



**UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS**

**FACULTAD DE NEGOCIOS**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y RECURSOS HUMANOS**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

**INTERNACIONALES**

**My First Practice – Aplicativo Móvil**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

Para optar el grado de bachiller en Contabilidad y Administración

Para optar el grado de bachiller en Administración y Recursos Humanos

Para optar el grado de bachiller en Administración y Negocios Internacionales

**AUTOR(ES)**

Alfaro Salcedo, Estefany Yanina (0000-0001-9543-7712)

Perez Sarmiento, Ariana Fernanda (0000-0003-4216-2502)

Rodríguez Caceda, Miguel Hans Peter (0000-0001-9916-3042)

Rojas Zegarra, Andrea Verónica (0000-0001-5961-3504)

Santana Daza, Piero Angel (0000-0001-8280-320X)

**ASESOR**

Gallardo Valencia, Julian Federico (0000-0002-4708-4294)

Lima, 7 de Julio de 2021

## *DEDICATORIA*

*Este trabajo está dedicado en primer lugar a Dios, a nuestros familiares, amigos y todas las personas que fueron parte de estos cinco años de carrera, que a pesar de todas las dificultades ha sido un proceso lleno de enseñanzas y satisfacción, los que estuvieron apoyándonos en este largo camino y confiaron en nosotros.*

## AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer en primer lugar a Dios, porque a pesar de que no lo podamos visualizar de manera física sabemos que siempre ha estado acompañándonos y dándonos fuerza para continuar adelante.

Además, un agradecimiento especial a nuestros queridos padres por su gran sacrificio y esfuerzo que realizaron en sus respectivos trabajos; con el fin de apoyarnos para alcanzar nuestras metas profesionales; realmente este logro va dedicado a ustedes, gracias por las amanecidas y los turnos extras que tuvieron que realizar, gracias por el tiempo invertido para aconsejarnos, y sobre todo gracias por estar en los momentos más difíciles que tuvimos que afrontar durante nuestra carrera profesional.

Por último, pero no menos importante, agradecemos a nuestros docentes, y a los participantes de los experimentos realizados para validar nuestro modelo de negocio, tanto a nuestro público objetivo como a los especialistas; gracias por su tiempo, consejos, comentarios y sugerencias; realmente cada una de sus opiniones fueron de suma importancia para concluir de manera óptima nuestro trabajo de investigación.

## RESUMEN

El presente proyecto se genera a partir de la preocupación que afecta a muchos estudiantes universitarios de los últimos ciclos que no cuentan con experiencia laboral, debido a los amplios requisitos que solicitan las empresas; la falta de capacitación previa en los procesos de reclutamiento y selección para obtener el puesto de practicante, así como la dificultad de conseguir cursos que se relacionen con su profesión y que sean económicamente accesibles.

Es por eso que nuestro proyecto apuesta por la creación de una aplicación llamada My First Practice, en donde estudiantes de últimos ciclos podrán potenciar sus habilidades y especializarse más en el sector de su interés laboral, a través de la experiencia de estudiantes que ya se encuentran trabajando y, junto a la colaboración de pymes, puedan cumplir con el perfil que las empresas desean.

Este proyecto consta de dos etapas; en la primera etapa se validó el problema mediante entrevistas a nuestro público objetivo y especialistas; la segunda etapa se realizó se validó la solución con la finalidad de conocer si nuestro proyecto resulta ser viable y escalable en su ejecución.

El diferencial de la aplicación My First Practice está basada en su tecnología, una bolsa de trabajo solo con ofertas de pymes, cursos de especialización y el aprendizaje de la mano con estudiantes con experiencia laboral; el conjunto de todas estas características brinda un modelo de negocio que busca facilitar la obtención de las primeras prácticas preprofesionales.

Palabras claves: experiencial laboral, oportunidades laborales, capacitaciones, prácticas preprofesionales, aplicación, estudiantes universitarios.

## ABSTRACT

This project is generated by the concern that affects many university students of the last cycles who do not have work experience, due to the extensive requirements requested by companies; the lack of prior training in the recruitment and selection processes to obtain the position of practitioner, as well as the difficulty of obtaining courses that are related to their profession and that are economically accessible.

That is why our project supports the creation of an application called My First Practice, where final cycle students can enhance their skills and specialize more in the sector of their work interest, through the experience of students who are already working and, together with the collaboration of SMEs, can meet the profile that companies want.

This project consists of two stages; in the first stage the problem was validated through interviews with our target audience and specialists; the second stage the solution was validated in order to know if our project turns out to be viable and scalable in its execution.

The differential of the My First Practice application is based on its technology, a job board only with offers from SMEs, specialization courses and hand-in-hand learning with students with work experience; the set of all these characteristics provides a business model that seeks to facilitate the obtaining of the first pre-professional practices.

Keywords: work experience, job opportunities, training, preprofessional internships, application, university students.

## TABLA DE CONTENIDOS

1. IDEA DE NEGOCIO ESCOGIDA .....	1
2. VALIDACIÓN DEL PROBLEMA.....	1
2.1. Breve explicación del problema que se espera resolver.....	1
2.2. Diseño y guía de entrevistas de exploración .....	1
2.2.1. Entrevistas a personas del público objetivo .....	1
2.2.2. Entrevistas a expertos .....	2
2.3. Síntesis de los resultados obtenidos .....	3
2.4. Breve explicación de los hallazgos principales.....	11
2.5. Aprendizajes.....	12
2.6. Sustentación de la validación del problema .....	12
3. VALUE PROPOSITION CANVAS .....	18
3.1. Perfil del cliente .....	18
3.2. Mapa de valor.....	18
3.3. Encaje.....	20
3.4. Descripción de la propuesta de valor .....	22
3.5. Identificación de elementos diferenciales .....	22
4. BUSINESS MODEL CANVAS.....	22
4.1. BMC.....	22
4.2. Desarrollo y sustento de cuadrantes .....	23
5. VALIDACIÓN DE LA SOLUCIÓN .....	26
5.1. Validación técnica de la solución.....	26
5.1.1. Experimento 1.....	26
5.1.2. Experimento 2.....	32
5.2. Validación de la experiencia de usuario.....	39
5.2.1. Experimento 1.....	39
5.2.2. Experimento 2.....	45

6.	VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO .....	51
6.1.	Validación de canales .....	51
6.1.1.	Experimento 1 .....	51
6.2.	Validación de recursos claves .....	61
6.2.1.	Experimento 1 .....	61
6.3.	Validación de Actividades Clave .....	74
6.3.1.	Experimento 1 .....	74
6.4.	Validación de Socios Clave.....	97
6.4.1.	Experimento 1 .....	97
6.5.	Validación de estructura de costos .....	109
6.5.1.	Experimento 1 .....	109
7.	VALIDACIÓN DEL INTERÉS DE COMPRA.....	137
7.1.	Experimento 1 .....	137
7.2.	Experimento 2 .....	143
7.3.	Experimento 3 .....	149
7.4.	Experimento 4 .....	155
8.	PLAN FINANCIERO.....	161
8.1.	Proyección de ventas .....	161
8.2.	Presupuesto de inversión del proyecto .....	165
8.3.	Ingresos y Egresos.....	171
8.4.	Flujo de caja y Estado de Resultados .....	173
8.5.	Indicadores Financieros.....	177
8.6.	Financiamiento .....	179
9.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	180
9.1.	CONCLUSIONES .....	180
9.2.	RECOMENDACIONES .....	183
10.	BIBLIOGRAFÍA.....	186

