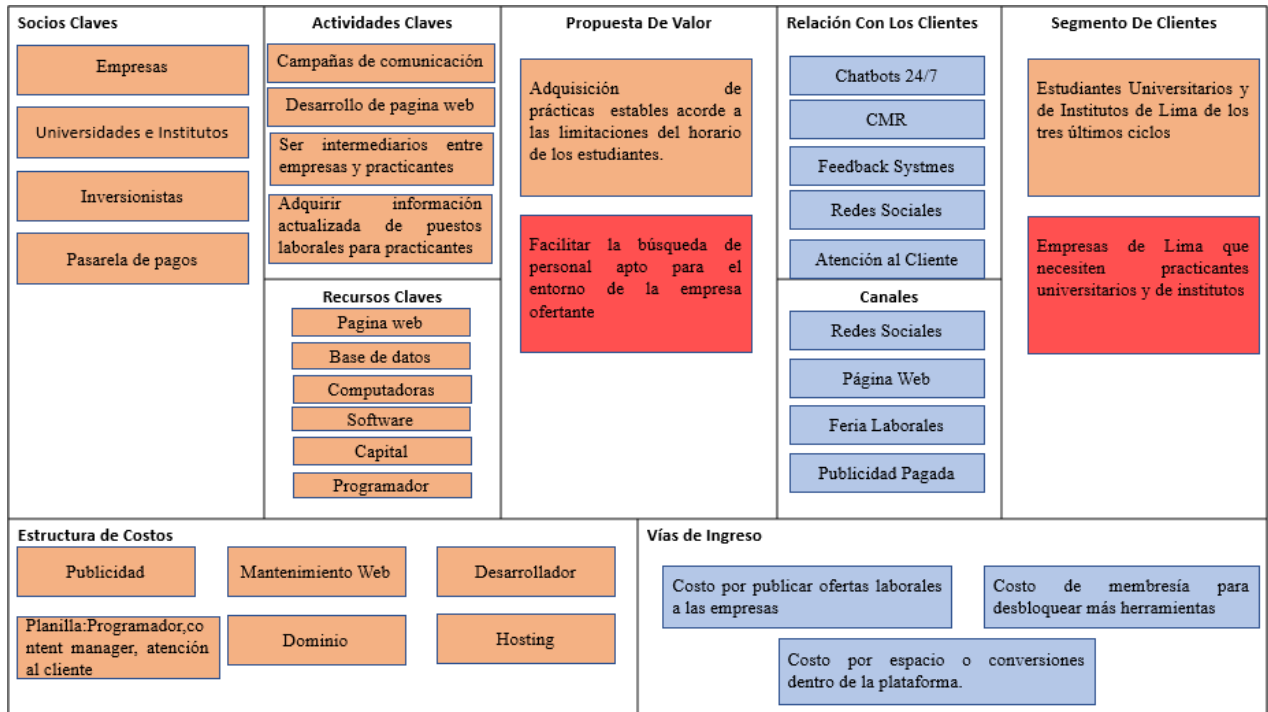
Cuando se refiere a herramientas adicionales nuestra página web, tienes herramientas como un planner, calendario con múltiples funciones, entre otros; que no

tienen las demás páginas presentadas. Así mismo, el buscador personalizado tanto Only Prácticas, Indeed, Bumeran y CompuTrabajo lo tienen, pero en el caso de Laborum no, ya que este solo presenta un buscador que no te permite segmentar puesto, lugar, empresa, entre otros. Por otra parte, en cuanto al Marca Personal nuestra página sería la única comparado con las de más página, y esta se refiere a darse a conocer dentro de la red profesional que van hacer crecer la experiencia laboral, tus oportunidades de trabajo, Por ejemplo cuando uno crea un perfil en LinkedIn, uno tiene que poner muy bien cuáles son sus cualidades y conectar, es decir, y agregar a tu cuenta como amigos a personas que puedan sumar en tu carrera profesional, sea tu profesor, el reclutador de la empresa en la que quieres trabajar. Gente que trabaja en esa empresa y te puede ayudar, eso es el tema de la marca personal. Finalmente, en cuanto a la presencia en redes sociales Only Prácticas, Indeed, CompuTrabajo y Laborum, son más activos en lo que se refiere a la publicación de contenido, lo cual no sucede con Bumeran.

4. BUSINESS MODEL CANVAS

4.1. BMC (gráfico)

Figura 8. Business Model Canvas



4.2. Desarrollo y sustento de cuadrantes

- Segmento de clientes: Nuestra página web va dirigida hacia dos públicos objetivos, los cuales son estudiantes y empresas. En el cual el segmento de estudiantes es dirigido a estudiantes universitarios y de institutos de los últimos tres ciclos que buscan realizar sus prácticas preprofesionales y profesionales. Por otro lado, están las empresas de Lima que necesitan practicantes universitarios y de institutos, debido a que los estudiantes pueden transformarse en una ventaja competitiva clave.
- Propuesta de valor: En este punto, se les ofrece a los estudiantes universitarios y de institutos, adquisición de prácticas estable acorde a las limitaciones del horario de los estudiantes. En el caso de las empresas es facilitar la búsqueda de personal apto para el entorno de la empresa ofertante.

- Canales: Los canales que se utilizarán serán mediante, redes sociales, página web o aplicativo, ferias laborales y mediante publicidad pagada.
- Relación con los clientes: Para poder estar en contacto con los clientes y enganchar a nuevos clientes, se utilizarán las siguientes herramientas; Chatbots 24/7, CMR, Feedback systems, redes sociales y atención al cliente.
- Fuentes de Ingreso: Nuestras principales fuentes de ingresos se muestran a continuación:
 - EMPRESAS: Costo por publicar ofertas laborales a las empresas.
 - ESTUDIANTES: Costo de membresía para desbloquear más herramientas.
 - ADS: Costo por espacio o conversiones dentro de la plataforma hasta 10%.
- Recursos clave: El motivo de que este proyecto es una página web o aplicativo, los recurso que utilizaremos serán, la página web, el aplicativo, software, bases de datos, plataforma de búsqueda, entre otros.
- Actividades clave: Consideramos como nuestras actividades claves realizar campañas de comunicación para atraer clientes, desarrollo de una página web o aplicativo. Así mismo ser intermediarios entre empresas y estudiantes universitarios y de institutos, así como adquirir información actualizada de puestos de trabajo actualizados.
- Socios clave: Los principales involucrados para que funcione nuestro proyecto, serán las empresas (pequeñas, medianas y grandes), donde las universidades e institutos nos brindarán apoyo para que se difunda la plataforma web. Así mismo los inversionistas y las pasarelas de pago también formarán parte de los socios claves.
- Estructura de costos: En ese caso los costes están más relacionados a la digitalización, como en la publicidad (rede sociales, anuncios en páginas web, etc),

mantenimiento de la página web o aplicativo, dominio, desarrollador, Hosting, planilla (Programadores, Content manager, atención al cliente

5. VALIDACIÓN DE LA SOLUCIÓN

5.1. Validación técnica de la solución

- Hipótesis 1: Los potenciales clientes están dispuesta a utilizar nuestra página web para buscar practicas pre profesionales.
- Hipótesis 2: Los potenciales clientes consideran que nuestra página web en la sección premium es efectivo, y que están dispuestos a pagarlo.
- Hipótesis 3: Publicar contenido sobre los beneficios de utilizar nuestra página web través de las diversas redes sociales permitirá incrementar el número de seguidores
- Hipótesis 4: Los potenciales clientes a utilizar nuestra página web para buscar jóvenes talentosos que se adecue al perfil se su empresa.

5.1.1. Experimento 1

a. Objetivo del experimento

El objetivo de este experimento es comprobar nuestra hipótesis N° 1, N° 2 y N° 4 con los resultados obtenidos de las entrevistas con el boceto. Así como determinar la percepción de los usuarios con respecto a Only Prácticas, es decir, si consideran que la propuesta de valor de nuestra página es adecuada.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Se realizará un boceto de nuestra página web, así como un boceto de nuestro logo, donde a base de preguntas se buscará la reacción de cada

uno de los entrevistados que se realizará mediante zoom o grabadora de audios. Estas entrevistas van a tener una duración de 3 días

ii. Bitácora de actividades

Tabla 25. Bitácora de Actividades

Actividad	Tarea	Resultado
Buscar usuarios	Entrevistas a profundidad sobre la propuesta de valor a 20 usuarios	Se logró entrevistar a 20 practicantes y captar sus respuestas.
Buscar reclutadores	Entrevistar a 5 expertos a profundidad	Se logró entrevistar a 5 reclutadores y captar sus respuestas.

c. Análisis e interpretación de resultados

- Malla Receptora

Tabla 26. Malla Receptora

<p>Lo más relevante</p> <ul style="list-style-type: none"> • El prototipo de la página web es una propuesta innovadora • El nombre de la página es llamativo para los estudiantes • Le pareció interesante saber que esta idea les va ayudar a conseguir prácticas • Les gusto las ideas de las herramientas premium • La simplicidad facilita el uso de la plataforma. 	<p>Críticas constructivas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eliminar la portada ya que quita originalidad. • Evaluar opción “ver a los postulantes” • Que debemos pensar en bien qué color debemos poner en nuestro logo. • Mayor información sobre la presentación de la empresa.
<p>Preguntas Nuevas</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo podemos mejorar la presentación de logo? • ¿Cómo podemos hacer que los usuarios compartan nuestra página web? • ¿Cómo podemos mejorar la presentación de la página web? • ¿Cómo podríamos informar a los estudiantes sobre las ofertas laborales de las empresas? 	<p>Ideas Nuevas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Colocar un blog de información sobre los sectores laborales • Agregar un calificador para las empresas. • Opción de poder grabar un testimonio sobre la experiencia con la plataforma • Chat entre la misma comunidad • Agregar contactos entre la comunidad • Publicidad de cursos para capacitarse • Mejorar el Planner

- Principales Hallazgos

Según lo mostrado en el boceto, nos comentaron que la idea de negocio era interesante, ya que estaba enfocado en estudiantes

universitarios y de institutos puedan encontrar prácticas laborales. Con respecto al nombre, les parece que es correcto, creativo, ya que está enfocado solo en las prácticas, y genera confianza en cuanto al logo, nos dijeron qué debemos pensar bien en el diseño y color ya que estos deben ser atractivos para captar mayor público. Por otro lado, nos comentaron que el prototipo se parecía en algo a CompuTrabajo, LinkedIn, pero que las demás funciones o herramientas si eran novedosos. Nos dijeron que las herramientas mostradas en gran manera eran novedosas y hacía que se diferenciarán de otras páginas. Por otra parte, los que más les gusto fueron las herramientas mostradas y que solo se dirigen para estudiantes, lo que menos les gusto fue la portada ya que les quita originalidad. Finalmente, nos recomendaron agregar secciones de información como un blog, que exista una comparación de empresa como una clasificación de excelencia, así como opciones que te notifiquen las ofertas laborales

- Interpretaciones de resultados

Luego de haber realizado entrevistas a usuarios y a expertos nos dimos cuenta que si bien la idea principal y/o propuesta de valor del trabajo les parece atractiva, debemos mejorar en algunos aspectos secundarios. Los practicantes propusieron algunas herramientas que favorecen su posición. Por otro lado, los reclutadores mostraron mayor énfasis en el diseño de la plataforma e información de la misma.

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

- Se realizará un blog donde se presentará información sobre todo lo relacionada al sector laboral, como tips para entrevistas, home office, entre otros.
- Se mejorará el diseño del logo, como el color, las letras, etc.
- Mejorar la herramienta del Planner.
- Se eliminará la portada.
- Agregar Chatbot.
- Agregar la sección de buscar talentos.

e. Sustentación de las validaciones

- Enlace de videos de las entrevistas:

<https://drive.google.com/drive/folders/10mRxIM8Wnn65uvYL7KgV7UijTgdStCaZ?usp=sharing>

- Enlace de transcripción de las entrevistas:

<https://docs.google.com/document/d/1a9iDhXtl1qmLE5MF6i0nmNE3zI9o7C8-AOdYApoSzQE/edit?usp=sharing>

5.1.2. Experimento 2

a. Objetivo del experimento

El objetivo de este experimento es comprobar nuestra hipótesis N°1, N° 2, N°3 y N° 4 con los resultados obtenidos de las métricas analizadas gracias a las publicaciones en redes sociales.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Para iniciar este experimento, se decidió crear en la red social de Facebook. Que fueron creadas el día 16 de abril del 2021 con la finalidad

de obtener los resultados que ayuden a validar nuestra propuesta de valor. Así como la interacción de los usuarios.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 27. Bitácora de Actividades

Actividad	Tarea	Resultado
Creación de una red social	Crear un perfil en Facebook con nombre OnlyPrácticas	Se logró crear un perfil en Facebook el 16 de abril 2021
Publicar contenido	Se busca crear contenido atractivo para nuestro público objetivo	Se crearon 5 publicaciones en la página de Facebook de OnlyPrácticas.
Compartir publicaciones y páginas de Facebook.	Se busca divulgar nuestro contenido y tener seguidores.	Los 5 fundadores compartieron contenido para obtener mayor alcance

c. Análisis e interpretación de resultados

La página de Facebook hasta el 25/04/2021, obtuvo 71 visitas, de las cuales solo 51 usuarios siguieron la página. Además, solo se obtuvieron 21 me gusta y 12 interacciones (comentarios y compartir). Se realizaron 5 publicaciones, el alcance de cada una de ellas va de manera ascendente desde su fecha de creación, obteniendo 27 usuarios de alcance en la primera publicación y 47 en la última, además de tener 5 interacciones.

De las 71 personas que visitaron la página solo el 72% la siguieron, por ello existe un gran índice de aceptación por parte del público. Hubieron 21 me gustas en la página, por ello, en promedio solo el 41% reaccionaron ante la publicación, consideramos que es un índice regular en cuanto a la participación de nuestros seguidores con el contenido. Las interacciones fueron 12, por ello, en promedio solo el 24% interactuó con el contenido, siendo un índice muy bajo. Finalmente, el alcance de las publicaciones varía entre 27 y 47, lo que representa una cifra muy baja.

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

- Generar mayor contenido llamativa, para que los usuarios interactúen con mayores frecuencias
 - Realizar publicidad inorgánica, para conseguir un mayor alcance, seguidores e interacciones
- e. Sustentación de las validaciones

Figura 9. Alcance e Interacción de las publicaciones

Fecha	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Interacción	Promocionar
16/04/2021 23:32	¿LAS MEJORES			47	1 5	Promocionar publicación
16/04/2021 22:59	SOMOS TUS ALIADOS			42	0 1	Promocionar publicación
16/04/2021 22:56	PENSAMOS EN TI			37	0 2	Promocionar publicación
16/04/2021 22:47	TU TAMBIÉN PUEDES			33	0 1	Promocionar publicación
16/04/2021 22:44	APROVECHA A NUESTRAS			28	0 1	Promocionar publicación

Figura 10. Visitas a la página



Figura 11. Me gusta de la página



Figura 12. Interacción con la publicación



5.2. Validación de la experiencia de usuario

5.2.1. Experimento 1

a. Objetivo del experimento

El objetivo de este experimento es comprobar nuestra hipótesis N° 1, N° 2 y N° 4 con los resultados obtenidos de las entrevistas con la página web. Así mismo determinará las preferencias de los usuarios con respecto a la funcionalidad de nuestra página web.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Se realizará una página web en wix, así como como el logo, donde a base de preguntas a usuarios y expertos se buscará la reacción de cada uno de los entrevistados que se realizará mediante zoom o grabadora de audios. Estas entrevistas van a tener una duración de 3 días.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 28. Bitácora de Actividades

Actividad	Tarea	Resultado
Buscar usuarios	Entrevistas a profundidad sobre la propuesta de valor a 20 usuarios	Se logró entrevistar a 20 practicantes y captar sus respuestas.
Buscar reclutadores	Entrevistar a 5 expertos a profundidad	Se logró entrevistar a 5 reclutadores y captar sus respuestas.

c. Análisis e interpretación de resultados

- Malla Receptora

Tabla 29. Malla Receptora

<p>Lo más relevante:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mayor preferencia por el planner • Blog de mucha utilidad y ayuda a los practicantes • Buscar talentos parece interesante e innovador. • Diseño de la página y simplicidad 	<p>Críticas constructivas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les gustaría que no hubiera mucho texto en la sección perfil. • El logo debería visualizarse en la plataforma web. • Nos mencionaron que debería tener un filtro por puestos en la sección de Buscar trabajo
<p>Preguntas Nuevas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo podemos mejorar el buscador de prácticas? • ¿Cómo podemos mejorar el diseño de la página? 	<p>Ideas Nuevas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Feedback del proceso de convocatoria para prácticas. • Calificaciones a empresas • Poder adjuntar archivos en mi perfil. • Agregar filtro de búsqueda y logo en la página web

- Principales Hallazgos

De acuerdo a lo mostrado en nuestra página web, nos comentaron que la idea de negocio era interesante para los estudiantes, que es muy sencillo de usar, que está bien distribuido y que también las empresas pueden utilizarlo para buscar practicantes. Con respecto al nombre, les parece que es correcto, creativo, ya que está enfocado solo en las prácticas, y genera confianza. En cuanto al logo, nos dijeron que era bueno, pero otro grupo nos dijeron que se podría mejorar en color o diseño para que sea más serio y formal, de todas maneras, debe

aparecer más en la plataforma. Por otro lado, nos comentaron que la página no se parecía a otras que ellos vieron ya que el planner, el blog era lo que nos diferenciaba, pero en cuanto al logo y los colores nos dijeron que se parecía a LinkedIn, Twitter, pero que las demás funciones o herramientas si eran novedosos. Nos dijeron que las herramientas mostradas en gran manera eran novedosas, sencillas de utilizar, dinámicas y hacía que se diferenciarán de otras páginas. Por otra parte, los que más les gusto fueron las herramientas mostradas, como el blog, las estrategias y en especial el planner y para las empresas el buscador de talentos y que por una parte se dirigen para estudiante y por lo otro a reclutadores de empresas, lo que menos les gusto fue que hay demasiado texto en algunas secciones. Finalmente, nos recomendaron que se usen botones desplegados en el perfil o pestañas para visualizar la información, que exista un filtro para buscar prácticas por puestos, por empresas o región del Perú. Así como que se agregue una sección de testimonios de los estudiantes, y que las empresas en su plataforma puedan realizar.