11. ANEXO .....	189
-----------------	-----



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Bitácora de actividades 1 .....	26
Tabla 2. Malla receptora 1 .....	27
Tabla 3. Bitácora de actividades 2 .....	33
Tabla 4. Malla receptora 2 .....	34
Tabla 5. Bitácora de actividades 3 .....	40
Tabla 6. Malla receptora 3 .....	41
Tabla 7. Bitácora de actividades 4 .....	46
Tabla 8. Malla receptora 4 .....	47
Tabla 9. Bitácora de actividades 5 .....	52
Tabla 10. Malla receptora 5 .....	53
Tabla 11. Bitácora de actividades 6 .....	58
Tabla 12. Malla receptora 6 .....	59
Tabla 13. Bitácora de actividades 7 .....	62
Tabla 14. Malla receptora 7 .....	62
Tabla 15. Bitácora de actividades 8 .....	65
Tabla 16. Malla receptora 8 .....	66
Tabla 17. Bitácora de actividades 9 .....	70
Tabla 18. Malla receptora 9 .....	71
Tabla 19. Bitácora de actividades 10 .....	74
Tabla 20. Malla receptora 10 .....	75
Tabla 21. Bitácora de actividades 11 .....	80
Tabla 22. Malla receptora 11 .....	81
Tabla 23. Bitácora de actividades 12 .....	86
Tabla 24. Malla receptora 12 .....	87
Tabla 25. Bitácora de actividades 13 .....	92
Tabla 26. Malla receptora 13 .....	93

Tabla 27. Bitácora de actividades 14 .....	97
Tabla 28. Malla receptora 14 .....	98
Tabla 29. Bitácora de actividades 15 .....	102
Tabla 30. Malla receptora 15 .....	103
Tabla 31. Bitácora de actividades 16 .....	106
Tabla 32. Malla receptora 16 .....	107
Tabla 33. Bitácora de actividades 17 .....	110
Tabla 34. Malla receptora 17 .....	110
Tabla 35. Bitácora de actividades 18 .....	116
Tabla 36. Malla receptora 18 .....	116
Tabla 37. Bitácora de actividades 19 .....	123
Tabla 38. Malla receptora 19 .....	124
Tabla 39. Bitácora de actividades 20 .....	128
Tabla 40. Malla receptora 20 .....	128
Tabla 41. Bitácora de actividades 21 .....	131
Tabla 42. Malla receptora 21 .....	132
Tabla 43. Bitácora de actividades 22 .....	134
Tabla 44. Malla receptora 22 .....	135
Tabla 45. Bitácora de actividades 23 .....	138
Tabla 46. Malla receptora 23 .....	139
Tabla 47. Bitácora de actividades 24 .....	144
Tabla 48. Malla receptora 24 .....	145
Tabla 49. Bitácora de actividades 25 .....	150
Tabla 50. Malla receptora 25 .....	150
Tabla 51. Bitácora de actividades 26 .....	156
Tabla 52. Malla receptora 26 .....	157
Tabla 53. Registro de Intención de Compras .....	162

Tabla 54. Cantidad de usuarios registrados por planes.....	162
Tabla 55. Crecimiento de usuarios interesados en la aplicación por semanas.....	163
Tabla 56. Proyección de ventas a partir de regresión lineal por planes.....	163
Tabla 57. Proyecciones de ventas- planes.....	164
Tabla 58. Proyecciones de ventas- precios.....	164
Tabla 59. Proyecciones de ventas- ingresos.....	164
Tabla 60. Ingresos por tres años de operación.....	165
Tabla 61. Inversión en activos intangibles.....	169
Tabla 62. Inversión en activos tangibles.....	170
Tabla 63. Alquiler de oficina.....	170
Tabla 64. Inversión en materiales de oficina.....	170
Tabla 65. Inversión en materiales de limpieza.....	171
Tabla 66. Cuadro de tarifas de los planes de servicio de My First Practice.....	171
Tabla 67. Cuadro de egresos a incurrir en My First Practice.....	173
Tabla 68. Capital de Trabajo Neto del proyecto.....	174
Tabla 69. Flujo de caja del primer año.....	175
Tabla 70. Flujo de caja de los 3 años de operación.....	176
Tabla 71. Estado de resultados del primer año de operación.....	177
Tabla 72. Cálculo del VAN del primer año del proyecto.....	177
Tabla 73. Cálculo del VAN de acuerdo con el horizonte del proyecto.....	178
Tabla 74. Punto de equilibrio.....	178

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa de Valor .....	18
Figura 2. Value Proposition Canvas .....	20
Figura 3. Business Model Canvas.....	23
Figura 4. Primer prototipo My First Practice.....	31
Figura 5. Cotización Wolf’s Gate Tech .....	32
Figura 6. Segundo prototipo My First Practice.....	37
Figura 7. Cotización Icebull Tech Solutions propuesta 1 .....	38
Figura 8. Cotización Icebull Tech Solutions propuesta 2 .....	39
Figura 9. Primer prototipo My First Practice experimento 2.....	45
Figura 10. Segundo prototipo My First Practice experimento 2.....	51
Figura 11. Landing Page .....	56
Figura 12. Página de Instagram .....	56
Figura 13. Página de Facebook.....	57
Figura 14. Requisitos de cursos especializados .....	68
Figura 15. Ofertas Laborales de grandes empresas. ....	73
Figura 16. Ofertas Laborales de Mypes .....	73
Figura 17. Ofertas Laborales 1.....	85
Figura 18. Ofertas laborales 2.....	85
Figura 19. Tarifario Google Ads.....	91
Figura 20. Tarifario Facebook Ads.....	91
Figura 21. Segundo prototipo de My First Practice.....	113
Figura 22. Cotización de la aplicación.....	114
Figura 23. Segunda cotización de la aplicación.....	115
Figura 24. Cotización Wolfs Gate Tech. ....	115
Figura 25. Objetivo de la publicidad Facebook .....	121
Figura 26. Objetivo de la publicidad en Instagram.....	122

Figura 27. Presupuesto de promoción en Instagram .....	122
Figura 28. Publicidad del webinar en Instagram .....	141
Figura 29. Publicidad del webinar en Facebook .....	141
Figura 30. Comprobantes de pago por el webinar dictado .....	142
Figura 31. Nivel de satisfacción de la clase dictada .....	142
Figura 32. Distribución porcentual de planes de suscripción según preferencia .....	143
Figura 33. Distribución porcentual de recomendación según los estudiantes .....	143
Figura 34. Tráfico de visitas al landing page a lo largo del tiempo.....	148
Figura 35. Sitios referentes y retención de visitas en el landing page .....	149
Figura 36. Correos electrónicos obtenidos a través del landing page.....	149
Figura 37. Publicación de registro en Facebook.....	153
Figura 38. Publicación de registro en Instagram .....	153
Figura 40. Resultados en Google Forms.....	154
Figura 41. Planes más solicitados por los usuarios.....	155
Figura 42. Comentarios en Instagram sobre los beneficios de la aplicación.....	159
Figura 43. Comentario sobre la aplicación en Facebook.....	160
Figura 44. Mensajes directos de My First Practice.....	160
Figura 45. Buzón de mensajes en las redes sociales de My First Practice .....	161
Figura 46. Distribución de preferencias de planes por parte de usuarios .....	162
Figura 47. Cotización de Wolf’s Gate Tech para la elaboración de la aplicación móvil .....	166
Figura 48. Cuadro de requisitos para obtener RUC como persona jurídica según SUNAT..	167
Figura 49. Información sobre marcas mixtas según INDECOPI.....	167
Figura 50. Información sobre las tarifas del registro de una marca en INDECOPI .....	168
Figura 51. Costo de publicación de una aplicación en Google Play Store .....	168
Figura 52. Monto total en dólares de los accionistas .....	179

## **1. IDEA DE NEGOCIO ESCOGIDA**

La idea de negocio consiste en generar una App, llamada “My First Practice”, en donde estudiantes de últimos ciclos (8vo, 9no y 10mo) puedan potenciar sus habilidades y especializarse más en el sector de interés laboral, mediante la experiencia de estudiantes que ya se encuentran laborando y, junto a la colaboración de MYPES, puedan cumplir con el perfil que las empresas desean. Los ingresos serán por suscripciones, en este caso, se contará con tres planes: básico, estándar y premium.

## **2. VALIDACIÓN DEL PROBLEMA**

### **2.1. Breve explicación del problema que se espera resolver**

Debido a la falta de información y/o capacitación acerca de la vida laboral, requisitos laborales y demás, existen estudiantes universitarios de últimos ciclos que no saben cómo utilizar herramientas que potencien sus habilidades, se les es difícil conseguir prácticas preprofesionales, o incluso, no se atreven a postular a puestos en los que se encuentran interesados. En base a esto, el problema resulta ser la dificultad por parte de los estudiantes sin experiencia laboral por conseguir sus primeras prácticas pre - profesionales.