- Interpretación de resultados

Luego de haber realizado entrevistas a usuarios y a expertos nos dimos cuenta que si bien la plataforma web agrado en mayor proporción a los entrevistados, aún habría que modificar algunos detalles, expuestos en la malla receptora. Entre lo principal hubo mucho texto en algunas secciones, que se vea más el logo y un filtro. Por otro lado, las herramientas, simplicidad e idea del negocio fueron de mayor agrado.

- d. Aprendizajes – Cambios a realizar
 - En la página se agregará un filtro personalizado de búsqueda de prácticas.
 - Agregar el logo a la página web.
 - Se añadirá pestañas desplegables en la sección del perfil
- e. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc)
 - Enlace de videos de las entrevistas:
https://drive.google.com/drive/folders/1Du16wWxsGms-lADS7y_fhWaxaCnJobau?usp=sharing
 - Enlace de transcripción de la entrevista:
<https://docs.google.com/document/d/1dl3GWFgtX-uDFwKmxO27c6bFjIDDBW1cmNEIjoEX2u4/edit?usp=sharing>

5.2.2. Experimento 2

a. Objetivo del experimento

El objetivo de este experimento es comprobar nuestra hipótesis N°1, N° 2, N°3 y N° 4 e incrementar el alcance de las publicaciones, con los resultados obtenidos de las métricas analizadas gracias a las publicaciones en redes sociales.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Para iniciar este experimento, se decidió crear en la red social de Facebook. Que fueron creadas el día 16 de abril del 2021 con la finalidad de obtener los resultados que ayuden a validar nuestra propuesta de valor. Así como la interacción de los usuarios. Así mismo, se decidió

realizar un pago para la promoción de las dos últimas publicaciones de Facebook por tres días, 26, 27 y 28 de abril.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 30. Bitácora de Actividades

Actividad	Tarea	Resultado
Incrementar el alcance de la última publicación	Realizar pago de promoción en Facebook durante tres días	Durante el periodo 26 de abril hasta el 28 de abril se tuvo un alcance de 1595 personas
Incrementar el alcance de la penúltima publicación	Realizar pago de promoción en Facebook durante tres días	Durante el periodo 26 de abril hasta el 28 de abril se tuvo un alcance de 97 personas

c. Análisis e interpretación de resultados

Luego de haber realizado el pago de la promoción de las últimas dos publicaciones de nuestra página de Facebook del 26/04/2021 hasta 28/04/2021, se obtuvo un incremento usuarios siguieron la página que pasó de 51 a 74 personas. Además, se obtuvo un incremento de 24 me gusta más y 46 interacciones (comentarios y compartir). Con el pago de las últimas 2 publicaciones, el alcance de cada una de ellas se incrementó en 3 días, obteniendo 97 usuarios de alcance en penúltima publicación y 1595 en la última, además 51 reacciones en la última publicación

De las personas que visitaron la página durante los tres días de las 55 visitas el 42% de personas empezaron a seguir la página, por ello existe un gran índice de aceptación por parte del público. Las interacciones fueron 46, por ello, en promedio solo el 31% interactuó con el contenido, siendo un índice muy bajo. Finalmente, el alcance de las dos últimas publicaciones varía entre 97 y 1595 personas, que en primer lugar representa una cifra baja, pero en el último se tiene cifras muy altas y buenas para la página.

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

- Se debería continuar con la promoción de las publicaciones para obtener mayor alcance.
 - Se debería realizar promoción de la misma página de Facebook para obtener más seguidores.
 - Asimismo, la publicación que tuvo menor alcance se puede deber a que solo era una imagen sin contenido alguno, por lo que se debe generar publicaciones con contenido informativo.
- e. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc)

Figura 13. Promoción 1 de Facebook

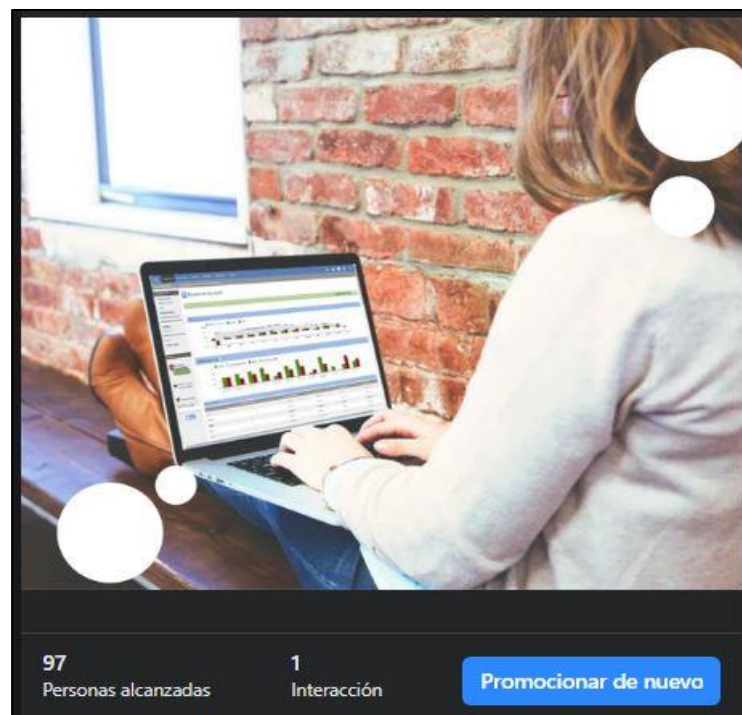


Figura 14. Promoción 2 de Facebook



Figura 15. Interacción con la publicación



Figura 16. Visitas a la página



Figura 17. Me gusta de la



6. VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

6.1. Validación de canales

6.1.1. Experimento 1

Hipótesis 1: Los canales más óptimos de exposición para llegar al cliente son las redes sociales (Instagram), landing page

a. Objetivo del experimento

El objetivo del experimento es validar la hipótesis 1, donde se buscará determinar la interacción con la cuenta de Instagram y el landing page.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Para iniciar este experimento, se decidió crear una cuenta en Instagram, el 16 de abril del 2021 y luego crear un landing page donde recepcionamos los datos de los usuarios. Se buscará medir la efectividad de este último mediante una publicación en la red social.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 31. Bitácora de actividades

Actividad	Tarea	Resultado
Publicar contenido en Instagram	Se publicará un contenido para que comente en los comentarios con promoción pagada	Captar y contabilizar los comentarios realizados por los usuarios
Publicar contenido en Instagram	Se publicará un contenido para que dejen su información y dudas en landing page con promoción pagada.	Captar y contabilizar el registro de usuarios del landing page

c. Análisis e interpretación de resultados

Se realizó una publicación donde anunciamos “Tu también puedes trabajar en la empresa de tus sueños”, esta fue inorgánica, es decir, se realizó un pago de S/.12.00 nuevos soles por 4 días. Se obtuvo un alcance de 728 usuarios y el 88% no eran seguidores de la página. De todos estos, 29 dieron like, 19 comentarios y solo 11 pidieron información, es decir, el 58% aproximadamente. En pocas palabras, mediante una publicación inorgánica de 4 días obtuvimos 11 usuarios interesados en ser parte de la plataforma.

Luego realizamos una publicación donde anunciamos “No dejes que tu horario de clases te siga limitando”, esta fue inorgánica, es decir se realizó un pago de S/.6.19 nuevos soles por 2 días. Se obtuvo un alcance de 1150 usuarios y el 92% no eran seguidores de la página. De todos estos, 19 dieron like y nadie comento. Es importante mencionar que en la descripción de la publicación pusimos información atractiva sobre nuestra propuesta y un landing page para que puedan dejar sus datos. A pesar de tener menos reacciones y comentarios en la publicación tuvimos mejores resultados en cuanto a usuarios interesados, puesto que 27 usuarios pidieron información en el landing page.

Los canales como Instagram y landing page son muy útiles para captar usuarios y más aún cuando usamos los dos juntos. En este caso, pudimos corroborar como un landing page pudimos captar más usuarios interesados que solo indicando que comenten pidiendo más información. Además, se obtiene una base de datos de posibles practicantes que participaran en la plataforma.

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

En base a las publicaciones realizadas, los resultados y los análisis de las mismas, nos hemos dado cuenta que si bien es cierto que existe interés y participación de las personas alcanzadas, esta solo es vista en las estadísticas y es necesario que esta participación también sea evidente frente a los demás estudiantes, quienes son potenciales clientes y para quienes es muy importantes la “prueba social” de aceptación de este nuevo servicio en el mercado, la evidencia de aceptación se refleja justamente en el número de interacciones que justamente las personas alcanzadas pueden encontrar al ver las publicaciones; es decir que mientras más interacciones en el post mayor confianza se le acreditará a la página y a la empresa que hace la publicación.

Para ello debemos agregar a nuestros posts llamados a la acción que puedan verse en los posts como comentarios y reacciones en el post, además de pedir sus datos de contacto utilizando landing page

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

Figura 18. Perfil sin Landing Page



Figura 19. Publicación de onlypracticass



Figura 20. Comentarios de los usuarios



Figura 21. Perfil con landing page

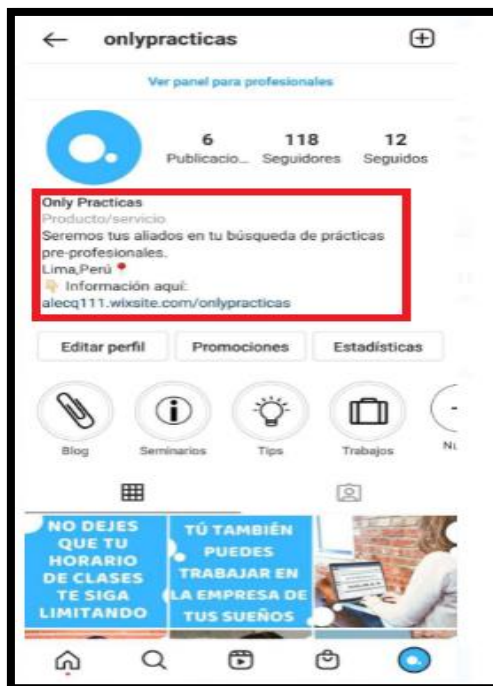


Figura 22. Publicación de onlypracticass



Figura 23. Descripción de la publicación



6.2. Validación de recursos clave

6.2.1. Experimento 1

Hipótesis 1: Los recursos que tenemos nos permiten el desarrollo de la página web.

a. Objetivo del experimento

El objetivo de este experimento es comprobar nuestra hipótesis N° 1, con los resultados obtenidos de las entrevistas a estudiantes y a profesionales de informática.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

En el experimento se buscará entrevistar 20 estudiantes de universidades e institutos y 5 expertos de informática, durante dos días.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 32. Bitácora de actividades

Actividad	Tarea	Resultado
Buscar usuarios	Entrevistar a 20 estudiantes	Se entrevistó a 20 practicantes y captaron sus respuestas.
Buscar Expertos en informática	Entrevistar a 5 expertos en informática	Se entrevistó a 5 profesionales de informática y captaron sus respuestas.

c. Análisis e interpretación de resultados

- Malla Receptora

Tabla 33. Malla receptora

<p>Lo más relevante:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El programador es importante para que funcione correctamente la página web. • Una página web tiene un mayor alcance al público objetivo • la base de datos es fundamental para obtener métricas e índices que ayudarán al negocio. • La inversión depende del alcance de la página web, se estima entre 700 a 1000 soles. 	<p>Críticas constructivas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Que la página web tenga un buen diseño, esté bien estructurado y que sea de fácil uso • Que el menú de herramientas cumpla con sus funciones. • Que la página detalle los puestos laborales correctamente y actualizada.
<p>Preguntas Nuevas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo se puede estructurar la página web para que cumpla los estándares de los usuarios? • ¿De qué forma podemos optimizar la información mostrada en la página web? 	<p>Ideas Nuevas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Implementar un menú horizontal detallado. • Actualizar constantemente las ofertas laborales. • Información bien detallada de las ofertas laborales

- Principales Hallazgos

Según las entrevistas realizadas a profesionales de informáticas nos mencionaron que una página es importante para una empresa en especial por la coyuntura actual, así como nos permite tener un mayor alcance a nuestro público objetivo. Así mismo no dijeron que el software depende de las necesidades del alcance de la página web y que el programador es fundamental para el desarrollo de códigos para el software, como para el correcto funcionamiento de una página web. Por otro lado, la base de datos es importante porque permite almacenar toda la información y se puede hacer minería de datos y recabar distintas métricas e índices que de reportes

para el negocio y tablas dinámicas con el fin de analizar la información. Cabe resaltar que el gasto promedio de una página web es de 700 a 1000 soles.

Según las entrevistas realizadas a los estudiantes universitarios y de institutos, nos mencionaron que una página web de ofertas laborales debería tener un buen diseño, estar correctamente estructurado y que el menú de herramientas funcione correctamente. Del mismo modo nos dijeron que la estructura de una página web debe tener la suficiente información para entender el propósito del negocio. Finalmente, los entrevistados desean de una página web de búsqueda de trabajo que la información de los puestos laborales esté bien detallada como el puesto, salario, funciones a realizar, requisitos, lugar, entre otros. Y que las empresas mencionadas que te darán un certificado de practicante

- Interpretación de Resultados

Según la información recopilada podemos afirmar que existe una relación entre la implementación de una buena página web y la recopilación de datos que permitan generar un análisis pertinente. Además, debemos tomar en cuenta el alcance inicial que queremos que tenga nuestra página para así no sobrecargar en gastos e implementar mejoras según el alcance obtenido trimestralmente. No obstante, es importante resaltar la relevancia de la información detallada de cada puesto de trabajo, para generar más confianza en los usuarios.

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

- Se realizará una página web que esté bien estructurado.
 - Los recursos planteados son necesarios para el funcionamiento de una página web de ofertas laborales.
 - Perfeccionar la interfaz de la página para evitar retrasos en el envío de datos.
 - Se presentará información bien detallada y actualizada de las ofertas laborales.
- e. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc)
- Enlace de videos de las entrevistas:
<https://drive.google.com/drive/folders/1RIa4R9rCfUKyvDikROJ2iixMC2Ar8VrD?usp=sharing>
 - Enlace de transcripción de las entrevistas:
https://docs.google.com/document/d/1sqln4_t01tdBXmNmgY5ZZnL5ubwI1psCw6rIlnBsrTo/edit?usp=sharing

6.3. Validación de actividades clave

6.3.1. Experimento 1

Hipótesis 1: Los usuarios consideran que el funcionamiento de la plataforma es el más óptimo.

a. Objetivo del experimento

El objetivo de este experimento es comprobar nuestra hipótesis N° 1, con los resultados obtenidos de las entrevistas a estudiantes y a reclutadores.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

En el experimento se buscará entrevistar 20 estudiantes de universidades e institutos y 5 Reclutadores, durante dos días.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 34. Bitácora de actividades

Actividad	Tarea	Resultado
Buscar usuarios	Entrevistar a 20 estudiantes	Se entrevistó a 20 practicantes y captaron sus respuestas.
Buscar Reclutadores	Entrevistar a 5 expertos en informática	Se entrevistó a 5 reclutadores y captaron sus respuestas.

c. Análisis e interpretación de resultados

- Malla Receptora

Tabla 35. Malla receptora

<p>Lo más relevante:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si es importante porque permite tener un mayor alcance al público objetivo. • Las redes sociales influyen bastante, ya que son un medio donde existe información masiva. • Los practicantes tendrán más oportunidades, porque se limita la competencia. 	<p>Críticas constructivas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Una notificación cuando en una oferta laboral la demanda por el puesto sea alta. • Que se publique ofertas laborales en Facebook o Instagram.
<p>Preguntas Nuevas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la mejor forma de fidelizar a los usuarios? • ¿Cómo generar mayor interacción en redes sociales? 	<p>Ideas Nuevas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Que exista un contador de cuántas personas postularon al puesto laboral. • Generar contenido llamativo, como ofrecer un puesto laboral solo para estudiantes.

- Principales Hallazgos

Luego de haber realizado las entrevistas a los reclutadores, sabemos que el desarrollo de una página web, es importante ya que permite a las empresas llegar más rápido a su público objetivo. Así mismo, ya no es una opción tener una página web, si no es una forma de ser más competitivo en el mercado a donde me dirijo. Con respecto

a que la empresa pueda conectarse con los estudiantes para sus prácticas, mencionaron que les ayuda a enfocarse de una manera más personalizada con el estudiante y que les sería más rápido conseguir practicantes pre profesionales, ya que no tendría problemas en las plataformas masivas de oferta laborales. Así mismo, consideran que las redes sociales como Facebook e Instagram Influyen bastante para la mayoría de los jóvenes, ya que en estas redes sociales se pueden encontrar información masiva desde ventas de un producto hasta noticias u ofertas laborales, entre otros.

Según las entrevistas a estudiantes la página web es una buena opción, ya que se segmenta a los practicantes y se limita la competencia con personas que ya tienen experiencia laboral y esto permitirá que los practicantes tengan más oportunidades para encontrar trabajo y en un tiempo más corto de lo habitual. Así mismo, nos dijeron que no es conveniente que la plataforma coloque un número predeterminado del límite de postulación para un puesto de trabajo, si no que la misma empresa debería poner el límite, ya que es la misma empresa que conoce a cuántos postulantes puede evaluar porque es absurdo competir donde hay 500 postulantes. Además, otra posibilidad sería ocultar la oferta laboral (especificado por la empresa) desde que se publicó. Finalmente, la mejor alternativa sería mediante redes sociales, ya que casi todos los estudiantes de Universidades e Institutos utilizan redes sociales y esto es una tendencia que se ha fortalecido aún más con la pandemia. Además, publicitar nuestro aplicativo con personajes conocidos y que sean universitarios también.

- Interpretación de Resultados

Según la información recopilada con respecto al funcionamiento de la plataforma podemos afirmar que, en relación a los usuarios, se sienten cómodos con la plataforma, además muestran aceptación con el concepto dirigido a practicantes. También pudimos concluir que la importancia de las redes sociales en relación al target de nuestra página es complementaria, ya que en la actualidad la gran mayoría de jóvenes se comunican a través de las redes sociales.

Con respecto a las empresas, nos dimos cuenta que una plataforma dirigida solo a los practicantes, les brinda mayores beneficios en el proceso de selección de personal con alta capacidad de aprendizaje.

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

- Se debe agregar un contador de cuántas personas postularon al puesto laboral.
- Se debe generar contenido llamativo, como ofrecer un puesto laboral solo para estudiantes, para fidelizar a los usuarios y generar mayor interacción.

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

- Enlace de videos de las entrevistas:
https://drive.google.com/drive/folders/1u-FLaZfQcJGJfBmYhb_gsJ4fpoE9Cluh?usp=sharing
- Enlace de transcripción de las entrevistas:
https://docs.google.com/document/d/1196ICGL8nidAYtDS-IBiYCd8yMMfXxo_VR2y1DWG1BU/edit?usp=sharing

6.4. Validación de socios clave

6.4.1. Experimento 1

Hipótesis 3: Los asociados (empresas de lima, universidades e institutos, inversionistas, pasarela de paga) están interesados en nuestro modelo de negocio.

a. Objetivo del experimento

El objetivo de este experimento es comprobar nuestra hipótesis N° 1, con los resultados obtenidos de las entrevistas a estudiantes y a reclutadores.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

En el experimento se buscará entrevistar 20 estudiantes de universidades e institutos y 5 Reclutadores, durante dos días.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 36. Bitácora de Actividades

Actividad	Tarea	Resultado
Buscar usuarios	Entrevistar a 20 estudiantes	Se entrevistó a 20 practicantes y captaron sus respuestas.
Buscar Reclutadores	Entrevistar a 5 expertos en informática	Se entrevistó a 5 reclutadores y captaron sus respuestas.

c. Análisis e interpretación de resultados

- Malla Receptora

Tabla 37. Malla Receptora

<p>Lo más relevante:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Da confianza ya que tienen el respaldo de universidades e institutos. • Son ahora los reclutadores quienes se acercan a los postulantes de manera directa. 	<p>Críticas constructivas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Que esté respaldada por una empresa que otorgue seguridad. • Las pasarelas deben ser encriptadas para evitar fraudes.
<p>Preguntas Nuevas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo harán para que las universidades e institutos sean sus socios? ¿Qué beneficio ganaran ellos? • ¿Cómo se beneficiaría si se asocia con universidades e institutos? 	<p>Ideas Nuevas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se debería poner ciertos filtros; como sector, funciones del practicante, entre otros. • Garantías y devoluciones.

- Principales Hallazgos

Según las entrevistas realizadas a los reclutadores, el hecho de estar asociados con las universidades generará confianza y credibilidad por parte de los estudiantes hacia nuestros servicios como intermediarios, es decir, se considera fundamental el respaldo. También nos dijeron que les interesa mucho ser parte del proyecto ya que esto cambia la metodología tradicional en la que el practicante se acerba a buscar prácticas, ahora los reclutadores podrán buscar practicantes y se aseguran que estos encajen con las características demandadas para el puesto. Además, se mencionó la gran importancia de las pasarelas de pago y que es fundamental que estas sean muy seguras y puedan ser encriptadas o protegidas para evitar fraudes, lo que podría dañar la imagen de la plataforma.

Según las entrevistas realizadas a los practicantes, el hecho de ser socios con sus universidades e institutos les da confianza, visualizan OnlyPractias como un proyecto serio respaldado y confiable. En cuanto a las pasarelas de pago, se busca seguridad, es decir, empresas o sistemas que puedan proteger ante cualquier fraude, verificación de seguridad por procesos de pagos y que les pueda llegar algún mensaje de confirmación o un mensaje de texto cuando se realice algún pago. Finalmente, los filtros se consideran muy importantes y para los practicantes los más importantes pueden ser, sector, funciones del practicante, salario, lugar de trabajo, entre otros.

- Interpretación de Resultados

A través de nuestras entrevistas a reclutadores y de los datos analizados, podemos concluir que parte esencial de nuestra propuesta y nuestra reputación se verá directamente afectada por la relación con nuestros socios y la capacidad de eficiencia que estos puedan agregar al modelo de negocio. Así mismo tanto reclutadores como estudiantes buscan proteger no solo su información sensible sino también conocer cuáles son las garantías y acciones en caso de necesitarlas. Claramente estamos frente a un consumidor informado y con estándares de calidad claros.

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

- Aplicar sistemas de seguridad o verificación de seguridad por procesos de pagos.
- Colocar filtros de búsqueda más interesantes para practicantes.
- Dar garantías y devoluciones en caso de inconvenientes con el pago

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

- Enlace de videos de las entrevistas:

https://drive.google.com/drive/folders/1i6khFTj5g0UYzvPfPEAn_WhLF6G5bo48?usp=sharing

- Enlace de transcripción de las entrevistas:

https://docs.google.com/document/d/1xmEoAMjY6lVK27dQ8iF3obVSVo_wnUbeFvCtnxv6Se4/edit?usp=sharing

6.5. Validación de estructura de costos

6.5.1. Experimento 1

Hipótesis 1: Los costos en los que se va a incurrir no son altos para el funcionamiento de la página web.

a. Objetivo del experimento

El principal objetivo es comprobar la hipótesis N°1, para determinar en qué costos el modelo de negocio va a incurrir.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Se desarrollaron dos tipos de encuestas uno dirigido a expertos en informática y el otro a estudiantes de universidades e institutos, así como el uso de recursos secundarios para otros costos. Este experimento duró un día.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 38. Bitácora de Actividades

Actividad	Tarea	Resultado
Buscar un presupuesto para desarrollar la página web	Realizar encuestas a expertos de informáticas	Se encuestó a 5 expertos
Cuánto en promedio estarían dispuestos a pagar los usuarios por el plan Premium	Se realizará encuestas a estudiantes de universidades e institutos	se logró encuestar a 30 estudiantes

c. Estructura de costos fijos, variables y unitarios

- Costos Fijos:

- Personal Administrativo: En este caso se determinó un presupuesto para el gasto de personal administrativo mensual.
- Desarrollador Web: Un desarrollador web es el encargado de crear sitios web. luego de haber realizado las encuestas pertinentes a profesionales relacionado a diseño de página web, se obtuvo que se debe pagar a un desarrollador un promedio de 2500 soles.
- Community Manager: Es el encargado de las estrategias de contenido de una empresa o marca. Según el portal de empleo líder del Perú CompuTrabajo, un community manager puede ganar según su experiencia un promedio de 930soles al mes. Por otro lado, según el Centro de especialización (moot), en el Perú puede llegar a ganar hasta 5000 soles mensuales.
- Personal de atención al cliente: Según el portal de empleo líder del Perú CompuTrabajo, una persona en atención al cliente puede ganar 879 soles mensuales.

- Encargo del mantenimiento web: Según las encuestas, el mantenimiento de una página web varía mucho, ya que también depende de la capacidad de una página web, y el costo promedio sería de 400 soles por año
- Hosting y certificado SSL: Según Hosting Linux (S.F), se utilizará un hosting con certificado SS profesional a un precio de 200 soles por año.
- Dominio: En cuanto al dominio se utilizado Only Domains, donde para tener un dominio con “.pe” se debe realizar un costo por año de 79.99 dólares o 304 soles.
- Pasarelas de pago: En este caso se utilizará el plan de Ecommerce a un precio mensual de 271 soles de plataforma web BSALE.

Tabla 39. Costos Fijos

Costos Fijos		
Concepto	Frecuencia	Costos Unitarios (en soles)
Pago al personal administrativo	Mensual	11,617.60
Pago al desarrollador web	Mensual	2,500.00
Pago al Community Manager	Mensual	930.00
Pago al personal de atención al cliente	Mensual	879.00
Pago al encargado del mantenimiento web	2 veces al año	400.00
Hosting y certificado SSL	Anual	200.00
Dominio	Anual	304.00
Pasarela de pagos	Mensual	271.00

Fuente: Elaboración Propia

- Costos Variables
 - Diseñador gráfico: Nos ayudara a realizar bocetos, dibujos y diseños para el contenido de nuestras redes sociales, así como para nuestra plataforma web.

- Ingeniero de sistemas para el mantenimiento correctivo: Es importante, ya que este tipo de mantenimiento suele darse cuando se encuentran problemas en la página web y se necesita solucionar cuanto antes para así no ocasionar molestias a los usuarios.
- Publicidad: Para realizar un pago de publicidad de nuestra página web en redes sociales tanto en Facebook como en Instagram el presupuesto no lo define estas redes sociales sino el negocio, estas pueden ser por días o meses. Por lo que se invertirá inicialmente 600 s soles en un mes, pero esta se va incrementar según las necesidades de nuestro negocio

Tabla 40. Costos Variables

Costos Variables		
Concepto	Frecuencia	Costos Unitarios (en soles)
Pago al diseñador Grafico	Depende del requerimiento	1,300.00
Pago al ingeniero de sistemas para el mantenimiento correctivo	Depende del requerimiento	500.00
Pago por publicidad	Mensual (Cambiará de acuerdo al tráfico de personas)	600.00

Fuente: Elaboración Propia

- Inversión de Tangibles e intangibles
 - Capital Social: Será un aporte de cada uno de los integrantes (fundadores), del proyecto.
 - Constitución de la empresa: Según la Cámara de Negocio del Perú la constitución se calcula de la siguiente manera: S/3.00 (Tres soles) por cada mil del capital social +S/46.00 Soles de costo de presentación +S/28.00 Soles por el nombramiento del Gerente General. En caso de nombramiento de Gerentes o Apoderados adicionales registros públicos cobra S/28.00 soles por cada uno de ellos.

- Registró de la marca Indecopi: Según el portal web del Gobierno del Perú (S.F), el costo del trámite es de S/ 534.99.
- Compra de 5 laptops Lenovo.

Tabla 41. Inversiones Tangible e Intangibles

Inversiones Tangible e intangibles		
Concepto	Frecuencia	En soles
Capital social inicial	Único	4,000.00
Pago de constitución de la empresa	Único	143.00
Pago de Indecopi para registro de la marca	Único	535.00
Pago por la compra de dos Laptops Lenovo	Único	10,495.00

- Planilla:

Community Manager:

La principal función es la de crear y gestionar el contenido de las redes sociales de las páginas de Facebook e Instagram tales como analizar y supervisar los resultados y el incremento de las comunidades que los contenidos y publicaciones promocionadas en las redes sociales generen impacto, puesto que esta información será vital al momento de medir la eficacia de la estrategia de contenidos e ir reajustándola para obtener mejores resultados.

Atención al Cliente:

Es el encargo de atender las inquietudes, dudas, quejas o inconformidades de los clientes antes, durante y después de realizar el pago del servicio que ofrecemos. Además de hacer conocer a los clientes de las políticas de ventas que tenga la empresa de una devolución y los pasos a seguir.

Contador:

Es el encargado de registrar y analizar todas las transacciones económicas que realice la empresa y deber la parte tributaria, además, otra función del contador es la de realizar los Estado Financieros mensuales y presentarlo a los accionistas.

Gerente de Administración:

Es el encargado de la toma de decisiones, así como de garantizar la funcionalidad y operación del negocio. Además, es el responsable de manejar los recursos económicos de la empresa de una manera eficaz y eficiente.

Asesor de Ventas:

Es el encargado de brindar apoyo para generar ingresos y cumplir con los objetivos de ventas fijados por la empresa, siguiendo un proceso a través del cual, prospecta clientes, identifica necesidades, diseña una propuesta de servicio a la medida, brinda seguimiento en la instalación y servicio post venta que garantice la fidelización de los clientes.

Asesor Legal:

Es el encargado de asesorar a la empresa en temas jurídicos y verificar que se actúe según las normas que rigen el sector de la actividad económica de la empresa, además, de asistir a la empresa en procesos judiciales.

Asistente Administrativo:

Es el encargado de apoyar al Gerente en diferentes actividades tales como planificar, archivar, coordinar actividades, redactar, sacar cuentas, etc.

Tabla 42. Planilla en soles Año 1-3

Trabajadores Año 1 - 3	Cantidad	Sueldo Bruto c/u	Sueldo Bruto	Aporte	Beneficios Sociales			Beneficios Sociales	Gasto	ONP	Neto a pagar
					Gratificaciones	CTS	Vacaciones			13%	
					18.17%	9.72%	8.33%				
Community Manager	1	1,200	1,200	108	218	117	100	543	1,743	156	1,044
Atención al Cliente	1	1,200	1,200	108	218	117	100	543	1,743	156	1,044
Contador	1	1,200	1,200	108	218	117	100	543	1,743	156	1,044
Gerente de Administración	1	2,200	2,200	198	400	214	183	995	3,195	286	1,914
Asesor Ventas	1	2,200	2,200	198	400	214	183	995	3,195	286	1,914
TOTAL		8,000	8,000	720	1,454	778	666	3,618	11,618	1,040	6,960

Tabla 43. Planilla en soles Año 4-5

Trabajadores Año 4 - 5	Cantidad	Sueldo Bruto c/u	Sueldo Bruto	Aportes 9.00%	Beneficios Sociales			Total Beneficios Sociales	Costo o Gasto	ONP	Neto a pagar
					Gratificaciones 18.17%	CTS 9.72%	Vacaciones 8.33%			13%	
Community Manager	1	1,600	1,600	144	291	156	133	724	2,324	208	1,392
Atención al Cliente	1	1,600	1,600	144	291	156	133	724	2,324	208	1,392
Contador	1	1,600	1,600	144	291	156	133	724	2,324	208	1,392
Gerente de Administración	1	2,700	2,700	243	491	262	225	1,221	3,921	351	2,349
Asesor Ventas	1	2,700	2,700	243	491	262	225	1,221	3,921	351	2,349
Asesor Legal	1	1,500	1,500	135	273	146	125	678	2,178	195	1,305
Asistente Administrativo	2	1,250	2,500	225	454	243	208	1,131	3,631	325	2,175
TOTAL		12,950	14,200	1,278	2,580	1,380	1,183	6,421	20,621	1,846	12,354

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

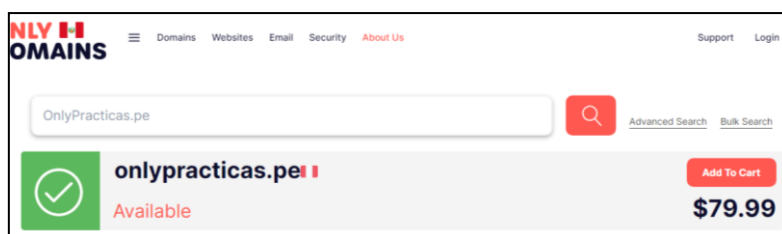
- Enlace de las encuestas a experto:

https://docs.google.com/forms/d/1aQoS8vBWIN7I9KesIMhRJInJ5mGeaiwsS_2AFUqAn7A/edit?usp=sharing

- Enlace de las encuestas a usuarios:

<https://docs.google.com/forms/d/1mtippq74wILgXt5f8UWrEwMIy3Hf-RrNdDtsVsFORrM/edit?usp=sharing>

Figura 24. Only Domains Onlypracticass



Fuente: Only Domains

Figura 25. Hosting y Certificado SSL

Personal Ideal para páginas personales y sitios web con poco tráfico	1000 MB de almacenamiento 10 GB de transferencia mensual 10 cuentas de correo-e	S/ 100 x Año	+contratar
Profesional Altamente flexible e ideal para profesionales independientes	5000 MB de almacenamiento 50 GB de transferencia mensual 50 cuentas de correo-e Certificado Sectigo SSL Gratis	S/ 200 x Año	+contratar
Empresas Ideal para empresas en crecimiento	50 GB de almacenamiento 100 GB de transferencia mensual 50 cuentas de correo-e Certificado Sectigo SSL Gratis Dominio .COM Gratis	S/ 400 x Año	+contratar
Ilimitado+	espacio ilimitado transferencia mensual ilimitada 100 cuentas de correo-e	S/ 500 x Año	+contratar

Fuente: Hosting Labs

Figura 26. Ecommerce Venta Online

<p>Básico Boleto y Factura Electrónica</p> <ul style="list-style-type: none"> Boleto y factura electrónica Informes en línea Cotizaciones <p>Ver plan Ver plan Contratar</p> <p>US \$57 mensual Incluye IGV</p>	<p>Ecommerce Venta en línea</p> <ul style="list-style-type: none"> Boleto y factura electrónica Informes en línea Control de inventario Vende por internet <p>Ver plan Ver plan Contratar</p> <p>US \$72 mensual Incluye IGV</p>	<p>Estándar Venta directa</p> <ul style="list-style-type: none"> Boleto y factura electrónica Informes en línea Cotizaciones Control de inventario Vende en tu negocio Ciende de caja <p>Ver plan Ver plan Contratar</p> <p>US \$72 mensual Incluye IGV</p>	<p>Omnicanal Múltiples Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> Boleto y factura electrónica Informes en línea Cotizaciones Control de inventario Vende en tu negocio Ciende de caja Vende por internet <p>Ver plan Ver plan Contratar</p> <p>US \$98 mensual Incluye IGV</p>
---	---	--	---

Fuente: BSALE

Figura 27. Laptop Lenovo



LENOVO

Laptop Lenovo IdeaPad 3 14IIL05 14"
 Intel Core i3 1005G1 1TB 4GB RAM

81W0004FLM
 CODIGO: 122077

S/ 2,099.00

Disponible más de 10 unidades

Cantidad:

[AÑADIR AL CARRO](#)

Disponibilidad y tiempos de entrega

Fuente: Hiraoka

7. VALIDACIÓN DEL INTERÉS DE COMPRA

En primer lugar, debemos determinar nuestro público objetivo, que está dividido en dos segmentos, el primero que son los estudiantes Universitarios y de Institutos de Lima de los tres últimos ciclos, que buscan realizar sus prácticas pre profesionales, el segundo segmento son las empresas de Lima que necesiten practicantes universitarios, de acuerdo a su cultura organizacional. Por otro lado, calcularemos el mercado objetivo de estudiantes Universitarios y de Institutos, donde se sabe que el total de población en el Perú del último censo es de 32510000 millones de peruanos (Banco Mundial, 2021). Por otro lado, según Datos Macro (2020), la población del Perú de jóvenes en 20 a 24 años fue de 2668294 millones. Por otro lado según Andina (2021), se sabe que hay un total de 1230000 estudiantes tanto universitario como de institutos, de las cuales consideramos que nuestro publico objeto seria 202289 estudiantes, ya que en base a información del INEI (2020), nos basamos en los estudiantes egresados para lograr tener un base de cuantos estudiantes tanto universitarios y de institutos que buscan practicas hay.