### **2.2. Diseño y guía de entrevistas de exploración**

Para recopilar información se planteó una guía de preguntas para el público objetivo, estudiantes de últimos ciclos de la universidad sin experiencia laboral; y expertos, profesionales en recursos humanos.

#### **2.2.1. Entrevistas a personas del público objetivo**

- Me podrías comentar ¿qué acciones implementas para buscar prácticas preprofesionales? ¿qué tal te ha ido al ejecutarlas?
- ¿A través de qué medios o plataformas sueles postular? Entre todas las mencionadas, ¿cuál ha sido de tu mayor agrado? y ¿qué es lo mejor que puedes rescatar de ese medio/plataforma?
- Aproximadamente, en el presente año a cuántas ofertas laborales postulaste, y del total de tus postulaciones, ¿cuántas empresas se comunicaron contigo?
- ¿De qué forma recibes orientación y capacitación para mejorar tu búsqueda de prácticas preprofesionales?
- ¿Llevaste cursos para potenciar tus habilidades profesionales? En caso sea así, nos podrías comentar cómo era el proceso de aprendizaje

- En las ofertas laborales a las cuales postulas, ¿Cuáles son los requisitos indispensables más frecuentes que suelen exigir?
- ¿Cuáles consideras que fueron los principales motivos por el cual no conseguiste obtener la vacante de practicante preprofesional en las empresas que postulaste?
- ¿Alguna vez tuviste que afrontar un proceso de selección complicado? En caso fuera así, nos podrías contar cómo fue.
- ¿Alguna vez has postulado a ofertas laborales que no se relacionen con tu carrera profesional? En caso fuera así, nos podrías comentar cuáles fueron los motivos que te llevaron a realizar dicha acción.
- ¿Alguna vez tuviste una mala experiencia durante un proceso de selección? En caso fuera así, nos podrías comentar qué ocurrió
- Nos podrías comentar qué sensaciones te genera no obtener una práctica preprofesional.
- Y, por último, nos podrías detallar la última entrevista o evaluación que realizaste durante tu proceso de obtención de prácticas profesionales.

### **2.2.2. Entrevistas a expertos**

- ¿Cómo es el proceso de reclutamiento y selección que suele emplear con los practicantes?
- ¿Cuáles son los requisitos más importantes con los que debe cumplir un practicante?
- ¿Cuáles consideras que son las nuevas habilidades interpersonales que debe desarrollar todo practicante?
- ¿Cuáles son los cursos indispensables con los que debe contar todo practicante hoy en día?
- ¿Cuáles son los medios o las plataformas por las cuales recibe una mayor cantidad de postulación de practicantes? ¿Cuál de ellas recomendaría? ¿Por qué?
- ¿Qué estrategias laborales considera que deben ser indispensables para un estudiante que desea empezar sus prácticas preprofesionales?
- En su opinión, ¿Cuáles son los aspectos más importantes en un CV?
- ¿Cuáles consideras que son los errores más frecuentes que cometen los practicantes en una entrevista?
- ¿Consideras que los procesos de selección, debido a la coyuntura, se han vuelto más exigentes? ¿Por qué?
- ¿Qué recomendaciones le darías a los estudiantes universitarios que están en búsqueda de sus primeras prácticas preprofesionales?

## 2.3. Síntesis de los resultados obtenidos

### i) Público objetivo

#### ● **Resultados Entrevista 1:**

Georgesua mencionó que la estrategia que utiliza es la búsqueda constante de sus prácticas preprofesionales en páginas como CompuTrabajo, Laborum, LinkedIn y las bolsas de labores de la universidad; siendo Laborum su plataforma preferida debido a que notifica vía correo sobre las ofertas laborales disponibles y por su variedad de filtros de búsqueda. En el presente año postuló a más de 150 ofertas laborales de empresas de grandes corporaciones, pero ninguna lo contacto. El comentó que a través de los consejos de sus amigos con experiencia laboral y de sus docentes recibe una mejor orientación y capacitación en su búsqueda de prácticas. Además, suele matricularse en cursos de ofimática, idiomas y cursos especializados en su carrera para potenciar su hoja de vida. Asimismo, el entrevistado manifestó su preocupación y frustración por aún no obtener su primera práctica, él considera que los principales factores se deben al requisito mínimo de experiencia y a programas de ofimática cada vez más especializados y nuevos.

#### ● **Resultados entrevista 2:**

Giancarlo comentó que CompuTrabajo es la mejor opción para buscar una práctica debido a la constante comunicación que mantiene aquellas plataformas con todos sus usuarios a través de los correos personales; en el presente año postuló a más de 90 ofertas de trabajo de grandes empresas, pero ninguna comunicó con él; esto lo hizo sentir preocupado y frustrado. Él considera que las principales razones de no obtener una práctica preprofesional son: la falta de experiencia en entrevistas laborales y el nivel de competencia entre postulantes, por su alto nivel de educación en cursos especializados en su carrera; hasta el momento no ha tenido la oportunidad de participar en un proceso de selección.

#### ● **Resultados entrevista 3:**

Hugo comentó que LinkedIn es su mejor opción para la búsqueda de prácticas preprofesionales porque se puede entablar fácilmente con empresas y personas laborando a través de su chat de mensajes integrado que posee, así como su búsqueda específica a través de filtros. El postuló en el presente año alrededor de 50 ofertas laborales de grandes empresas, en las cuales en ninguna logró obtener la práctica sintiéndose muy preocupado, puesto que es un requisito para llegar a ser un profesional. El considera que los motivos de no conseguir una práctica son: la experiencia laboral previa y el manejo de programas especializados. Por ello, invierte dinero



en cursos de ofimática e idiomas, pero considera que son muy generales y no tan especializados en su carrera. Finalmente, recibe consejos de sus amigos con experiencia laboral para mejorar su búsqueda de prácticas.

- **Resultados entrevista 4:**

Almendra comentó que CompuTrabajo y LinkedIn son sus mejores opciones para la búsqueda de prácticas, puesto que los correos y avisos de ofertas se notifican más rápido y porque posee más filtros de búsqueda. Ella hasta el momento no cuenta con una experiencia laboral y siente mucha presión y depresión, puesto que sus compañeros ya encontraron un trabajo y ella aún no. Además, en el presente año postuló a más de 70 ofertas laborales de empresas multinacionales, pero ninguna la contrató; ella considera que el principal motivo se debe a que hay postulantes más capacitados en ofimática e idiomas especializados que cumplen mejor los requisitos de la empresa. Por tal motivo, ha pagado por cursos de Excel e inglés, pero considera que son muy genéricos y no tan especializados en su carrera. Por último, comentó que recibe sugerencias de sus familiares y amigos con experiencia laboral para mejorar su búsqueda de prácticas.

- **Resultados entrevista 5:**

Daniel comentó que LinkedIn es su mejor opción de búsqueda de prácticas preprofesionales, ya que publica sus avisos de ofertas laborales con información detallada. En el presente año postuló a más de 120 ofertas laborales de grandes compañías, pero ninguna se comunicó con él, esto le genera una gran preocupación porque no va a poder graduarse sino cumple dicho requisito de obtención de prácticas. Él considera que la experiencia previa y el alto nivel de requisitos educativos son los principales motivos por los cuales no obtiene una práctica. Por ello, se ha matriculado en cursos muy demandados hoy en día por las empresas, tales como Power BI y Excel avanzado. Por último, recibe orientación de sus amigos con experiencia laboral, familiares y docentes para mejorar su búsqueda de prácticas.

- **Resultados entrevista 6:**

Jans comentó que CompuTrabajo y LinkedIn son sus mejores formas para buscar prácticas preprofesionales debido a la función que cumple respecto a los avisos de ofertas laborales y a las redes que se construyen. El postuló alrededor de 90 ofertas de trabajo de grandes empresas en el presente año, pero ninguna se comunicó con él, lo que le genera preocupación por no conseguir prácticas; él considera que el alto nivel de exigencia en conocimientos es el motivo

por el cual no consigue prácticas. Por tal motivo, se ha inscrito en cursos de ofimática e idiomas, pero considera que los temarios no son muy especializados en su carrera. Por último, mejora su búsqueda de prácticas a través de la orientación de amigos con experiencia laboral y docentes.