Tabla 44. Mercado Objetivo

Perú	Jóvenes 20 - 24	Estudiantes	Practicas Universidad	Público objetivo
32510000	2668294	1230000	136504	202289
100.00%	8.21%	3.78%	65785	0.62%
			Practicas Institutos	

7.1. Experimento 1

a. Objetivo del experimento

- Lograr que 50 usuarios tengan intención de compra en ambas redes sociales en la primera semana luego de publicar el contenido.
- Incrementar el número de seguidores en un 30% en ambas redes sociales en la primera semana luego de publicar el contenido.

- Determinar el costo de adquisición luego de finalizar el experimento.
- b. Diseño y desarrollo del experimento
- i. Descripción del experimento
- Se realizará publicaciones en las redes sociales de Instagram y Facebook sobre los beneficios de la página web y el plan de suscripción, donde se buscará cumplir con los objetivos planteados. Este experimento se realizará desde el 25 de mayo hasta 31 de mayo del 2021. Así mismo en este experimento solo se analizará las métricas de las redes sociales, tales como los comentarios, reacciones y nuevos seguidores.
- ii. Estrategias de promoción, fidelización y precio (relación con el cliente)
- Estrategias de Servicio
 - Promocionar contenido sobre los beneficios de la página web y sobre el plan premium para los practicantes, para lograr interacción con las publicaciones
 - Estrategias de precio
 - Exhibir en una publicación todos los beneficios y explicar cómo estos impactan positivamente en la búsqueda de prácticas preprofesionales para el usuario y así estén dispuestos a pagar un precio justo.
 - Estrategias de plaza
 - Utilizar las redes sociales de Facebook e Instagram para tener un mayor alcance al público objetivo y atraer futuros usuarios.
 - Estrategias de Promoción
 - Realizar publicidad en redes sociales con contenido llamativo.

- Realizar el pago de publicaciones más importantes en ambas redes sociales.
- Estrategias de fidelización
 - Monitorear continuamente el comportamiento de nuestros clientes: Llevar un control diario sobre las métricas que se obtendrá de Facebook e Instagram.
 - Brindar una vivencia superior: Responder de manera personalizada, clara y oportuna a sus dudas en la publicación.
 - Lograr la identificación con la marca: Establecer un diálogo en donde el usuario sienta que empatizamos con su situación y somos una herramienta para su solución.
 - Desarrollar comunidades: Pedir constante retroalimentación para mejorar el servicio y recomendación.
 - Evaluar la efectividad de la estrategia: Analizar el total de comentarios iniciales y los resultados de quienes tuvieron una interacción exitosa con nosotros.

iii. Bitácora de actividades

Tabla 45. Bitácora de Actividades

Actividad	Tarea	Resultado
Publicar contenido en Facebook	Publicar contenido para que los usuarios interesados comenten la publicación inorgánica.	Se logró 53 comentarios de distintos usuarios e incrementa a 124 seguidores
Publicar contenido en Instagram	Se publicará un contenido para que los usuarios interesados comenten la publicación inorgánica.	Se logró 51 comentarios de distintos usuarios e incremento a 166 seguidores.

c. Análisis e interpretación de resultados

Según las métricas obtenidas en Facebook, el contenido, publicado el 25 de mayo del 2021 hasta el 31 de mayo del 2021 obtuvo un alcance de 7033 usuarios. Es importante recalcar que de todos los usuarios pertenecientes al alcance solo 614

interactuaron con la publicación, mediante comentarios, reacciones, clics y dándole compartir. Siendo más preciso y filtrando a los usuarios que tienen interés en nuestra plataforma web, encontramos que 53 de ellos, comentaron pidiendo información para poder formar parte de nuestro proyecto. Es decir, el 8,6% de las personas que interactuaron se mostraron interesadas. Además, se obtuvo un resultado positivo en cuanto al número de seguidores ya que este incremento de 80 a 124 usuarios, esta alza fue de un 55%.

Por otro lado, luego de haber realizado una publicación desde el 25 de mayo del 2021 hasta el 31 de mayo del 2021, se obtuvo un alcance de 5187 usuarios. Del mismo modo se tuvo 95 interacciones con la publicación, mediante comentarios, reacciones, clics y dándole compartir. Así mismo se logró que 51 personas visitaran el sitio web y 58 personas el perfil. Finalmente se logró 51 comentarios e incrementar los seguidores de 126 a 166 seguidores, esta alza fue de un 31.5 %.

Embudo de conversión

La publicación de Only Prácticas, que tiene como objetivo lograr que 50 usuarios tengan intención de compra(comentarios) en ambas redes sociales en la primera semana luego de publicar el contenido, se pudo alcanzar a un total de 7033 usuarios gracias a la publicidad que se realizó en Facebook y 5187 en Instagram. Además 614 personas interactuaron con la publicación en Facebook y 97 en Instagram, mediante comentarios, reacciones, clics y dándole compartir. Sin embargo, finalmente se logró que 53 usuarios comentaran en Facebook y 51 en Instagram.

Figura 28. Embudo de conversión de Facebook

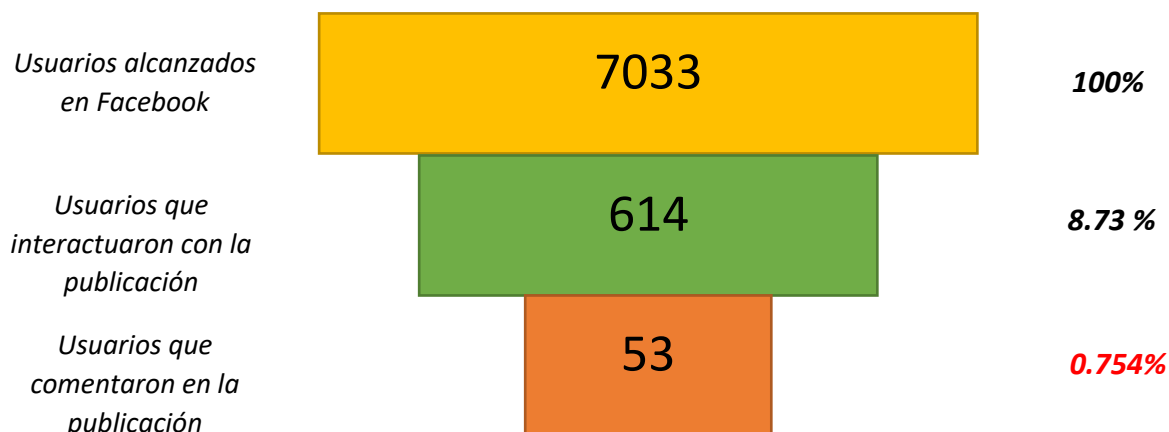
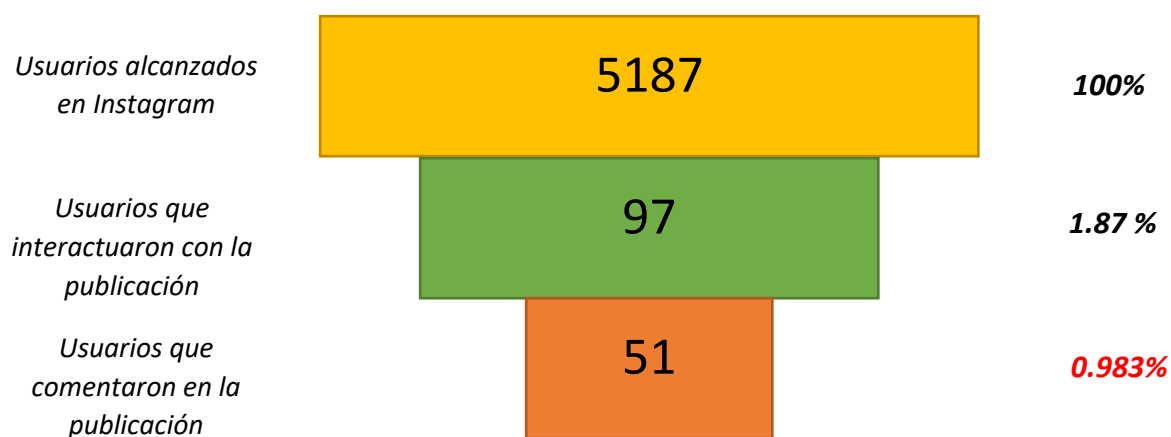


Figura 29. Embudo de Conversión de Instagram



d. Aprendizajes – Cambios a realizar

- Hacer una publicación inorgánica (promoción pagada), te permite llegar a tu público objetivo de forma más rápida que realizarlo de forma orgánica.
- Se pudo observar que luego de haber realizado publicaciones en ambas redes sociales, en Facebook se obtuvo que tiene los mejores resultados tanto en el alcance, interacciones e incremento de seguidores que Instagram.

- Hacer una publicación con contenido de lo que ofrecemos es más eficiente que solo poner fotos o frases con respecto al proyecto, ya que al tener más información con los beneficios de nuestro servicio genera mayor interés en las personas y esto se ha visto reflejado en las métricas.
 - Es importante haber logrado los objetivos propuestos, tanto en Facebook como en Instagram logramos que más de 50 usuarios expresen y demuestren su intención de compra hacia nuestro servicio, y así obtuvimos un incremento de seguidores.
 - Además, logramos obtener un costo de adquisición de 0.38 soles por cada usuario para Facebook, teniendo en cuenta que invertimos S/.20.00 nuevos soles y obtuvimos 53 usuarios interesados en ser parte del proyecto. Para Instagram, se obtuvo un costo de adquisición de 0.39 soles por cada usuario, teniendo en cuenta que invertimos S/.20.00 nuevos soles y obtuvimos 51 usuarios con interés de compra
- e. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc)

Figura 30. Publicación en Facebook



Figura 31. Publicación en Instagram



Figura 32. Estadísticas de Instagram



Figura 33. Métricas de Facebook



7.2. Experimento 2

a. Objetivo del experimento

- Lograr incrementar a 40 leads en la suscripción de practicantes
- Determinar el costo de adquisición (el costo está en las redes y el resultado página web)

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Se realizará publicaciones con una descripción en las redes sociales de Instagram y Facebook para que se suscriban y dándoles una prueba de nuestro

servicio por un mes gratis, donde se buscará cumplir con los objetivos planteados. Este experimento se realizará de entre el 1 de junio hasta 7 de junio del 2021. Así mismo en este experimento se analizará el alcance de nuestra página web, mediante un link en las redes sociales que servirá para recopilar los datos de los potenciales clientes y saber la intención de compra, gracias al número de personas suscritas.

- ii. Estrategias de promoción, fidelización y precio (relación con el cliente)
 - Estrategias de servicio
 - Realizar una publicación en las redes sociales de Facebook e Instagram sobre el servicio premium dirigido a los practicantes.
 - Estrategias de precio
 - En la publicación se menciona que los estudiantes que se suscriban tendrán un mes gratis para utilizar el servicio del plan premium.
 - Estrategias de plaza
 - Utilizar las redes sociales de Facebook e Instagram para que los practicantes ingresen a nuestra página web y se suscriban.
 - Estrategias de promoción
 - Realizar publicaciones en redes sociales con contenido descriptivo e imágenes.
 - Realizar el pago de publicaciones más importantes en ambas redes sociales para lograr que nuestro público objetivo se suscriba.
 - Estrategias de Fidelización

- Monitorear continuamente el comportamiento de nuestros clientes: Dar seguimiento al número de registrados en nuestra página web cada tres días.
- Brindar una vivencia superior: Brindarles la información correcta de nuestra página web
- Lograr la identificación con la marca: Compartir información precisa con los usuarios, utilizando un Chat Bot, con las preguntas más frecuentes y relevantes. Manteniendo una vigilancia constante a las nuevas preguntas realizadas con la finalidad de actualizar el Bot y las respuestas sean siempre oportunas.
- Desarrollar comunidades: Recopilar las dudas más frecuentes del chat Bot y resolverlas mediante material multimedia.
- Evaluar la efectividad de la estrategia: Contabilizar los usuarios interesados que dejaron sus datos para recibir información y tuvieron interacción con la plataforma web

iii. Bitácora de actividades

Tabla 46. Bitácora de Actividades

Actividad	Tarea	Resultado
Publicar contenido en Facebook e Instagram	Publicar contenido que esté enlazado con la página mediante un link y que los estudiantes interesados se suscriban	Se logró que 42 usuarios se suscriban en nuestra página web.

c. Análisis e interpretación de resultados

Según las métricas obtenidas en Facebook que se publicaron del 2 de junio de 2021 hasta el 7 de junio de 2021 se obtuvo un alcance de 531 usuarios. Por otro lado, todos los usuarios pertenecientes al alcance solo interactuaron 69 con la

publicación, reacciones, clics y entrando al perfil, logrando ingresar a nuestra página web para que se suscriban. Cabe resaltar que el costo por interacción por la publicación en Facebook fue 0.20 soles.

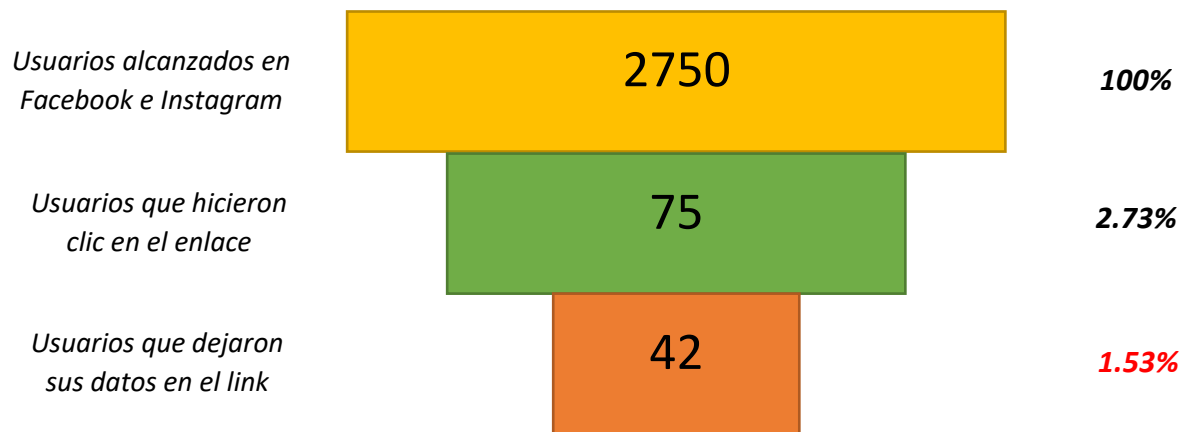
Por otro lado, en las métricas obtenidas en Instagram que se publicaron del 2 de junio 2021 hasta el 7 de junio del 2021, donde se obtuvo un alcance de 2219 personas, 6 interacción y 3 personas compartieron la publicación, logrando que un grupo de personas se suscriban a nuestra página.

Finalmente, luego de que terminara la promoción en ambas redes sociales, obtuvimos que 42 personas de nuestro público objetivo se suscribieran en nuestra página web dejando sus datos pertinentes.

Embudo de conversión

La publicación de Only Prácticas, que tiene como objetivo incrementar los leads en la suscripción de prácticas a la página web, pudo alcanzar a un total de 2750 usuarios gracias a la publicidad que se realizó en Facebook e Instagram. Además 75 personas, del total de usuarios que logramos alcanzar, hicieron clic en el enlace de la publicación. Sin embargo, fueron 42 las personas que dejaron sus datos en el link y mostraron su intención real de compra. Estos datos fueron obtenidos entre el 2 de junio y 7 de junio del 2021. En base a estos datos, realizaremos el embudo respectivo para el experimento, y podremos visualizar gráficamente el alcance del mismo.

Figura 34. Embudo de conversión de Suscripción



d. Aprendizajes – Cambios a realizar

- Es importante haber logrado los objetivos propuestos, tanto en Facebook como en Instagram, ya que logramos que 42 usuarios se suscriban a nuestra página y demuestren su intención de compra hacia nuestro servicio.
- Cabe resaltar que las mayores interacciones se lograron mediante Facebook, por lo que se debería replantear nuevas estrategias para la red social de Instagram

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

Figura 35. Publicación en Facebook



Figura 36. Métricas de Facebook

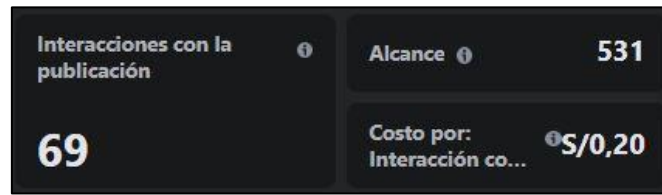


Figura 37. Publicación en Instagram



Figura 38. Estadísticas de Instagram

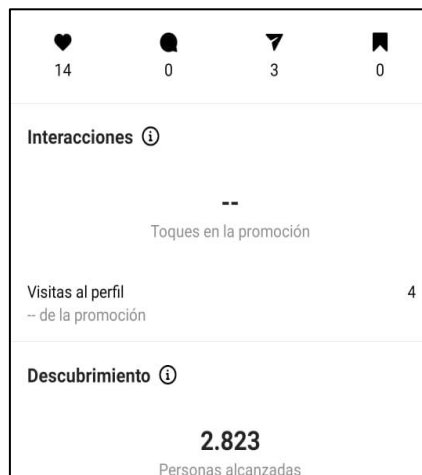
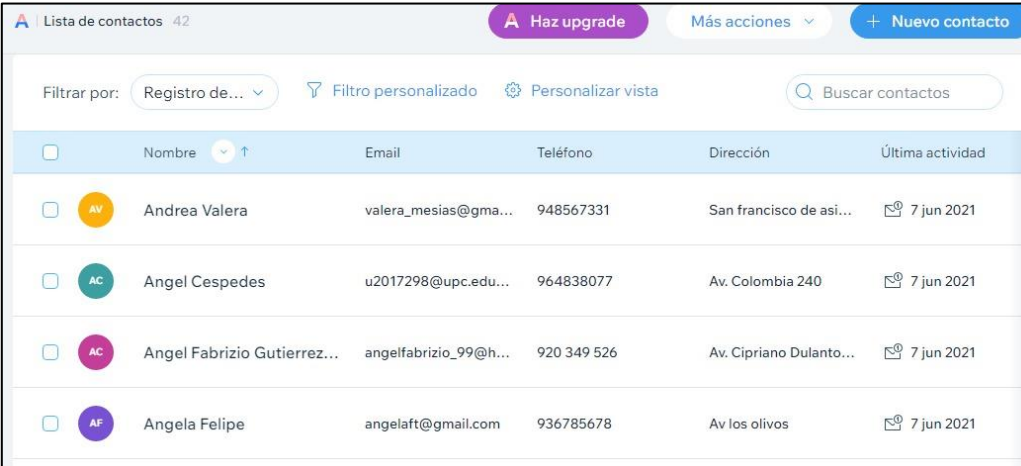


Figura 39. Número de Personas Suscritas



<input type="checkbox"/>	Nombre	Email	Teléfono	Dirección	Última actividad
<input type="checkbox"/>	AV Andrea Valera	valera_mesias@gma...	948567331	San francisco de asi...	7 jun 2021
<input type="checkbox"/>	AC Angel Cespedes	u2017298@upc.edu...	964838077	Av. Colombia 240	7 jun 2021
<input type="checkbox"/>	AC Angel Fabrizio Gutierrez...	angelfabrizio_99@h...	920 349 526	Av. Cipriano Dulanto...	7 jun 2021
<input type="checkbox"/>	AF Angela Felipe	angelaft@gmail.com	936785678	Av los olivos	7 jun 2021

7.3. Experimento 3

a. Objetivo del experimento

- Lograr 10 leads en la suscripción de empresas
- Determinar el costo de adquisición (el costo está en las redes y el resultado página web)

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Se realizará publicaciones en las redes sociales de Instagram y Facebook, para atraer a las posibles empresas interesadas en el servicio. Estas publicaciones tendrán una descripción con la información de los beneficios que tendrán, además un link para que se suscriban. Así mismo este experimento servirá para recopilar los datos de las empresas y observar su intención de incorporación al servicio. Este experimento se realizará desde el 1 de junio hasta 6 de junio del 2021.

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

- Estrategias de servicio

- Realizar una publicación en las redes sociales de Facebook e Instagram sobre los beneficios que tienen las empresas al incorporarse al servicio.
- Estrategias de precio
 - En la publicación se menciona que las empresas mediante una suscripción mensual tendrán la posibilidad de utilizar el servicio en sus procesos de selección y reclutamiento.
- Estrategias de plaza
 - Utilizar las redes sociales de Facebook e Instagram para que las empresas ingresen a nuestra página web, ingresen sus datos corporativos y se suscriban.
- Estrategias de promoción
 - Realizar publicaciones en redes sociales con contenido descriptivo e imágenes.
 - Realizar el pago de publicaciones más importantes en ambas redes sociales para lograr que las empresas conozcan el servicio y se suscriban.
- Estrategias de Fidelización
 - Monitorear continuamente el comportamiento de nuestros clientes: Dar seguimiento al número de empresas registradas en la página web una vez a la semana. Además, revisar constantemente el nivel de actividad que tienen en la página.
 - Brindar una vivencia superior: Brindar a las empresas una información concreta y actualizada con respecto a las funciones que tienen con la página web.

- Lograr la identificación con la marca: Compartir información precisa con las empresas, utilizando un Chat Bot, con las preguntas más frecuentes y relevantes. Sin embargo, también tienen la posibilidad de contactarnos vía correo electrónico para una comunicación más eficaz.
- Desarrollar comunidades: Recopilar las dudas más frecuentes de las empresas vía chatbot y correo electrónico y mantenerlos actualizados de las novedades del servicio.
- Evaluar la efectividad de la estrategia: Contabilizar las empresas interesadas que dejaron sus datos empresariales para recibir información.

iii. Bitácora de actividades

Tabla 47. Bitácora de Actividades

Actividad	Tarea	Resultado
Publicar contenido en Facebook e Instagram	Publicar contenido que esté enlazado con la página mediante un link y que las empresas interesadas se suscriban	Se logró que 10 empresas se registren en la página.

c. Análisis e interpretación de resultados

Según las métricas obtenidas en Facebook que se publicaron del 2 de junio hasta el 8 de junio de 2021 se obtuvo un alcance de 901 usuarios. Por otro lado, todos los usuarios pertenecientes al alcance solo interactuaron 26 con la publicación, reacciones, clics y entrando al perfil, logrando ingresar a nuestra página web para que se suscriban. Cabe resaltar que el costo por interacción por la publicación en Facebook fue 0.38 soles.

Por otro lado, en las métricas obtenidas en Instagram que se publicaron del 2 de junio 2021 hasta el 7 de junio del 2021, donde se obtuvo un alcance de 2823

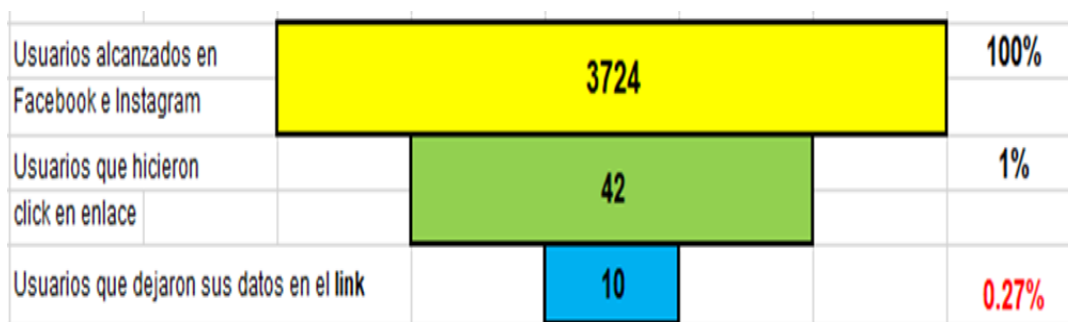
personas, 13 interacción y 3 personas compartieron la publicación, logran que un grupo de personas se suscriban a nuestra página.

Finalmente, luego de que terminara la promoción en ambas redes sociales, obtuvimos que 10 personas de nuestro público objetivo(empresas) se suscribieran en nuestra página web dejando sus datos pertinentes.

Embudo de Conversión

La publicación de Only Prácticas, que tiene como objetivo incrementar los leads en la suscripción de prácticas a la página web, pudo alcanzar a un total de 3724 usuarios gracias a la publicidad que se realizó en Facebook e Instagram. Además 42 personas, del total de usuarios que logramos alcanzar, hicieron clic en el enlace de la publicación. Sin embargo, fueron 10 las personas que dejaron sus datos en el link y mostraron su intención real de compra. Estos datos fueron obtenidos entre el 2 de junio y 7 de junio del 2021. En base a estos datos, realizaremos el embudo respectivo para el experimento, y podremos visualizar gráficamente el alcance del mismo.

Figura 40. Embudo de Conversión



d. Aprendizajes – Cambios a realizar

- Es importante haber logrado los objetivos propuestos, tanto en Facebook como en Instagram, ya que logramos que 4 usuarios se suscriban a nuestra página y demuestren su intención de compra hacia nuestro servicio.
- Cabe resaltar que las mayores interacciones se lograron mediante Facebook, por lo que se debería generar contenido más serio o profesional para atraer a las empresas.

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

- Empresas que dejaron sus correos:
 - Marsano Import Export S.AC: gerencia@marimexperu.com
 - Evand's: abril_24_03@hotmail.com
 - Autorex Peruana S.A.C:Liliana.sandoval@autorex.com.pe
 - Tecni Med System S.A: gerencia@tecnimedsystem.com
 - Hecho en Libertad: daniel.serrano@insade.org
 - Sembrando Lenguas: elianaramos264@gmail.com
 - Textiles Algo Distinto: jramos@crp.com.pe
 - Serpram S.A.C: operaciones@serpramar.com
 - Grupo Meg Automotores: meg@automotores.com
 - Administradora Clinica Ricardo Palma: jramos@crp.com.pe

Figura 41. Publicación en Facebook



Figura 42. Métricas de Facebook

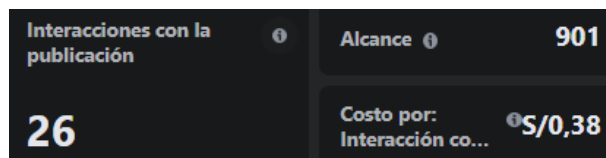


Figura 43. Empresas



7.4. Experimento 4

a. Objetivo del experimento

- Registra 10 ventas al público objetivo de estudiantes universitarios e institutos durante la primera semana
- Determinar el costo de adquisición (el costo está en las redes y el resultado página web).

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Se realizará publicaciones (contenido y video) en las redes sociales de Instagram y Facebook, para conseguir ventas tanto usuarios y empresas. Estas publicaciones tendrán la interfaz de la plataforma web donde podrán realizar el pago del plan premium a través de yape. Así mismo este experimento servirá para recopilar los pagos y registrar las ventas del servicio. Este experimento se realizará desde el 10 de junio hasta 15 de junio del 2021

- ii. Estrategias de promoción, fidelización y precio (relación con el cliente)
 - Estrategias de Servicio
 - Generar contenido multimedia sobre el funcionamiento de nuestra página web y el método de pago para realizar la venta.
 - Estrategias de Precio
 - Se informará el precio de nuestro servicio en el video donde se muestra el funcionamiento de nuestra página
 - Estrategias de Plaza
 - Utilizar las redes sociales de Facebook e Instagram para que los usuarios conozcan el funcionamiento de la página y realicen el pago para obtener el plan premium e igualmente las empresas puedan ser parte de este proyecto.
 - Estrategias de Promoción
 - Realizar publicaciones en redes sociales con contenido multimedia para que los usuarios conozcan el interfaz de la plataforma.
 - Realizar contenido en redes sociales exhibiendo la metodología de pago (yape) más sencilla y segura.

- Estrategias de Fidelización
 - Monitorear continuamente el comportamiento de nuestros clientes: Determinar las ventas diarias mediante el yape de la empresa y estar pendientes a la variación de la misma por las nuevas tendencias.
 - Brindar una vivencia superior: Al utilizar una de las plataformas de pago más populares, prácticas y confiables para nuestros clientes, demostraremos lo intuitivo y amigable que es el registro y uso de la plataforma.
 - Lograr la identificación con la marca: Usando herramientas como la plataforma de pago, utilizada día a día por nuestros clientes, conectaremos con ellos y sabrán que desarrollamos nuestra propuesta con ellos como centro de las estrategias.
 - Desarrollar comunidades: Recopilar información de usuarios sobre inconvenientes que se haya tenido al momento de realizar el pago y preguntar a los usuarios si prefieren otros medios de pagos.
 - Evaluar la efectividad de la estrategia: Contabilizar el registro de las ventas totales del servicio a los estudiantes y empresas.

iii. Bitácora de actividades

Tabla 48. Bitácora de Actividades

Actividad	Tarea	Resultado
Publicar contenido en Facebook e Instagram	Publicar contenido en las redes sociales dirigido a los estudiantes y empresas interesadas, que contenga el código QR para enlazar el pago del servicio.	Se logró que 12 estudiantes.

c. Análisis e interpretación de resultados

Según las métricas obtenidas en Facebook que se publicaron del 10 de junio hasta el 15 de junio del 2021 se obtuvo un alcance de 6412 usuarios, de manera inorgánica. Por otro lado, de todos los usuarios pertinentes al alcance de 794 reprodujeron el video. Cabe recalcar que el costo por visualización del contenido multimedia fue de 1.33 soles.

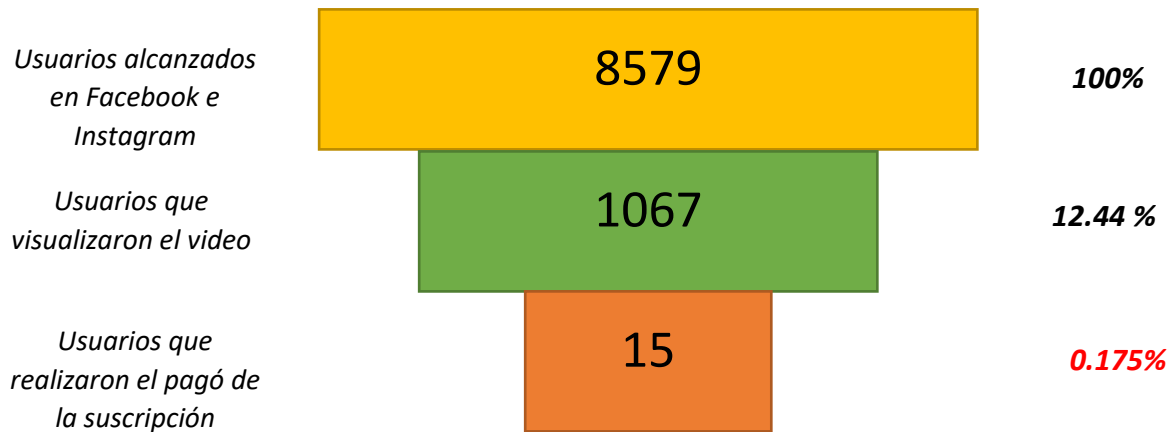
Por otro lado, en las métricas obtenidas en Instagram que se publicaron del 10 de junio al 15 de junio del 2021, se obtuvo un alcance de 2167 personas. Por otro lado, de todos los usuarios pertinentes al alcance solo 273 reprodujeron el video. Además, hubo 11 interacciones y 2 personas compartieron la publicación, logrando que un grupo de personas se suscriban a nuestra página.

Finalmente, luego de finalizar con el periodo de publicación en ambas redes sociales, obtuvimos que 10 personas de nuestro público objetivo se suscribieron en nuestra página web, realizando el pago de los S/.20.00 nuevos mediante yape (medio de pago anunciado en nuestras redes).

Embudo de conversión

Se logro alcanzar a un total de 8579 usuarios gracias a la publicidad que se realizó en Facebook e Instagram. Además 1067 personas, del total de usuarios que logramos alcanzar, visualizaron del video. Finalmente se logró que 15 personas pagaran por la suscripción. En base a estos datos, realizaremos el embudo respectivo para el experimento, y podremos visualizar gráficamente el alcance del mismo.

Figura 44. Embudo de conversión



d. Aprendizajes – Cambios a realizar

Después de poder ver los resultados, aprendimos a facilitar el enlace de nuestra página web de manera clara y resaltada facilitó el acceso y el direccionar a los visitantes, así como tan bien el mostrar nuestra plataforma de manera interactiva utilizando un recurso audiovisual. No obstante, aprendimos que podría ser mucho más fácil para los usuarios el entender el paso a paso y las ventajas de nuestro proyecto si reforzamos el video con un con narrador, de preferencia una voz femenina que se considera mucho más confiable y preferida por los usuarios. Además, debemos agregar un llamado a la acción dentro del video, junto con un texto no mayor a siete palabras, teniendo en cuenta que nuestro público objetivo prefieren los mensajes cortos, claros y directos.

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

Figura 45 Publicación de video en Instagram



Figura 46. Estadísticas Instagram



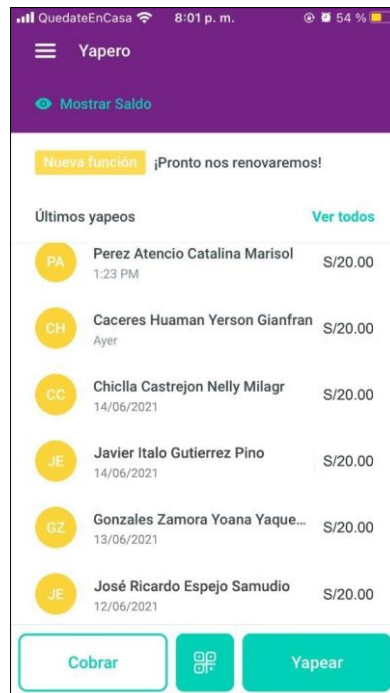
Figura 47. Alcance del anuncio



Figura 48. Reproducciones del anuncio



Figura 49. Yapeo de los Usuarios



8. PLAN FINANCIERO

8.1. Proyección de ventas

- Político:

Si bien es cierto que la pandemia ha generado una inestabilidad en la economía interna del Perú, ya que muchos han perdido sus empleos o no pueden ir a trabajar de forma presencial. Si embargo el congreso aprobó una ley sobre el teletrabajo, esta ley promueve políticas públicas para garantizar la implementación progresiva del teletrabajo tanto en el sector público como privado (El Comercio 2021). Por lo que gracias a esta ley muchos trabajadores podrán continuar laborando

y también permite que incremente el número de trabajadores en los próximos meses y años.