- **Resultados entrevista 7:**

Miguel comentó que LinkedIn es su mejor opción para buscar prácticas porque tiene una mayor facilidad de conseguir contactos que le ayuden a crecer profesionalmente y por su detallado filtro de búsqueda de empleo. Actualmente ha postulado a 60 empresas, pero solo 3 empresas MYPES se comunicaron con él, y ninguna empresa lo contrató. El suele orientarse a través de sus amigos con experiencia para potenciar su búsqueda de prácticas. Además, manifestó su sentimiento de estrés por no conseguir prácticas. El considera que el alto nivel de requisitos de educación que solicitan las empresas es el principal motivo por el cual no obtiene prácticas. Por ello, se ha inscrito en cursos de ofimática e idioma, pero considera que son muy genéricos y no tan especializados en su profesión.

- **Resultados entrevista 8:**

John mencionó que CompuTrabajo y Bumeran es su mejor opción para encontrar prácticas, puesto que ofrecen puestos que se adecuan a su CV, así como un filtro de búsqueda específico de ofertas laborales. El postuló a 16 empresas, y solo 4 empresas MYPES se comunicaron con él, pero ninguna lo contrató, él considera que el alto nivel de programas de computación que solicitan y la experiencia laboral previa son los principales motivos por los cuales no obtiene una práctica aún; no obtener una práctica aún lo hace sentir desesperado porque piensa que está perdiendo tiempo al no aprovechar y expandir sus conocimientos a través de la vida laboral. Asimismo, comentó que ha adquirido consejos sobre empleabilidad de compañeros universitarios, así como también de familiares con experiencia. Además, está llevando cursos como inglés para mejorar su CV, menciona que llevó también un curso de ofimática para reforzar su conocimiento, pero considera que los cursos a los cuales se matriculó no eran tan especializados en su carrera como él consideraba.

- **Resultados entrevista 9:**

Cristina comentó que Bumeran es su mejor opción para la búsqueda de prácticas debido a la gran cantidad de ofertas laborales que anuncian y por su gran filtro de búsqueda de ofertas de empleo. En el presente año se postuló a 200 ofertas laborales, de las cuales solo 2 empresas

mypes se comunicaron con ella, pero ninguna la contrató. Ella considera que los principales motivos por los cuales no obtiene una práctica son los requisitos en diversos programas de software y el alto nivel de experiencia laboral. Por ello, se ha inscrito en cursos de Excel e inglés para potenciar su hoja de vida. Por último, ella manifestó su gran preocupación y desesperación por no obtener prácticas aún, que se ha visto obligada a empezar a postular a ofertas laborales que no se relacionen con su carrera.

- **Resultados entrevista 10:**

Richard comentó que la bolsa de trabajo de su universidad es su mejor opción para buscar prácticas porque considera que las ofertas laborales que se publican son más exclusivas, ya que solo es para alumnos de la Universidad. En el presente año postuló a 20 ofertas laborales de grandes empresas, pero no logró ser seleccionado para el puesto. El considera que los conocimientos en distintos programas de cómputo y la experiencia previa son las principales barreras por las que no consigue una práctica. Por ello, se ha inscrito en cursos de ofimática para potenciar su CV. Por último, comentó que siente frustración y preocupación por no lograr obtener un puesto de practicante preprofesional.

- **Resultados entrevista 11:**

Liliana comentó que la bolsa de trabajo de su universidad es donde obtiene mejores resultados al momento de buscar prácticas preprofesionales. En el presente año postuló a más de 30 ofertas laborales, en su mayoría de grandes empresas, en las cuales solo 2 se comunicaron con ella, pero lamentablemente no fue seleccionada. Ella mencionó que el principal motivo por el cual no obtiene prácticas es debido a su poco conocimiento en programas de ofimática especializados y la falta de experiencia laboral previa. Asimismo, mencionó que sentía una gran frustración y preocupación ya que tiene cumplir con sus prácticas para poder egresar de la carrera. Por último, mencionó que no recibe ayuda para capacitarse en la búsqueda de prácticas preprofesionales; sin embargo, comentó que se inscribió en cursos de ofimática, principalmente Excel y Power Bi para potenciar su CV.

- **Resultados entrevista 12:**

Carolina comentó que hace poco realizó su CV para comenzar sus prácticas preprofesionales, el cual lo publicaba en la página de la universidad; además de llevar cursos por internet. Ella ha utilizado plataformas como CompuTrabajo y LinkedIn, en donde la mayor parte de sus postulaciones solo le recibirán su perfil, más nunca se contactaron con ella. Se ha presentado a

muchas propuestas, pero hasta el momento no la han llamado. Entre los cursos potenciados ha llevado liderazgo, e-commerce y Excel, los cuales le han nutrido lo suficiente para sentirse más preparada. Por otro lado, comenta que la experiencia laboral es un requisito indispensable, y es la razón por la cual no ha podido ser seleccionada. El hecho de no contar con prácticas la tiene hasta el momento deprimida.

- **Resultados entrevista 13:**

Nahomi comenta que conoce Bumeran, CompuTrabajo y LinkedIn. Y la que más le gusta es la primera de estas, lo que más resaltada es que se puede subir videos y envían notificaciones de ofertas laborales, así como su búsqueda detallada mediante el filtro de búsqueda de puestos de trabajo disponibles. El presente año ha enviado a diversas empresas su CV, sin embargo, al estar en Tumbes no le ha permitido seguir a otras etapas de la selección. No obstante, ha llevado cursos de SAP y Excel para potenciar su CV. Para ella, lo que más piden las empresas son experiencia, inglés intermedio y skills. En la última empresa que postuló, no se pudo concretar la oferta laboral, ya que requerían que ella esté a tiempo completo, mientras que en otras ofertas fue por no tener la experiencia mínima necesaria. Con respecto a sus sensaciones, menciona que siente angustia ya que ve a otros amigos que ya se encuentran trabajando; además, este es un requisito indispensable para poder graduarse.

- **Resultados entrevista 14:**

Valeria pública su información personal y educativa en páginas especializadas en ofrecer ofertas laborales; además, estos datos los mantiene actualizados, y por el momento no ha encontrado trabajo. Ella conoce plataformas como CompuTrabajo, Bumeran, LinkedIn y la bolsa de trabajo de la universidad y grupos de Facebook. En el presente año, no ha buscado tantas ofertas de trabajo, ya que el sector hotelero se encuentra muy golpeado por la pandemia. Valeria, además menciona, que no ha recibido capacitación, pero trata de guiarse de videos en Tik Tok o ver qué tips dan en LinkedIn. Por el momento, ha recibido cursos de Excel e idiomas para poder potenciar su CV, sin embargo, dichos cursos no fueron tan especializados en su carrera profesional como ella supuso. Por último, menciona que lo que más buscan las empresas es Excel, SAP, inglés y experiencia previa.

- **Resultados entrevista 15:**

Estefany comentó que su plataforma favorita para conseguir prácticas es LinkedIn porque la red de contacto con empresas y profesionales es mucho más cercana. Además, manifiesta que

lleva cursos de especialización de programas más demandados en el mercado como Excel, así como también diversas especializaciones en temas de marketing y negocios internacionales. Por otra parte, manifiesta que los requisitos más importantes para las empresas en los procesos de selección es el uso de diversos programas de ofimática, así como también la experiencia en el sector, lo que hace mucho más complicado lograr obtener practicas preprofesionales, ya que existe mucha demanda y muchas personas más capacitadas en diversos programas. Por último, Estefany comenta que se siente ansiosa y estresada en la búsqueda de prácticas preprofesionales debido a que compara su situación con la de sus demás compañeros que cuentan con experiencia laboral y trata de investigar lo que le falta hacer para cumplir con todos los requisitos que las empresas solicitan.

- **Resultados entrevista 16:**

Rosmery comenta que Bumeran es su mejor opción para buscar prácticas, ya que tiene más filtros para buscar ofertas de trabajo y permite ver requisitos. No ha postulado a ningún trabajo relacionado a su carrera. Actualmente, se encuentra estudiando Office y Excel Avanzado. Nunca recibió capacitación o ayuda para realizar su CV, todo lo realizó sola. Ella considera que lo que más piden las empresas es experiencia, este es el principal motivo por el cual no la contratan; además, no tiene los suficientes conocimientos en informática. Por último, comenta que se siente frustrada al no encontrar prácticas.

- **Resultados entrevista 17:**

María Fernanda comenta que, según su carrera, arquitectura, es más sencillo postular mediante convocatorias de profesores y mediante páginas de Instagram de estudios de arquitectura. En el presente año, no ha podido postular a muchas ofertas de trabajo, ya que sus proyectos demandan mucho tiempo; además, sigue perfeccionando sus habilidades en programas como Photoshop y AUTOCAD. La única guía que ha tenido al presentarse a diversos trabajos previamente son el CV y su portafolio. No tener sus prácticas preprofesionales la hacen sentirse triste, ya que no considera que se está desarrollando profesionalmente.

- **Resultados entrevista 18:**

André comenta que ingresa a sitios web de bolsas de trabajo como CompuTrabajo y Bumeran debido a su gran cantidad de filtros de búsqueda para ofertas de empleo; además envía su CV a diversas ofertas de trabajo que encuentra, las cuales solo lo llamaron entre 10 y 15 empresas. Al tener un poco de experiencia trabajando en áreas no relacionadas a su carrera, puede guiarse

de las recomendaciones brindada por ellos; asimismo, su universidad realizó charlas para guiar a sus estudiantes a la vida laboral. Por otro lado, comenta que muchas empresas piden el lenguaje informático y el manejo de programas de software y dominio de inglés. Con respecto a sus emociones, comenta que es tedioso seguir formándose sin experiencia laboral y eso lo hace sentir ansioso sobre su futuro.

- **Resultados entrevista 19:**

Las acciones que implementa Claudia son recurrir a LinkedIn debido a su facilidad de conectar con empresas y su gran filtro de búsqueda de prácticas preprofesionales. En el presente año, ha postulado a 8 empresas, pero no ha recibido respuesta alguna; la única guía que ha podido tener son videos de YouTube y algunas charlas. Considera que las empresas son muy exigentes con la experiencia laboral; y es por ello, hasta el momento no ha podido conseguir algo. Por último, el no laborar le genera estrés y preocupación, ya que este es requisito para egresar.

- **Resultados entrevista 20:**

Piero comenta que se mantiene atento a toda oferta de empleo, tanto en Bumeran como la bolsa de trabajo de la universidad. Por el momento, no ha encontrado en donde realizar prácticas preprofesionales, y considera que las empresas valoran más las notas que las habilidades blandas. Hasta el momento, solo ha recurrido a buscar información autónomamente para enriquecer su CV, ya que no ha encontrado a personas que lo guíen. Por último, mencionó sentirse deprimido de no tener un trabajo aún, ya que las empresas alimentan mucho el prejuicio que solo los de altas notas son los mejores en adaptarse.

- ii) **Especialistas en recursos humanos**

- **Resultados entrevista 1:**

Sebastián menciona que, al momento de seleccionar practicantes, primero se comunican con el área respectiva del puesto laboral para que le brinde información acerca del perfil solicitado para publicarlo en la bolsa de trabajo. Menciona que utiliza bolsas de trabajo universitarias y plataformas como LinkedIn para llegar a los postulantes que encajan con el puesto solicitado. Menciona que los principales requisitos que buscan en los postulantes son la adaptación al cambio y la capacidad de aprender. Asimismo, nos explica que los cursos indispensables que deben dominar los postulantes son el dominio del idioma inglés y programas como SAP, Power BI y Excel. Propone como estrategias para encontrar trabajo la adecuada presentación del CV, así como también especificar el área de trabajo de mayor interés. Menciona también que es

fundamental mencionar la experiencia personal como voluntariado o negocios familiares en su CV, ya que el reclutador quiere observar los conocimientos adquiridos a lo largo de las experiencias vividas.

- **Resultados entrevista 2:**

Eduardo menciona que selecciona a los practicantes de acuerdo con sus habilidades, carrera y el ciclo en el que se encuentra. Asimismo, menciona que las principales capacidades que busca en los postulantes son el trabajo en equipo, una buena comunicación y la disposición de aprender. Considera que los cursos indispensables que debe dominar un practicante son el idioma del inglés y el programa Excel. Nos comenta que deben incluir en su CV los logros conseguidos en concursos o deportes para brindar al reclutador cualquier información relevante. Además, comentó que el mal desenvolvimiento es el error principal que cometen los postulantes que afecta de manera negativa en su proceso. Finalmente, recomienda capacitarse continuamente y seguir expandiendo los conocimientos para tener una ventaja en los siguientes procesos.

- **Resultados entrevista 3:**

Cristina nos comenta que el área correspondiente les brinda el requerimiento para poder publicar el puesto solicitado en plataformas como CompuTrabajo, LinkedIn y hasta incluso en redes sociales como Instagram, en los cuales existen páginas enfocadas en publicar ofertas laborales para practicantes. Luego de seleccionar a quienes encajan en el perfil solicitado, pasan por una entrevista grupal y finalmente por entrevistas individuales. Menciona que los principales requisitos que busca en los practicantes son la adaptación al cambio, la proactividad y el trabajo en equipo. Nos comenta también que el programa Excel es fundamental para desarrollarse sin problemas en las áreas de trabajo. Nos menciona que le da gran importancia a la plataforma de LinkedIn por ofrecer múltiples funciones. Nos comenta también que el CV de los practicantes debe incluir experiencias como voluntariado o talleres ya que esta información es muy relevante para los reclutadores. Finalmente, recomienda a los postulantes no perder la motivación, sino por el contrario, seguir capacitándose para poder aprovechar el tiempo a lo largo de su etapa de estudios.

- **Resultados entrevista 4:**

Joel nos comenta que el proceso de selección de un practicante para el Estado es a través de las plataformas de las mismas entidades. Entre los requisitos que considera más importantes con

el cual todo practicante debe contar son: estar en un nivel de formación que le permita desenvolverse con mayor capacidad, es decir, últimos ciclos de carrera, contar con conocimientos intermedios de ofimática e idiomas. Entre las habilidades blandas, mencionó que es relevante que se trabaje en equipo, desarrollar la tolerancia y estar en continuo aprendizaje. Además, nos menciona que un correcto CV debe tener datos precisos. Por último, mencionó que entre los errores más frecuentes están un mal llenado de CV, y en el caso de entrevistas, mienten en cuanto a su disponibilidad y que suelen ponerse nerviosos cuando se le pregunta sobre sus fortalezas y debilidad.

- **Resultados entrevista 5:**

Claudia nos comenta que suele utilizar Hiring Room y LinkedIn para reclutar practicantes preprofesionales. Ella nos comentó que las principales habilidades que se busca en un practicante son: vocación por el servicio, proactividad, responsabilidad y rápido aprendizaje. La especialista comentó que la mala ortografía en el CV y mentir con su información personal son los errores que suelen cometer los practicantes. Asimismo, recomienda no omitir experiencias, voluntariados, habilidades o premios que han logrado por el simple hecho de que no lo consideran relevante, pues para un reclutador cualquier logro, así sea el más mínimo es importante porque permite conocer mejor a los postulantes. Por último, para lograr obtener una práctica, la especialista sugiere que los practicantes se inscriban en cursos de ofimática e inglés especializadas en sus respectivas carreras, así como tener mucha perseverancia.