- Económico:

Creemos que gracias a Reactiva Perú que planteó el gobierno, muchas micro empresas podrán acceder a créditos que les servirá como una ayuda para que su negocio no quiebre o que siga creciendo, lo cual beneficiará en gran medida a más fuentes de trabajo para las personas.

Por otro lado, en esta situación política donde se puede ver que el nuevo presidente del Perú va hacer Castillo, hay que tener en cuenta una de sus propuestas según el Comercio (2021), es el de destrabar los proyectos de inversión pública y privada, y buscará fomentar la inversión pública; y el cual se buscará generar nuevos puestos de trabaja a nivel nacional y promoción de empleos.

Sin embargo, en las propuestas que podría generar un problema para las empresas mineras es la de renegociar los contratos con mineras, el cual consideramos un factor negativo para la generación de empleo a nivel nacional varios universitarios prácticos en mineras, así como la propuesta de que SUNAT empieza a exigir el cobro de deudas a las grandes empresas, cosa que es complicado, ya que estas deudas son millonarias y la empresa no las pueden pagar en su totalidad (El Comercio, 2021). Pero se saba que según el Banco mundial proyecto que para finales de estos años el crecimiento peruano seria de 10.3% y que para el 2022 el PBI del Perú seria de 3.9% (Perú Retail, 2021).

- Social:

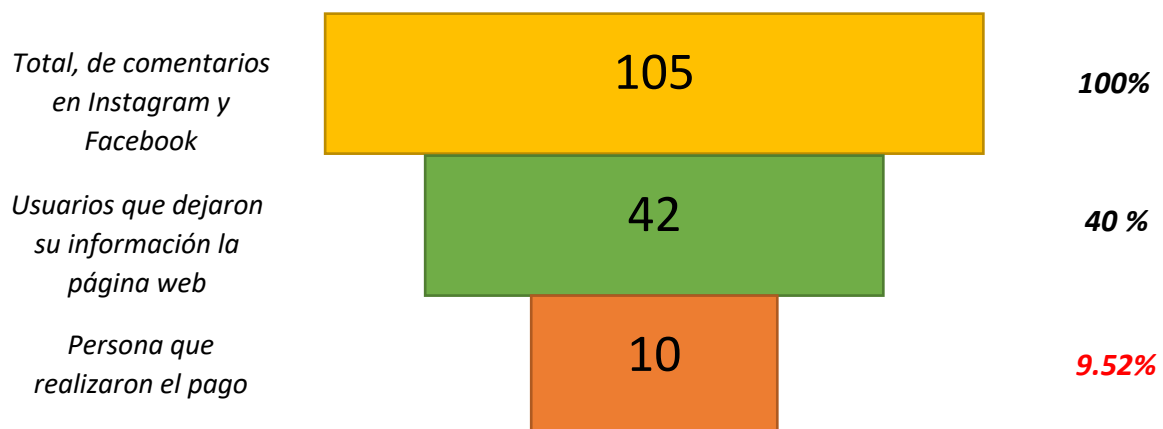
Es importante considerar lo afectado que se vio el empleo entre el año 2019 y 2020, ya que producto de la crisis humanitaria que generó la pandemia, según el Instituto Nacional de estadística, más de 560 mil jóvenes entre 14 y 24 años

quedaron sin empleo debido a las medidas restrictivas por la que pasaron los negocios. Por ende, su ingreso promedio disminuyó, y la necesidad de trabajo aumentó. Además, según Minedu, más de 300 mil estudiantes abandonaron la universidad en el 2020 por problemas económicos, no obstante, esta cifra de deserción ha disminuido al inicio del año 2021, por lo que se considera que existe un gran porcentaje de estudiantes que están buscando realizar sus prácticas para ingresar al ámbito laboral y apoyar económicamente a sus familias.

- Tecnológico:

Desde antes de la pandemia la tendencia tecnológica ha estado en constante crecimiento. Sin embargo, con el inicio de la pandemia incrementó el uso de tecnología digital, como herramientas de videoconferencia, teletrabajo, uso de otras herramientas móviles, entre otros. Beneficiando a estudiantes para que continúen con sus estudios o busquen trabajo. Así como para las empresas, que debieran cambiar sus estrategias y utilizar más herramientas digitales en temas como el servicio por internet, entre otros.

Figura 50. Cálculo de total de clientes para la primera semana



Para calcular el total de cliente para el **primer mes**, se realizó previamente un embudo de conversión para calcular las personas que si están completamente interesadas en nuestra página web, donde se logró 10 ventas, por lo que para el primer mes se considera que se va tener 40 clientes.

Año 1: Mes 1 al Mes 6

Considerando el experimento relacionado a la inversión en publicidad, en el primer mes se obtuvo como resultado final 10 usuarios por semana, lo cual representa 9.52% del total de comentarios en Instagram y Facebook. Considerando esta cifra, pronosticamos un crecimiento en el primer mes de 40 usuarios utilizando un presupuesto de 20 soles semanales. Para los próximos 5 meses, se proyectó incrementar un 30% la inversión semanal dirigida a la publicidad, lo cual nos generará un incremento de 13 personas por mes.

Con relación a las empresas, hemos estimado un crecimiento constante debido a la coyuntura actual y la incertidumbre de las empresas con respecto a la reapertura total de sus actividades.

Año 1, 2 y 3: Mes 7 al Mes 30

A partir del mes 7 consideramos que las políticas planteadas por el futuro gobierno podrían influir positiva o negativamente en el sector, así mismo se va a considerar el factor interno que es la publicidad.

En el siguiente cuadro expresamos los diversos factores que influyen y su respectiva ponderación.

Tabla 49. Factores

FACTORES	PONDERACIÓN MENSUAL (%)
Marketing	2
Político	2
Económico	2
Social	1
Tecnológicos	2
TOTAL	9

Considerando los factores mencionados anteriormente (Político Económico, Social y Tecnológico) y el factor de Marketing, hemos realizado un análisis en el cual Como grupo consideramos un incremento promedio de 9% mensual en las ventas a estudiantes, así como para el incremento de empresas que están realizando publicaciones de ofertas laborales en nuestra plataforma web. Este incremento afectará hasta el mes 30 debido a que consideramos este tiempo como la etapa de crecimiento de la empresa, posteriormente este porcentaje se verá afectado, sin embargo, seguirá creciendo.

Año 3: Mes 31 al Mes 36

En esta etapa, consideramos que la empresa encontrará cierta madurez en el mercado, por la cantidad de clientes y empresas que existirán a la fecha y la experiencia de nosotros como empresa. Por ende, consideramos un crecimiento de 7% mensual en las ventas a estudiantes y también para las empresas participantes en nuestra plataforma.

Tabla 50. Proyección de ventas año 1

Año 1	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Usuario	40	53	66	79	92	105	114	125	136	148	162	176
Empresa	12	12	12	12	12	12	13	14	16	17	18	20

Tabla 51. Proyección de ventas año 2

Año 2	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24
Usuario	192	209	228	249	271	295	322	351	382	417	454	495
Empresa	22	24	26	28	31	34	37	40	44	48	52	57

Tabla 52. Proyección de ventas año 3

Año 3	Mes 25	Mes 26	Mes 27	Mes 28	Mes 29	Mes 30	Mes 31	Mes 32	Mes 33	Mes 34	Mes 35	Mes 36
Usuario	540	588	641	699	762	831	889	951	1018	1089	1165	1247
Empresa	62	67	73	80	87	95	102	109	116	124	133	142

8.2. Presupuesto de inversión del proyecto

Tabla 53. Inversión Año 1 - 3

INVERSION (expresado en soles)		
Concepto	Cantidad	Inversión (S/.)
Pago de constitución de la empresa	Única	143.00
Pago de Indecopi para registro de la marca	Única	535.00
Pago por la compra de Laptops Lenovo	5	18,000.00
Hosting y certificado SSL	Anual	200.00
Dominio	Anual	304.00
Silla de oficina Gama Negro x 5	5	745.00
Escritorios en ELE x 2	3	1,347.00
Extintores PQS ABC 6 kg	1	97.90
Botiquín Equipado 30x40cm	1	62.90
Impresora Multifuncional Ecotank L3110	2	1,998.00
Otros gastos de oficina	Indefinido	2,000.00
		25,432.80

Tabla 54. Inversión Año 4 - 5

INVERSION (expresado en soles)		
Concepto	Cantidad	Inversión (S/.)
Escritorios	7	1,533.00
Sillas	14	2,086.00
Mesa de reunión	1	880.00
Proyector	1	419.00
Pizarra	4	626.00
Impresora multifuncional HP laser	2	4,398.00
Equipo de Aire Acondicionado	1	3,880.00
Otros gastos de oficina	Indefinido	2,100.00
		15,922.00

Para los tres primeros años hemos considerado que nuestro presupuesto de inversión del proyecto tendrá como conceptos la implementación de mobiliario para nuestra oficina; en primer lugar, vamos a adquirir cinco sillas de oficina las cuales tienen un precio de s/.149 cada una (Promart 2021), dos escritorios en forma de “L” grandes con un precio de s/.898 cada uno (Promart 2021), un extintor PQS de 6 kg, el cual tiene un precio de s/.97.90 (Sodimac 2021), un botiquín equipado de 30x40 cm el cual tiene un precio de s/.62.90 (Sodimac 2021), una impresora multifuncional ecotank 13110 la cual tiene un precio de s/.999 (Sodimac 2021) y otros gastos de oficina, los cuales tienen destinado s/.500 de nuestra inversión.

Laptop Lenovo

Se requerirán cinco laptops Lenovo Intel Core i5 10ma, para cumplir con todas las funciones necesarias en relación a nuestras estrategias de publicidad. Las laptops serán usadas por cada uno de los accionistas de la empresa, los cuales deberán utilizarla únicamente para fines operativos. Se encontró la siguiente opción:



Fuente: Hiraoka

Sillas de oficina

Se necesitarán cinco sillas que permitirán una mayor movilidad y confort dentro de la oficina.



Fuentes: Promart

Escritorios en forma de L

Se comprará tres escritorios en Ele para completar el mobiliario de oficina requerido. Se encontró la siguiente opción:



Fuente: Promart

Impresora multifuncional ecotank

Se va a requerir dos impresoras como una herramienta de trabajo, en este caso la impresora tendrá la capacidad de copiar, escanear e imprimir, por lo que la consideramos completa.



Fuente: Sodimac Perú

Extintores PQS

Se comprará un extintor PQS de 6kg, para salvaguardarla vida de nuestros trabajadores y cumplir con los reglamentos técnicos.



Fuente: Sodimac Perú

Botiquín Equipado

Se requerirá también para cumplir con lo reglamentos técnicos, un botiquín equipado de 30x40 cm.



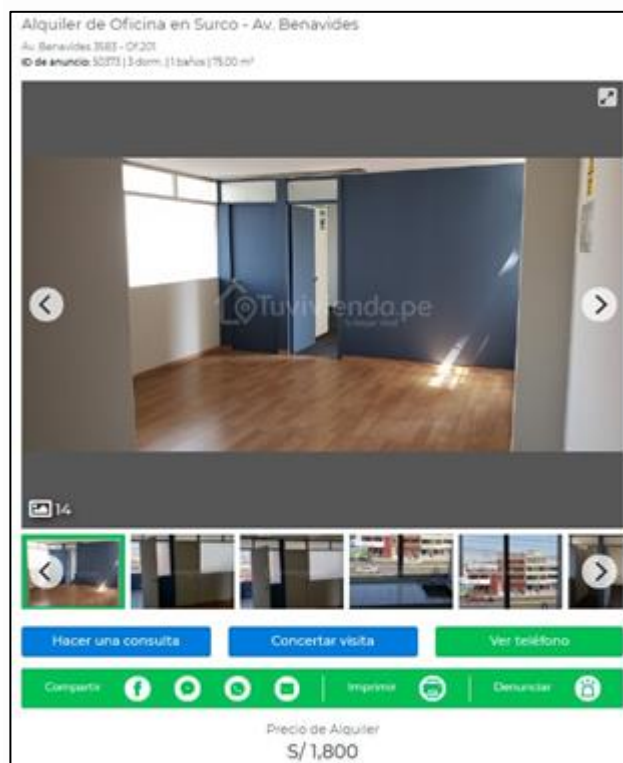
Fuente: Sodimac Perú

Los dos años siguientes hemos considerado mejorar nuestro ambiente de trabajo, por ende, adquirimos nuevo mobiliario para la nueva oficina. El cuarto año compraremos siete escritorios personales, los cuales tienen un precio de s/.219 cada uno (Promart 2021), catorce sillas de oficina las cuales tienen un precio de s/.149 cada una (Promart 2021), una mesa de reunión grande la cual tiene un precio de s/.880 (MercadoLibre 2021), un proyector led de s/.419 (Real Plaza 2021), cuatro pizarras laminadas blancas de 0.90x1.50 mt de s/.156.50 cada una, dos impresoras multifuncionales HP laser de s/.2199 cada una (Clic Print 2021), un equipo de aire

acondicionado de s/.3880 (Sodimac 2021) y aumentaremos nuestra inversión destinada a los otros gastos de oficina a s/.2100

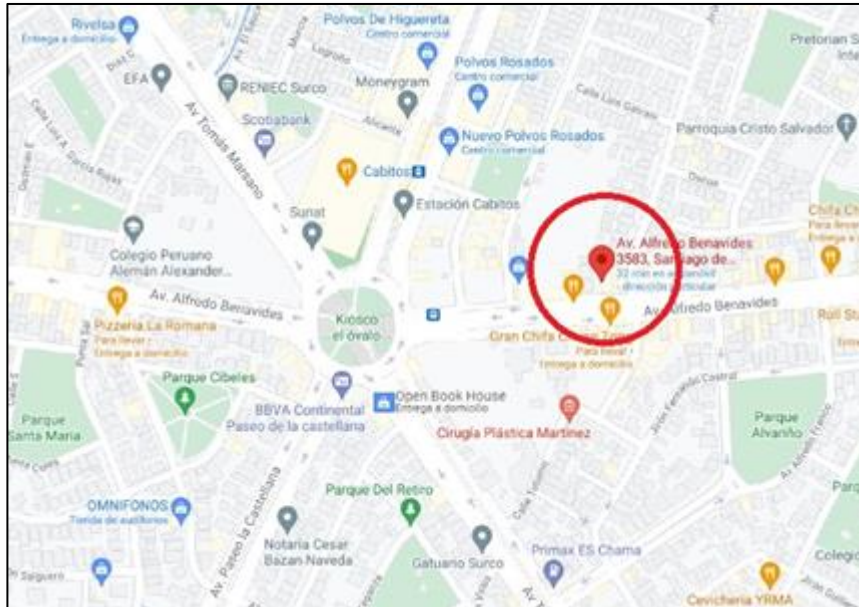
Alquiler de local

Para el desarrollo de las actividades de Only Prácticas a partir del cuarto año, será necesario el alquiler de una oficina más grande, por ende, hemos considerado apropiado alquilar un local en el distrito de Santiago de Surco, de 75m².



Fuente: Tuvivienda.pe

La ubicación del local es Av. Benavides 3583, Santiago de Surco, Lima, y el costo es de s/. 1800 mensuales. En el siguiente mapa se puede visualizar la ubicación de la oficina.



Fuente: Elaboración propia

Escritorios

Se compararán 7 escritorios para este periodo, debido a que la cantidad de trabajadores aumentará. Sin embargo, en esta oportunidad optamos por escritorios personales con el fin de tener una mejor distribución de la oficina.



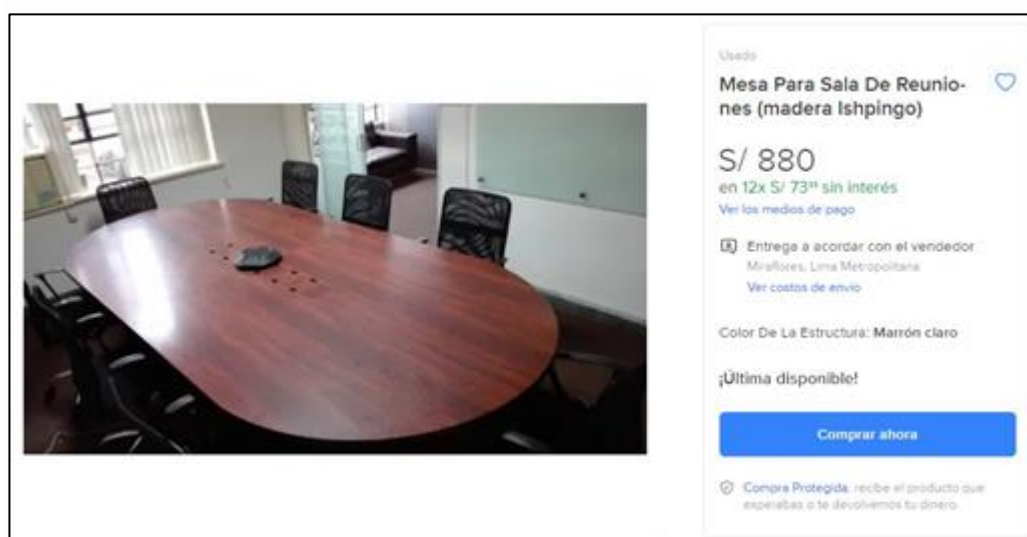
Fuente: Promart

Sillas

Se requerirán 14 sillas para amueblar la oficina correctamente. El precio y el modelo de cada silla es el mismo de la primera inversión, es decir de s/149 soles cada una y se comprarán en Promart.