#### **2.4. Breve explicación de los hallazgos principales**

- **Público objetivo**

Se ha logrado validar que nuestro público objetivo tiene el problema de la dificultad para encontrar prácticas preprofesionales. Hoy en día, resuelven dicho problema postulando en portales de empleo virtuales, principalmente LinkedIn y Bumeran, debido a su facilidad de conexión con empresas y profesionales, así como sus diversos filtros de búsqueda que les permite encontrar ofertas laborales que se adecuan mejor a su CV. Asimismo, se inscriben en cursos, principalmente de ofimática e idiomas, pero muchos han sentido que han sido cursos muy generales, y no tan especializados en su profesión; también se identificó que suelen recibir orientación en su búsqueda de prácticas preprofesionales por parte de sus amigos con experiencia laboral; además nuestro público objetivo suele postular a grandes empresas. Por último, se encontró que la frustración, depresión, preocupación y ansiedad son los principales sentimientos que les genera no conseguir aún prácticas.



- **Especialistas en recursos humanos**

A través de los especialistas se pudo validar que la falta de especialización en cursos de ofimática e idiomas, la experiencia previa, los errores ortográficos en el CV, el mal desenvolvimiento durante las evaluaciones de selección, el engaño durante las entrevistas y la omisión de habilidades, premios o voluntariados en el CV, ocasiona que nuestro público objetivo no pueda conseguir prácticas preprofesionales. Por ello, los especialistas recomiendan inscribirse en cursos de especialización y buscar capacitaciones a través de personas con experiencia laborales previas para que les brinden una mejor orientación de cómo presentar un adecuado CV y cómo desenvolverse óptimamente en un proceso de selección. Además, los especialistas comentaron que las principales habilidades que busca en un practicante son: proactividad, disposición para aprender, trabajo en equipo y adaptación al cambio. Por último, recomiendan a los practicantes no perder la motivación y tener mucha persistencia.

## **2.5. Aprendizajes**

Durante las entrevistas a nuestro público objetivo y especialistas se identificaron una serie de componentes que ayudarían a disminuir la dificultad que posee nuestro público objetivo para obtener prácticas preprofesionales. A continuación, mencionaremos los pivots a realizar encontrado en cada tipo de persona de estudio:

- **Público objetivo**

- Incluir filtros de búsqueda que faciliten identificar las ofertas laborales que sean compatibles con los CV.
- Crear una bolsa de trabajo enfocada exclusivamente en ofertas laborales de medianas y pequeñas empresas (mypes).
- Implementar un mecanismo de enseñanza, en el cual solo estudiantes con experiencia laboral orienten a estudiantes sin experiencia laboral.
- Implementar un canal por el cual profesionales y empresas se puedan conectar con estudiantes universitarios sin experiencia laboral.

- **Especialistas en recursos humanos**

- Dictar cursos especializados en las carreras que estudian cada uno de nuestros clientes.
- Incorporar en los planes de tarifa las capacitaciones y orientaciones en la presentación del CV y de cómo desenvolverse correctamente en una entrevista laboral.