Mesa de reunión

Hemos considerado importante la compra de una mesa grande para las reuniones gerenciales, debido a la cantidad de trabajadores



Fuente: Mercado Libre

Proyector

Se requerirá un proyector para la visualización oportuna en las reuniones gerenciales y de trabajadores.



Fuente: Real Plaza

Pizarra

Se comprarán 4 pizarras que comprenderán una dimensión de una pared completa de la oficina para colocar datos relevantes y establecer correctamente los horarios de reuniones o charlas.



Fuente: Tailoy

Impresora multifuncional HP laser

Se van a requerir dos impresoras multifuncionales, ya que tienen la característica de ser más veloces con la impresión de archivos, fotos e imágenes. Además, es muy importante, para la creación de prototipos de publicidad para la empresa.



Fuente: Clic print

Aire acondicionado

Se va a requerir una máquina de aire acondicionado debido a la coyuntura en la que estamos, consideramos que es importante la continua ventilación dentro de la oficina.



Fuente: Sodimac Perú

8.3. Ingresos y egresos

- Costo de Venta

Se asumirá la comisión del 3% que cobra la plataforma de medios de pago para realizar las transacciones de los usuarios a la empresa. Este se considera el único costo que afecta directamente a la venta, por lo que la utilidad bruta será del 97% de la venta total.

- Costo de Planilla

Se consideran los siguientes sueldos para cada uno de los trabajadores en dos momentos diferentes.

En el periodo del año 1 al 3, se consideran 5 trabajadores, dados por los fundadores de la empresa, cada uno tiene perfiles y roles diferentes que afrontar durante el ciclo de vida del proyecto. A este sueldo bruto se le sumará los beneficios sociales (45.22% del sueldo) para obtener el costo de planilla por cada uno (ver tabla 42).

En el periodo del año 4 y 5 se considera por obtener mejores resultados que la empresa necesita y es capaz de asumir el salario de 3 trabajadores más. En este periodo las ventas y las actividades administrativas demandaran mayor tiempo por lo que su incorporación será necesaria, del mismo modo se procederá y el costo de planilla aumentara (ver tabla 43).

- **Gastos Administrativos**

Son los gastos que incurren directamente en la gestión, organización y control de los procesos que se ejecutaran. Por ello, se detallará cuáles serán los necesarios para la empresa en dos momentos diferentes.

En este cuadro solo especificaremos los gastos administrativos del año 1 al 3, donde no se incluye el alquiler ya que la empresa operara en propiedad de uno de los fundadores. Sera de suma importancia asumir dentro de estos gastos los trabajadores que realizan la gestión administrativa, los servicios esenciales, gastos de oficina y la depreciación, que, si bien no representa una salida de dinero, según las Retribuciones de Tribunal Fiscal 01930 – 5- 2010, la depreciación resulta procedente por cuanto su deducción como gasto para determinar el impuesto a la renta

Tabla 55. Gatos Administrativos año 1-3

Gastos administrativos	Mensual(S/.)	Anual (S/.)
Planilla	8,422.76	101,073.12
Servicios (agua, luz, internet)	415.00	4,980.00
Otros gastos de oficina	300.00	3,600.00
Gastos de depreciación	335.72	4,028.58
TOTAL	9,137.76	109,653.12

En el segundo cuadro detallaremos los gastos administrativos del año 4 y 5, este incluirá el concepto de ALQUILER, ya que, para el 3er año, la empresa se proyecta capaz de asumir este nuevo gasto que dará comodidad a un mayor número de trabajadores totalmente necesarios por un alza considerable en las ventas. Por ende, al incorporar 3 trabajadores más y aumentar los sueldos de los actuales trabajadores, el gasto de planilla aumentara considerablemente. Los demás conceptos aumentaran debido a mayores gastos generados por los trabajadores, impulsados por mayores operaciones en la empresa. Sera importante tomar en cuenta el alza en la depreciación en estos dos últimos años, ya que se adquirieron nuevos activos tangibles de oficina.

Tabla 56. Gastos Administrativos año 4-5

Gastos administrativos	Mensual(S/.)	Anual(S/.)
Planilla	16,700.30	200,403.60
Alquiler	1,800.00	21,600.00
Servicios (agua, luz, internet)	622.50	7,470.00
Otros gastos de oficina	500.00	6,000.00
Gasto de depreciación	503.94	6,047.28
TOTAL	19,622.80	235,473.60

- Gasto de Ventas

El gasto de venta hace referencia a todo lo que se relaciona directamente con el impulso de las ventas y como la empresa obtendrá y fidelizará clientes. Por ello, se detallará los gastos que incurrirá la empresa en este ámbito, en dos momentos diferentes.

En este cuadro especificaremos los gastos de ventas del año 1 al 3, donde asumiremos gastos de publicidad, generada por contenido inorgánico, esta decisión fue tomada ya que obtuvimos resultados satisfactorios y cumplimos con los objetivos de nuestros experimentos anteriores. Además, habrá un asesor de ventas, que a diferencia

de los demás trabajadores se encuentra dentro del gasto de ventas porque incurre en la misma.

Tabla 57. Gatos de ventas año 1-3

Gastos de ventas	Mensual (S/.)	Anual (S/.)
Publicidad	600.00	7,200.00
Asesor de ventas	3,194.84	38,338.08
TOTAL	3,794.84	45,538.08

En el segundo cuadro se seguirán asumiendo los mismos conceptos, publicidad y asesor de venta como los que generan el gasto de ventas de la empresa. Sin embargo, habrá un aumento, en ambos, debido a que la carga para el personal será mayor ya que para el 3er y 4to año habrá mayor número de usuarios y la publicidad ira en aumento y se invertirá más en la misma por encontrarnos en situación financiera mejor.

Tabla 58. Gastos de ventas año 4-5

Gastos de ventas	Mensual(S/.)	Anual(S/.)
Publicidad	1,000.00	12,000.00
Asesor de ventas	3,920.94	47,051.28
TOTAL	4,920.94	59,051.28

- Gasto Financieros

Los gastos financieros serán proyectados por las cuotas que se pagarán mensualmente a la institución financiera “Mi Banco” asumiendo así los intereses impuestos por la misma y reduciendo el importe.

Tabla 59. Pago de cuotas por año

PRESTAMO AÑO 1 - 5		
AÑO	CAPITAL	INTERES
1	3,150.98	2,599.42
2	3,670.09	2,080.31
3	4,158.53	1,591.87
4	4,734.67	1,015.73
5	5,373.51	378.46

- Estado de Ganancias y Perdidas

En el estado de ganancias y pérdidas se plasmarán los egresos e ingresos y demás conceptos considerados con anterioridad para poder hallar las utilidades netas, es decir, lo que la empresa genero al final de cada periodo. De esta manera proyectamos si hubo ganancias o pérdidas visualizando de manera detallada la situación de la empresa. Según este estado financiero, se evidencian ganancias a partir del año 3 y uno de los gastos que más influye y afecta al resultado final son los gastos administrativos.

Tabla 60. Estado de Resultados

Estado de Resultados (S/.)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	31,033	90,572	244,116	456,399	683,527
Costo de ventas(3%)	931	2,717	7,323	13,692	20,506
Utilidad Bruta	30,102	87,855	236,792	442,707	663,021
Gastos de ventas	45,538	45,538	45,538	59,051	59,051
Gastos administrativos	109,653	109,653	109,653	251,396	235,474
Otros gastos	504	504	504	504	504
EBIT	-125,593	-67,840	81,097	131,756	367,992
Ingresos financieros	0	0	0	0	0
Gastos financieros	5,750	5,750	5,750	5,750	5,752
Utilidad a/d impuestos	-131,344	-73,590	75,347	126,006	362,240
Impto a la Renta (29.5%)	0	0	22,227	37,172	106,861
Utilidad neta	-131,344	-73,590	53,119	88,834	255,379

Tabla 61. Escudo Fiscal

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
IR sin deuda	0	0	23,924	38,868	108,558
IR con deuda	0	0	22,227	37,172	106,861
Escudo fiscal	0	0	1,696	1,696	1,697

El balance general nos permite identificar algunos indicadores de suma importancia para los accionistas y así poder medir de cierta forma la situación actual de la empresa. En el siguiente cuadro se evidencia el Balance General al 31 de diciembre del 1er año. Durante este primer periodo, los resultados no serán los mejores, debido a que recién habrá un retorno de capital en el 3er año, sin embargo, identificar la evolución de los mismos puede detallar como la empresa va mejorando con el pasar del tiempo.

Tabla 62. Estado de situación Financiera

	ONLY PRACTICAS	
	Estado de Situación Financiera	
	Al 31 de diciembre del Año 1	
		AÑO 1
Activo		
Activo Corriente		
Caja		9,057
Activo No Corriente		
Muebles y equipos		24,251
Depreciación		-4,029
Intangibles		1,182
Total Activo		30,461
Pasivo		
Prestamos		21,509
Otras cuentas por pagar		0
Total De Pasivo		21,509
Patrimonio		
Capital Social		140,296
Utilidades retenidas		-131,344
Total Patrimonio		8,953
Total Patrimonio + Pasivo		30,461

8.4. Flujo de caja

- Flujo de caja Económica

En el flujo de caja económica se podrá evidenciar la viabilidad y rentabilidad de nuestro proyecto. Sin embargo, en este, solo se considerarán los conceptos que representen ingresos o egresos de efectivo por año. Es así como visualizaremos el año de recupero y demás indicadores importantes tales como

el Valor Actual Neto, asumiendo el WACC, ya que obtendremos un financiamiento por parte de “Mi Banco” y nuestros socios. En este caso el VAN es de S/.63,177.54 nuevos soles, siendo este mayor a 0 indica que se está creando valor y generando más rentabilidad de la esperada. Mediante la Tasa Interna de Retorno, podemos identificar la tasa que genera nuestro proyecto y esta es del 22%. Es importante mencionar que este flujo no ha considerado la deuda con el banco por lo que no se puede proyectar con exactitud los ingresos para los accionistas. Además, el Impuesto a renta, se deberá considera sin la deuda.

Tabla 63. Flujo de caja Económico

Flujo De Caja Económica						
Flujo De Caja (S/.)	Periodo 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Ingresos por Venta		31,033	90,572	244,116	456,399	683,527
Total De Ingresos		31,033	90,572	244,116	456,399	683,527
Egresos						
Costos de Ventas		931	2,717	7,323	13,692	20,506
Gastos Adm. (sin depreciación)		105,625	105,625	105,625	245,348	229,426
Gastos de Venta		45,538	45,538	45,538	59,051	59,051
Otros Gastos		504	504	504	504	504
IR sin deuda(29.5%)		0	0	23,924	38,868	108,558
Total De Egresos		152,598	154,384	182,914	357,464	418,045
Flujo Operativo		121,565	-63,811	61,202	98,935	265,482
Inversiones						
Inmuebles y equipos	24,251					12,291
Intangibles	1,182					
Capital de trabajo neto (10%)	3,103	5,954	15,354	21,228	22,713	68,353
Total De Inversiones	28,536	5,954	15,354	21,228	22,713	80,643
FCE	-28,536	127,518	-79,166	39,974	76,223	346,125

- Flujo de caja Financiera

En el flujo de caja financiero lo que se hará es restar el préstamo del banco a los flujos de caja económico, es así como una vez asumida la deuda con el banco, solo queda pendiente cumplir con el accionista. Los flujos disminuyen en términos de ganancias ya que se ejerció salida de efectivo a partir del año 1 en adelante. Finalmente se visualizará el flujo de caja financiero que muestra exactamente como nuestro proyecto afectará al accionista. Según este, en el año 0, 1 y 2, nuestro socio deberá realizar desembolsos para que el proyecto pueda operar. A partir del año 3 ya habrá ganancias. Finalmente, el VAN financiero es de S/. 24,939,05 nuevos soles y la tasa de retorno es del 23%.

Tabla 64. Flujo de caja Financiero

Préstamo Bancario	21088					
Amortización de préstamo		-3151	-3670	-4159	-4735	-5374
Intereses		-2599	-2080	-1592	-1016	-378
Escudo Tributario	0	767	614	470	300	112
Total, Flujo De Financiamiento	21088	-4984	-5137	-5281	-5451	-5640
Flujo Financiero	-7448	-132502	-84302	34693	70772	340485
Aporte De Accionistas	-7448	-132502	-84302	0	0	0

8.5. VAN y Punto de Equilibrio

VAN:

El valor actual neto, es el presente de los flujos de caja de la empresa. Al obtener un monto positivo se sabe que la empresa crea valor. El WACC (promedio de la rentabilidad prometida e intereses del banco) es de 12.51%. Por otro lado, el Flujo de caja Económico tenemos un VAN es de S/63,177.54 nuevos y donde el TIR que genera nuestro proyecto que es del 22%.

Tabla 65. Indicador Económico

INDICADORES ECONOMICO	VALOR
VAN - Económico	63,177.54
TIR	22%

Por último, tenemos el Flujo de caja Financiera, donde el VAN financiero es de S/. 24,939,05 nuevos soles y la tasa de retorno es del 23%.

Tabla 66. Indicador Financiero

INDICADORES FINANCIEROS	VALOR
VAN - Financiero	24,939.05
TIR	23%

Punto de Equilibrio

Hemos podido interpretar que, durante los 3 primeros años en promedio, el pago de estudiante genera el 88% de los ingresos y el pago de las empresas el 12%.

Por ello, bajo esta lógica con un precio de S/.20.00 soles y S/.30.00 soles respectivamente se halló un precio promedio y este es de S/.21.20 soles. Además, el único costo variable que tenemos es el que nos cobra la plataforma de pagos dado por un 3% y durante los 3 primeros años, los gastos operativos son siempre iguales y no varían. Por ende, con estos datos, obtenemos que el punto de equilibrio es de 10,243 ventas, las cuales 1,229 deberán ser por parte de las empresas y 9014 por parte de los estudiantes.

Tabla 67. Punto de equilibrio

Concepto	\$/.
Precio	21.2
Costo Variable (3%)	6
Costo Fijo (no varían en 3 años)	155,695.20
Punto de Equilibrio (Cantidad)	10243

8.6. Financiamiento

Con respecto al financiamiento no tradicional, el cual se refiere a fuentes ajenas a las instituciones financieras como los bancos. Algunas de ellas pueden ser, inversionistas, familiares, subsidios del gobierno u otras organizaciones, No hemos considerado estas fuentes, sin embargo, creemos que sería oportuno en algunos de nosotros, obtener un préstamo por algún familiar cercano que nos ayude completar la inversión inicial del proyecto; esto es relevante porque en la actualidad no todos contamos con un trabajo. Para, calculara el COK de nuestro proyecto se realizó el cálculo Tasa de descuento, utilizando información de Damoradan para utilizar la beta apalancada de nuestro sector, y Investing para obtener los data de los Bonos, para poder calcular el COK. Por otro lado, para hallar el COK de la deuda, utilizamos Mi Banco, donde ello no brindaron una del 14.90%. y que el pago del préstamo será devuelto en 60 cuotas mensuales.

Tabla 68. Desarrollo del COK

RLR (REND LIBRE DE RIESGO ACTUAL)	1.536%
RMH (REND DE MERCADO HISTÓRICO)	18.3%
RLR H (REND LIBRE DE RIESGO HISTÓRICO)	1.524%


Tabla 69. Desarrollo del COK

B. DESAPAL	0.73
D/E	0.41
IR	29.5%
BETA APALANCADO	0.94
COK	18.722%

Tabla 70. Financiamiento

FUENTES DE FINANCIAMIENTO	% PARTICIPACION	MONTO (S/.)	COSTO	Costo	Costo Promedio	
PATRIMONIO	26%	7,448.33	18.20%	18.20%	4.75%	
DEUDA	74%	21,087.78	14.90%	10.5%	7.76%	
	100%	28,536.11			12.51%	WACC

Figura 51. Cronograma de pagos

		N°	FECHA PAGO	SALDO	CAPITAL	INTERESES	Seg.multiriesgo	CUOTA SIN ITF	ITF	CUOTA
				21,087.78						
	1	14/02/2022	20,934.04	153.74	325.46			479.20	-	479.20
	2	14/03/2022	20,659.87	274.17	205.03			479.20	-	479.20
	3	12/04/2022	20,390.28	269.59	209.61			479.20	-	479.20
	4	12/05/2022	20,125.12	265.16	214.04			479.20	-	479.20
	5	13/06/2022	19,871.34	253.78	225.42			479.20	-	479.20
	6	12/07/2022	19,593.75	277.59	201.61			479.20	-	479.20
	7	12/08/2022	19,327.12	266.63	212.57			479.20	-	479.20
	8	12/09/2022	19,057.60	269.52	209.68			479.20	-	479.20
	9	12/10/2022	18,778.45	279.15	200.05			479.20	-	479.20
	10	14/11/2022	18,516.20	262.25	216.95			479.20	-	479.20
	11	12/12/2022	18,218.35	297.85	181.35			479.20	-	479.20
	12	12/01/2023	17,936.80	281.55	197.65			479.20	-	479.20
	13	13/02/2023	17,658.51	278.29	200.91			479.20	-	479.20
	14	13/03/2023	17,352.26	306.25	172.95			479.20	-	479.20
	15	12/04/2023	17,055.21	297.05	182.15			479.20	-	479.20
	16	12/05/2023	16,755.04	300.17	179.03			479.20	-	479.20
	17	12/06/2023	16,457.62	297.42	181.78			479.20	-	479.20
	18	12/07/2023	16,151.18	306.44	172.76			479.20	-	479.20
	19	14/08/2023	15,858.57	292.61	186.59			479.20	-	479.20
	20	12/09/2023	15,540.26	318.31	160.89			479.20	-	479.20
	21	12/10/2023	15,224.19	316.07	163.13			479.20	-	479.20
	22	13/11/2023	14,915.52	308.67	170.53			479.20	-	479.20
	23	12/12/2023	14,587.65	327.87	151.33			479.20	-	479.20
	24	12/01/2024	14,266.71	320.94	158.26			479.20	-	479.20
	25	12/02/2024	13,942.29	324.42	154.78			479.20	-	479.20
	26	12/03/2024	13,604.54	337.75	141.45			479.20	-	479.20

Fuente: Mi Banco.