## **2.6. Sustentación de la validación del problema**

i) **Entrevistas al público objetivo:**

● Entrevista N°1 – Público Objetivo

**Entrevistado:** Georgesua Chávez Chalco

**Carrera:** Administración y Negocios Internacionales – VIII Ciclo

**Universidad o Instituto:** Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)

**Link de la entrevista:** [https://youtu.be/v3Y\\_teNdZ4s](https://youtu.be/v3Y_teNdZ4s)

**Nombre y apellido del entrevistador:** Piero Santana Daza

● Entrevista N°2 – Público Objetivo

**Entrevistado:** Giancarlo Lujan Caballero

**Carrera:** Administración de Negocios Internacionales – IX Ciclo

**Universidad o Instituto:** Universidad San Martín de Porres (USMP)

**Link de la entrevista:** [https://youtu.be/8BL\\_Kzx0taQ](https://youtu.be/8BL_Kzx0taQ)

**Nombre y apellido del entrevistador:** Piero Santana Daza

● Entrevista N°3 – Público Objetivo

**Entrevistado:** Hugo Rojas Da Silva

**Carrera:** Administración y Negocios Internacionales – VIII Ciclo

**Universidad o Instituto:** Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/1N9nWEVhddk>

**Nombre y apellido del entrevistador:** Piero Santana Daza

● Entrevista N°4 – Público Objetivo

**Entrevistado:** Almendra Carrión Navarro

**Carrera:** Administración – VIII Ciclo

**Universidad o Instituto:** Universidad ESAN

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/1OzrL6UaUEs>

**Nombre y apellido del entrevistador:** Piero Santana Daza

● Entrevista N°5 – Público Objetivo

**Entrevistado:** Daniel Vásquez Izquierdo

**Carrera:** Administración y Marketing – VIII Ciclo

**Universidad o Instituto:** Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)

**Link de la entrevista:** [https://youtu.be/he\\_bzGeUAbY](https://youtu.be/he_bzGeUAbY)

**Nombre y apellido del entrevistador:** Piero Santana Daza

- Entrevista N°6 – Público Objetivo

**Entrevistado:** Jans Sánchez Benítez

**Carrera:** Contabilidad – VII Ciclo

**Universidad o Instituto:** Universidad Privada Antenor Orrego - Trujillo (UPAO)

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/qN8jqOnz7hs>

**Nombre y apellido del entrevistador:** Piero Santana Daza

- Entrevista N°7 – Público Objetivo

**Entrevistado:** Miguel Tamayo Torres

**Carrera:** Administración y Recursos Humanos - X ciclo

**Universidad o Instituto:** Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas - UPC

**Link de la entrevista:** <https://www.youtube.com/watch?v=ChvK6SZxXrE>

**Nombre y apellido del entrevistador:** Estefany Alfaro Salcedo

- Entrevista N°8 – Público Objetivo

**Entrevistado:** John Villavicencio Mendoza

**Carrera:** Ingeniería de Sistemas - VII ciclo

**Universidad o Instituto:** Universidad Tecnológica del Perú - UTP

**Link de la entrevista:** <https://www.youtube.com/watch?v=f8S7TSuhCzw>

**Nombre y apellido del entrevistador:** Estefany Alfaro Salcedo

- Entrevista N°9 – Público Objetivo

**Entrevistado:** Cristina Pérez Ospina

**Carrera:** Finanzas - VIII Ciclo

**Universidad o Instituto:** Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP)

**Link de la entrevista:** <https://www.youtube.com/watch?v=HeqPbPeZYs0>

**Nombre y apellido del entrevistador:** Andrea Rojas Zegarra

- Entrevista N°10 – Público Objetivo

**Entrevistado:** Richard Gálvez Toribio

**Carrera:** Ingeniería Industrial - X Ciclo

**Universidad o Instituto:** Universidad de Lima

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/KsTdMDyMRzQ>

**Nombre y apellido del entrevistador:** Andrea Rojas Zegarra

- Entrevista N°11 – Público Objetivo

**Entrevistado:** Liliana Álvarez Villa

**Carrera:** Administración y Negocio Internacionales - IX Ciclo

**Universidad o Instituto:** Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/zPy2idr2E7M>

**Nombre y apellido del entrevistador:** Andrea Rojas Zegarra

- Entrevista N°12 – Público Objetivo

**Entrevistado:** Carolina Herrera Cuba

**Carrera:** Administración y Negocio Internacionales - IX Ciclo

**Universidad o Instituto:** Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/ZmufAshHG5k>

**Nombre y apellido del entrevistador:** Ariana Perez Sarmiento

- Entrevista N°13 – Público Objetivo

**Entrevistado:** Nahomi Ascencio Polo

**Carrera:** Administración y Negocio Internacionales - IX Ciclo

**Universidad o Instituto:** Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/YmK7a1xU0KM>

**Nombre y apellido del entrevistador:** Ariana Perez Sarmiento

- Entrevista N°14 – Público Objetivo

**Entrevistado:** Valeria Calle Rocha

**Carrera:** Hotelería y Administración - IX Ciclo

**Universidad o Instituto:** Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/F78SboPiDVo>

**Nombre y apellido del entrevistador:** Ariana Perez Sarmiento

- Entrevista N°15 – Público Objetivo

**Entrevistado:** Estefany Bravo Quispe

**Carrera:** Administración y Negocios Internacionales - X Ciclo

**Universidad o Instituto:** Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/ThKTB4ReKJ4>

**Nombre y apellido del entrevistador:** Andrea Rojas Zegarra

- Entrevista N°16 – Público Objetivo

**Entrevistado:** Rosmery Landeo Cruz

**Carrera:** Administración y Negocios Internacionales - VIII Ciclo

**Universidad o Instituto:** Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/WNCrZr7JYiA>

**Nombre y apellido del entrevistador:** Ariana Perez Sarmiento

- Entrevista N°17 – Público Objetivo

**Entrevistado:** María Fernanda Estrada

**Carrera:** Arquitectura - VIII Ciclo

**Universidad o Instituto:** Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/CBTn-YPJziQ>

**Nombre y apellido del entrevistador:** Ariana Perez Sarmiento

- Entrevista N°18 – Público Objetivo

**Entrevistado:** André Miranda Burgos

**Carrera:** Ingeniería de Sistemas e Informática

**Universidad o Instituto:** Universidad Tecnológica del Perú

**Link de la entrevista:** [Implementación- Validación del problema - YouTube](#)

**Nombre y apellido del entrevistador:** Andrea Rojas Zegarra

- Entrevista N°19 – Público Objetivo

**Entrevistado:** Claudia Quispe Baldeón

**Carrera:** Ingeniería de sistemas

**Universidad o Instituto:** Universidad Tecnológica del Perú

**Link de la entrevista:** [Implementación-Validación del problema - YouTube](#)

**Nombre y apellido del entrevistador:** Andrea Rojas Zegarra

- Entrevista N°20 – Público Objetivo

**Entrevistado:** Piero Rodríguez Valencia

**Carrera:** Finanzas

**Universidad o Instituto:** Universidad del Pacífico

**Link de la entrevista:** [Implementación-Validación del problema - YouTube](#)

**Nombre y apellido del entrevistador:** Andrea Rojas Zegarra

### 2.6.2) Entrevistas a los especialistas:

- Entrevista N°1 – Especialista

**Entrevistado:** Sebastián Madrid

**Ocupación:** Asistente de Selección y Capacitación - Pluspetrol

**Link de la entrevista:** <https://www.youtube.com/watch?v=1XvIaqnm0ks>

**Nombre y apellido del entrevistador:** Estefany Alfaro Salcedo

- Entrevista N° 2 – Especialista

**Entrevistado:** Eduardo Ramírez

**Ocupación:** Asistente de Recursos Humanos - Integra Retail

**Link de la entrevista:** <https://www.youtube.com/watch?v=wNufbz9Nt04>

**Nombre y apellido del entrevistador:** Estefany Alfaro Salcedo

- Entrevista N° 3 – Especialista

**Entrevistado:** Cristina Ramírez

**Ocupación:** Psicóloga Organizacional

**Link de la entrevista:** <https://www.youtube.com/watch?v=hHkodIogCe8>

**Nombre y apellido del entrevistador:** Estefany Alfaro Salcedo

- Entrevista N° 4 – Especialista

**Entrevistado:** Joel Salinas Vásquez

**Ocupación:** Analista de Recursos Humanos en DIGEMID.

**Link de la entrevista:**

<https://soundcloud.com/estefany-alfaro-136890016/entrevista-joel>

**Nombre y apellido del entrevistador:** Estefany Alfaro Salcedo

- Entrevista N° 5 – Especialista

**Entrevistado:** Claudia de la Cruz

**Ocupación:** Egresada de Recursos Humanos de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/ptjkeezApU>

**Nombre y apellido del entrevistador:** Ariana Pérez Sarmiento

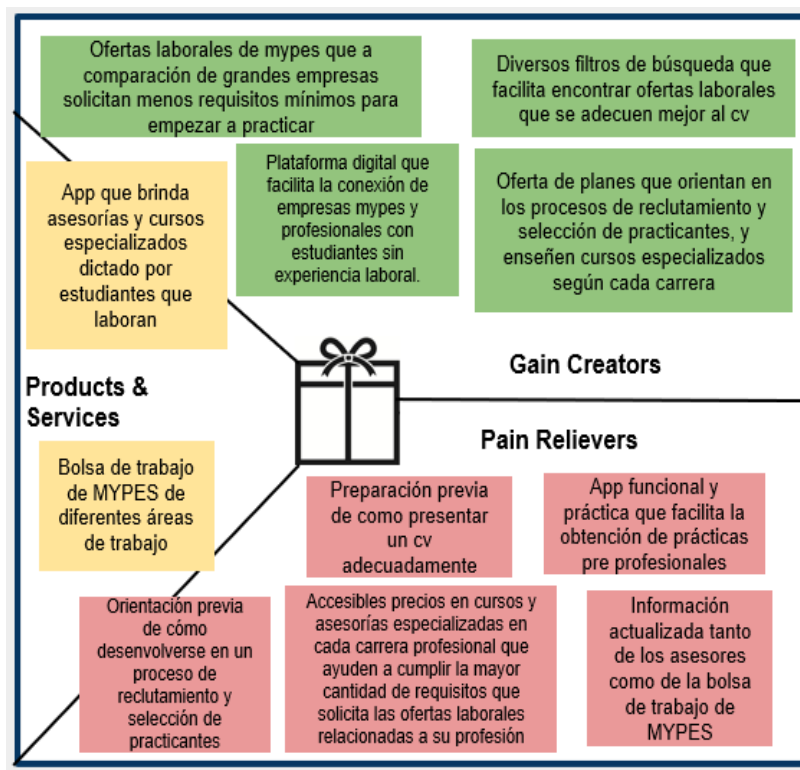
### 3. VALUE PROPOSITION CANVAS

#### 3.1. Perfil del cliente

El perfil deseado son estudiantes universitarios que se encuentren cursando sus últimos ciclos, es decir, aquellos de octavo, noveno y décimo ciclo, y no se encuentren realizando prácticas preprofesionales, no tienen alguna experiencia laboral previa o no sepan cómo o dónde empezar a buscar.

#### 3.2. Mapa de valor

Figura 1. Mapa de Valor



Fuente: Elaboración propia

#### ❑ Productos y servicios:

Respecto a este cuadrante, lo que brinda la aplicación My First Practice son asesorías y cursos dictados por estudiantes que ya se encuentren laborando hacia aquellos que aún se

les hace difícil postular o, incluso, elaborar material de presentación de su perfil como lo es el CV. Por ello, en la aplicación podrán escuchar experiencias, tips y llevar cursos especializados según el sector laboral de mayor interés. Por otro lado, se brindará el acceso a una bolsa de trabajo enfocada en ofertas laborales de mypes, en el cual nuestros clientes tendrán la libertad de ingresar y postular a las ofertas laborales que más se relacionen con su carrera profesional.

#### ❑ **Aliviadores de frustraciones:**

La manera de aliviar las frustraciones de nuestro público objetivo es a través de una aplicación sencilla de interactuar que disminuye la dificultad de obtención de prácticas preprofesionales, puesto que ofrece clases de orientación de cómo presentar una correcta hoja de vida y de qué forma desenvolverse y expresarse durante los procesos de reclutamiento y selección de practicantes preprofesionales. Además, nuestra App brindará una serie de cursos especializados en las profesiones de cada uno de nuestros usuarios, y lo mejor será que dichos cursos serán dictados por estudiantes que no solo se encuentran en el mismo rango de edad de nuestros usuarios, sino que también estudian la misma carrera profesional que ellos. Asimismo, la App contará con una bolsa de trabajo en constante actualización de ofertas laborales de mypes, en el cual los usuarios tendrán la libertad de postularse a las vacantes de practicantes disponibles que más se adecuen a su carrera profesional. Cabe resaltar, que las tarifas son accesibles para poder acceder a todos los beneficios previamente mencionados.