9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- **SOBRE HERRAMIENTAS:** Es muy importante destacar cómo podemos utilizar ciertas herramientas como entrevistas y encuestas para interactuar con usuarios y expertos para luego convalidar nuestras hipótesis. Es así como corroboramos que nuestro Business Model Canvas esté desarrollado con información certera y poder continuar con el desarrollo del proyecto. Con estos testimonios incluso podremos realizar modificaciones y mejorar nuestro modelo de negocio hasta tener el diseño más óptimo.
- **SOBRE LAS REDES:** Las redes sociales son importantes, ya que la gran mayoría de los jóvenes están conectados todo el día, permite tener un mayor alcance al público objetivo ya sea desde una venta de un producto o servicio hasta informaciones de distintas índoles como noticias, anuncios, cursos, etc. Por lo que se recomienda utilizar redes sociales como Facebook e Instagram para tener un mayor alcance para nuestra página web.
- **QUÉ OPINA LA PRACTICANTES DE NUESTRA IDEA:** Según las entrevistas realizadas a los practicantes, hemos podido entender los principales problemas que ellos tienen, como, por ejemplo, la falta de oportunidades o las dificultades de horario que presentan en los últimos ciclos. Es por eso, que muestran su aprecio y entusiasmo al concepto e idea de poder contar con una plataforma dirigida exclusivamente para ellos. Además, hemos podido confirmar que consideran innovador ciertas herramientas que los ayudarán a mejorar su entrada al ámbito laboral.
- **SOBRE LOS RECLUTADORES:** Según la entrevista realizada a los reclutadores, estos afirmaron que el aplicativo es una buena herramienta para ellos, ya que ofrece diferentes beneficios como saber el horario de los estudiantes y poder saber si tendrá relación con el horario que se le ofrecerá al postulante. Además, el aplicativo le permitirá a las empresas a ahorrar recursos porque, a diferencia de otras páginas que también ofrecen su servicio de publicar ofertas laborales, este solo estará dirigido a estudiantes de Universidades e Institutos lo cual permitirá que llegue más rápido al público objetivo que buscan las empresa y facilitar más veloz el proceso de selección.

- INTERES DE COMPRA: Logramos generar un interés de compra positivo de nuestro público objetivo mediante los 4 experimentos, en la cual utilizamos redes sociales con diversos contenidos. Por otro lado, para seguir mejorando en el incremento de seguidores, interacción, se debe genera otro tipo de contenido más llamativo y dinámico, y para la empresa generar un contenido más formal, elegante y serio.

10. BIBLIOGRAFÍA

- Andina (2021). *Población Universitaria en Perú Ascende a casi 840 mil estudiantes*. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-poblacion-universitaria-peru-asciende-a-casi-840-mil-estudiantes-340176.aspx> [Consulta: 28 junio de 2021].
- Bsale (s.f). *Precios*. Recuperado de <https://www.bsale.com.pe/sheet/precios> [Consulta 1 de junio 2021].
- Banco Mundial (2021). *Perú*. Recuperado de <https://datos.bancomundial.org/pais/peru> [Consulta: 28 junio de 2021].
- CompuTrabajo (s.f). *Salarios Community manager*. Recuperado de <https://www.computrabajo.com.pe/salarios/community-manager> [Consulta 1 de mayo 2021].
- Cámara de Negocios del Perú (s.f). *Constitución de Empresa*. Recuperado de <https://camaranegocios.org.pe/constitucion-de-empresas#:~:text=Costos%20Registrales%20que%20se%20calculan,por%20cada%20uno%20de%20ellos> [Consulta 1 de junio 2021].
- Clic Print (2021). *Impresora HP LaserJet Pro M428FDW*. Recuperado de <https://clicprint.pe/producto/impresora-multifuncional-hp-laserjet-pro-m428dw/> [Consulta 17 de junio 2021].

- Datos Macro (2020). *Perú – Pirámide de Población*. Recuperado de <https://datosmacro.expansion.com/demografia/estructura-poblacion/peru> [Consulta: 26 de junio de 2021].
- El Comercio (2021). *Las propuestas de Pedro Castillo sobre economía y promoción del empleo*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/peru/debate-presidencial-jne-2021-las-propuestas-de-pedro-castillo-sobre-economia-y-promocion-del-empleo-pedro-castillo-segunda-vuelta-elecciones-peru-2021-fuerza-popular-peru-libre-arequipa-30-de-mayo-elecciones-generales-peru-2021-presidente-del-peru-jurado-nacional-de-elecciones-nndc-noticia/?ref=ecr> [Consulta 8 de junio 2021].
- El Comercio (2021). *Congreso aprobó nueva ley de teletrabajo: ¿cuáles son las principales novedades?*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/peru/congreso-aprueba-nueva-ley-de-teletrabajo-cuales-son-las-principales-novedades-trabajo-remoto-home-office-nndc-noticia/?ref=ecr> [Consulta 8 de junio 2021].
- Gestión (2021). *INEI: aproximadamente 706 mil personas se quedaron sin trabajo en el primer trimestre en Lima*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/empleo-trabajo-inei-inei-aproximadamente-706-mil-personas-se-quedaron-sin-trabajo-en-el-primer-trimestre-en-lima-nndc-noticia/?ref=gesr> [Consulta 8 de junio 2021].
- Gobierno del Perú (s.f). *Registrar una Marca*. Recuperado de <https://www.gob.pe/333-registrar-una-marca-registrar-marca-de-producto-y-o-servicio>.
<https://www.bsale.com.pe/sheet/precios> [Consulta 1 de junio 2021]
- Hosting Labs (s.f). *Planes de Hosting Linux*. Recuperado de <https://www.hostinglabs.pe/web-hosting/linux/?gclid=CjwKCAjwqcKFBhAhEiwAfEr7zVqoHCovzRpM0TaW1o4Jixj>

[zHCVQ9mA0ovSNbgC7K6jvfwzVC7ZSMBoCLgsQAvD_BwE](https://www.hiraoka.com.pe/computo-y-tecnologia/computadoras/laptops/laptop-lenovo-ideapad-3-14iil05-14-intel-core-i3-1005g1-1tb-4gb-ram) [Consulta 1 de junio 2021].

- Hiraoka (2021). *Laptop Lenovo IdeaPad 3 14IIL05 14" Intel Core i3 1005G1 1TB 4GB RAM*. Recuperado de <https://hiraoka.com.pe/computo-y-tecnologia/computadoras/laptops/laptop-lenovo-ideapad-3-14iil05-14-intel-core-i3-1005g1-1tb-4gb-ram> [Consulta 1 de junio 2021].
- La República (2021). *Mas de 300.000 estudiantes abandonaron la universidad en 2020, según Minedu*. Recuperado de <https://larepublica.pe/sociedad/2021/03/19/mas-de-300000-estudiantes-abandonaron-la-universidad-en-2020-segun-minedu-atmp/> [Consulta 8 de junio 2021].
- Mercado Libre (s.f). *Mesa Para Sala De Reuniones (madera Ishpingo)*. Recuperado de <https://articulo.mercadolibre.com.pe/MPE-441108218-mesa-para-sala-de-reuniones-madera-ishpingo- JM> [Consulta 17 de junio 2021].
- MOOT Centro de Especialización Digital (s.f). *¿Cuánto puede gran un community manager?*. Recuperado de <https://mott.pe/cuanto-gana-un-community-manager#:~:text=El%20sueldo%20de%20este%20especialista,900.00%20en%20Latinoam%C3%A9rica%2C%20a%20m%C3%A1s> [Consulta 1 de mayo 2021].
- Only Domains (s.f). *Dominio de Only Practicas*. Recuperado de https://www.onlydomains.com/?gclid=CjwKCAjwm7mEBhBsEiwA_of-TGJJQA8PHhUeIPiRlvrF9QmNwBM6OuQO1PxN2tmYOidAhTGM1dIzThoCkz0QAvD_BwE [Consulta 1 de mayo 2021].
- Perú Retail (2021). *Crecimiento económico de Perú mejoraría según el Banco Mundial*. Recuperado de <https://www.peru-retail.com/crecimiento-economico-peru-mejoraria-banco-mundial/> [Consulta 8 de junio 2021].

- Promart (2021). *Silla de oficina Gama Negro*. Recuperado de <https://www.promart.pe/silla-de-oficina-gama-negro/p> [Consulta 17 de junio 2021].
- Promart (2021). *Escritorio Malaga*. Recuperado de <https://www.promart.pe/escritorio-malaga/p> [Consulta 17 de junio 2021].
- Promart (2021). *Escritorio Ele 2 cajones Vasco Nogal*. Recuperado de <https://www.promart.pe/escritorio-ele-vasco-nogal/p> [Consulta 17 de junio 2021].
- RPP (2020). *Desempleo juvenil: 560 mil jóvenes quedaron sin trabajo durante la pandemia en Lima Metropolitana, ¿cómo revertir la situación?*. Recuperado de <https://rpp.pe/economia/economia/desempleo-juvenil-560-mil-jovenes-quedaron-sin-trabajo-durante-la-pandemia-en-lima-metropolitana-como-revertir-la-situacion-inei-oit-mef-economia-reactivacion-economica-covid-19-noticia-1282234?ref=rpp>[Consulta 8 de junio 2021].
- Real Plaza (2021). *Proyector LED Unic UC68 De 1200 Lumenes con WIFI*. Recuperado de <https://www.realplaza.com/proyector-led-unic-uc68-de-1200-lumenes-con-wifi-94021/p> [Consulta 17 de junio 2021].
- Sodimac (2021). *Aire Acondicionado Split Frio/Calor 2400 BTU*. Recuperado de <https://www.sodimac.com.pe/sodimac-pe/product/3970698/Aire-Acondicionado-Split-Frio-Calor-24000-BTU/3970698> [Consulta 17 de junio 2021].
- Sodimac (2021). *Impresos Multifuncional Ecotank L3110*. Recuperado de <https://www.sodimac.com.pe/sodimac-pe/product/3982394/Impresora-Multifuncional-Ecotank-L3110/3982394> [Consulta 17 de junio 2021].
- Sodimac (2021). *Botiquín Equipado 30X40 cm*. Recuperado de <https://www.sodimac.com.pe/sodimac-pe/product/2109921/Botiquin-Equipado-30x40cm/2109921> [Consulta 17 de junio 2021].

- Sodimac (2021). *Extintores PQS ABC 6kg*. Recuperado de <https://www.sodimac.com.pe/sodimac-pe/product/251801/Extintores-PQS-ABC-6-kg/251801> [Consulta 17 de junio 2021].
- TV Perú (2021). *Minedu: tasa de deserción en la educación superior se redujo a 16.19% en el ciclo académico 2020-2*. Recuperado de <https://www.tvperu.gob.pe/noticias/nacionales/minedu-tasa-de-desercion-en-la-educacion-superior-se-redujo-a-1619-en-el-ciclo-academico-2020-2> [Consulta 8 de junio 2021].
- TAI LOY (2021). *Pizarra Laminada Blanca 0.90 X 1.50 MT*. Recuperado de <https://www.tailoy.com.pe/pizarra-laminada-blanca-090-x-150-mt-2510.html> [Consulta 17 de junio 2021].

11. ANEXOS

Anexo 1: Formato de la entrevista para validar el problema

Entrevistas a usuarios

- ¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales? porque
- ¿Alguna vez has utilizado plataformas para buscar prácticas pre y pro? y ¿me podrías mencionar cuáles son esas plataformas
- ¿Ha tenido problemas buscando prácticas laborales en estas plataformas? y me podrías decir cuales son
- ¿Cuánto tiempo te tomó encontrar prácticas laborales?
- ¿Cuándo encontraste prácticas laborales tuviste algún problema con tus estudios universitarios o de instituto? me podría decir cuales son
- Como practicante ¿Qué principales características busca de un centro de trabajo?
- ¿La poca experiencia laboral es una dificultad al encontrar trabajo? ¿por qué?
- ¿Alguna vez sintió que las empresas donde postuló discriminan a los postulantes según su Universidad de origen?

Entrevista a expertos (5)

- ¿Cuáles son las dificultades de los estudiantes universitarios de institutos al buscar prácticas laborales?
- En cuanto a las empresas ¿Cuáles son los motivos por lo que contratan estudiantes universitarios y de institutos?
- Según su experiencia ¿Cuáles son los principales errores que cometen los estudiantes a la hora de buscar prácticas pre profesionales?
- Normalmente ¿cuáles son los medios por el cual anuncia una convocatoria de prácticas laborales para su empresa?
- Según su experiencia ¿Cuáles son las principales características que espera un practicante que tenga una empresa al momento de conseguir un trabajo?
- ¿Qué opinas de las plataformas de ofertas laborales tipo: CompuTrabajo, bumeran, ¿etc.? ¿Le es útil al momento de buscar practicantes

Anexo 2: Formato de la entrevista para validar la solución

Preguntas para entrevistas a usuarios boceto

- Desde su punto de vista qué opinión tiene acerca del prototipo de página web que le acabo de mostrar
- ¿Qué le parece el nombre y el logo de nuestro prototipo?
- El prototipo mostrado ¿Se parece a alguna otra página web?
- Según lo explicado ¿Qué opina sobre las herramientas de nuestro prototipo?
- Según su opinión qué es lo que no le gusto y que es lo que más le gustó de nuestra página web
- Por último, qué nos recomendaría para poder mejorar nuestra futura página web

Preguntas para entrevistas a usuarios boceto

- Desde su punto de vista qué opinión tiene acerca del prototipo de página web que le acabo de mostrar
- ¿Qué le parece el nombre y el logo de nuestro prototipo?
- El prototipo mostrado ¿Se parece a alguna otra página web?
- Según lo explicado ¿Qué opina sobre las herramientas de nuestro prototipo, en cuanto al uso para publicar ofertas laborales y encontrar nuevos talentos?

- Según su opinión qué es lo que no le gusta y que es lo que más le gustó de nuestra página web, con respecto a publicar ofertas laborales y encontrar nuevos talentos
- Por último, qué nos recomendaría para poder mejorar nuestra futura página web desde el punto de vistas para publicar ofertas laborales y encontrar nuevos talentos

Preguntas a usuarios página en wix

- Luego de haber revisado nuestra página web qué opinión tiene acerca de only prácticas
- ¿Qué le parece el nombre y el logo de nuestra página?
- La página mostrada ¿Se parece a alguna otra página web?
- Según lo explicado ¿Qué opina sobre las herramientas de nuestra página web?
- Según su opinión qué es lo que no le gusta y que es lo que más le gustó de nuestra página web
- Por último, qué nos recomendaría para poder mejorar nuestra página web

Preguntas a experto página en wix

- Luego de haber revisado nuestra página web qué opinión tiene acerca de only prácticas
- ¿Qué le parece el nombre y el logo de nuestro prototipo?
- Según lo mostrado ¿Se parece a alguna otra página web?
- Según lo explicado Qué opina acerca de las opciones o herramientas de la aplicación, para buscar nuevos talentos o publicar ofertas laborales
- Según su opinión qué es lo que no le gusta y que es lo que más le gustó de nuestra página web, para buscar nuevos talentos o publicar ofertas laborales
- Por último, qué recomendación nos podría dar para potenciar la experiencia de este negocio

Anexo 2: Formato de la entrevista para validar el modelo de negocio

Recursos Claves

Entrevistas a profesionales en informática

1. ¿La creación de una página web en tiempo de pandemia son esenciales para un negocio que brinda un servicio?

2. ¿Qué tan importante es el software para el desarrollo de una página web?
3. Según su opinión en promedio ¿Cuánto una persona debería invertir para crear una página web?
4. ¿Qué tan importante es un programador para la creación de una página web?
5. ¿Qué tan importante es la base de datos para una página de búsqueda de ofertas laborales?

Entrevistas Estudiantes

1. ¿Cuáles son las características que buscas en una plataforma web?
2. ¿Qué opinión tiene acerca de la interfaz de una página web?
3. ¿Qué tipo de información le gustaría encontrar sobre las ofertas laborales?

Actividades Claves

Preguntas a Reclutadores

1. Según su opinión el desarrollo de una página web para un servicio que tan importante es
2. ¿Qué opinas sobre una página web que te permita conectarte con estudiantes que buscan prácticas preprofesionales?
3. Según su experiencia una campaña de comunicación en redes sociales cómo influye en la persona

Preguntas a Estudiantes

1. Qué opina de una página que solo los estudiantes universitarios y de institutos puedan conseguir prácticas preprofesionales
2. Qué opinas si al llegar a un aforo de 500 postulantes, la oferta laboral se oculte para que así, no se sobregire de competidores.
3. Cual que es la mejor alternativa para promocionar nuestra página web y porque

Socios Claves

Preguntas a Reclutadores

1. ¿Qué opinas sobre tener a la universidades e institutos como asociados?
2. ¿Qué opinas sobre formar parte de este proyecto?
3. ¿Qué tan importante son las pasarelas de pago?

Preguntas a Estudiantes 4 por persona

1. ¿Qué opinas sobre tener a tus universidades e institutos como asociados?
2. ¿Que necesitas para confiar en nuestra pasarela de pagos?
3. ¿Creen que se debería tener un filtro para las empresas? y ¿cuáles deberían ser