#### ❑ **Creadores de alegrías:**

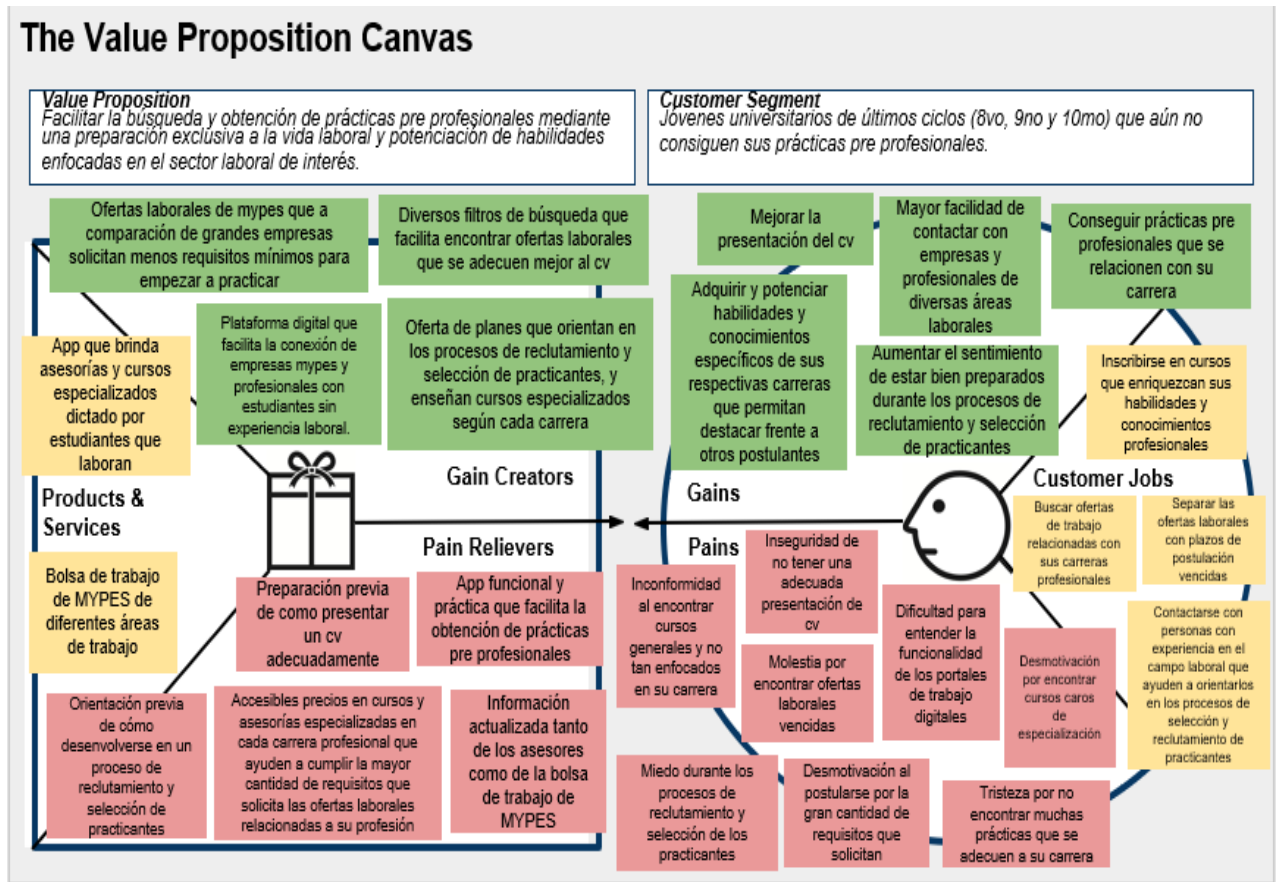
Dentro de este cuadrante se encuentra la bolsa de trabajo que publica ofertas laborales actualizadas de mypes, las cuales brindan a nuestros usuarios requisitos mínimos para postularse a comparación de grandes empresas que solicitan altos estándares de conocimientos y amplia experiencia laboral previa. Otro creador de alegría es la plataforma digital de nuestra App que facilita a nuestro público objetivo conectar con empresas mypes y estudiantes de sus mismas carreras profesionales, pero con experiencia laboral. Además, los diversos filtros de búsqueda es otro creador de alegría, puesto que facilita encontrar ofertas laborales que mejor se adecuen a los requisitos y hojas de vida de nuestros clientes. Por último, nuestros planes es otro creador de alegría, puesto que cada uno de ellos, brindan orientación en los procesos de reclutamiento y selección de practicantes, así como cursos



especializados según cada carrera profesional, los cuales son dictados por estudiantes con experiencia laboral y de las mismas carreras profesionales que nuestros usuarios.

### 3.3. Encaje

Figura 1. Value Proposition Canvas



Fuente: Elaboración propia

Después de elaborar el Value Proposition Canvas hemos podido identificar que entre las alegrías de nuestro segmento de mercado se encuentran: mejorar la presentación de su CV, obtener habilidades y conocimientos específicos de sus respectivas carreras que permitan destacar frente a otros postulantes, y aumentar su sentimiento de estar bien preparados durante los procesos de reclutamiento y selección de practicantes pre profesionales; los cuales dichas alegrías pueden ser potenciadas a través de nuestros planes que ofrecerán orientación en los procesos de reclutamiento y selección de practicantes, y enseñarán cursos especializados según cada carrera profesional. La mayor facilidad de contactar con empresas y profesionales de diversas áreas laborales es otra alegría que nuestro modelo de negocio puede potenciar mediante la plataforma digital de nuestra App que facilita la conexión de empresas mypes y

profesionales con estudiantes sin experiencia laboral. Otra alegría de nuestro público objetivo es conseguir prácticas preprofesionales que se relacionen con su carrera, la cual se pueden potenciar no solo con los diversos filtros de búsqueda que facilitarán encontrar ofertas laborales que se adecuen mejor al CV de nuestros usuarios, sino también a través de nuestra bolsa de trabajo que publicará ofertas laborales exclusivamente de mypes, que a comparación de las grandes empresas solicitan menos requisitos mínimos para empezar a practicar.

Por otro lado, hemos podido identificar que entre las frustraciones de nuestro segmento de mercado se encuentran: la desmotivación por encontrar cursos caros de especialización, la inconformidad al encontrar cursos generales y no tan enfocados en su carrera y desmotivación al postularse por la gran cantidad de requisitos que solicitan las empresas; las cuales dichas frustraciones se pueden aliviar a través de accesibles precios en cursos y asesorías especializadas en cada carrera profesional que ayuden a cumplir la mayor cantidad de requisitos que solicita las ofertas laborales relacionadas a con las profesiones de nuestros clientes. La dificultad para entender la funcionalidad de los portales de trabajo digitales y la tristeza por no encontrar muchas prácticas que se adecuen a su carrera son frustraciones que también se pueden aliviar a través de nuestra App funcional y práctica que facilitará la obtención de prácticas pre profesionales, puesto que contará con bolsa de trabajo especializada en ofertas laborales de mypes, las cuales este tipo de empresa solicita menos requisitos para practicar a comparación de las grandes empresas; además poseerá una variedad de filtros que facilitará la búsqueda de ofertas que se adecuen mejor a la carrera profesional de nuestros clientes. Otra frustración es la molestia que se genera por encontrar ofertas laborales vencidas, sin embargo, se puede aliviar principalmente brindando información actualizada en nuestra bolsa de trabajo de mypes. El miedo durante los procesos de reclutamiento y selección de los practicantes es otra frustración que se puede aliviar ofreciendo orientación previa de cómo desenvolverse en un proceso de reclutamiento y selección de practicantes. Por último, se identificó como frustración la inseguridad de no contar con una adecuada presentación de CV, la cual puede aliviarse ofreciendo una preparación previa de cómo presentar un CV adecuadamente.

Con relación a las necesidades de nuestro segmento de mercado se pudieron identificar las siguientes: inscribirse en cursos que enriquezcan sus habilidades y conocimientos profesionales, buscar ofertas de trabajo relacionadas con sus carreras profesionales, separar las ofertas laborales con plazos de postulación vencidas y contactarse con personas con experiencia en el campo laboral que ayuden a orientarlos en los procesos de selección y reclutamiento de practicantes; todas las necesidades previamente mencionadas pueden satisfacerse a través de nuestra app My First Practice, ya que no sólo ofrece capacitaciones en

los procesos de selección y cursos cortos especializados según las carreras profesionales, sino que también cuenta con una bolsa de trabajo de ofertas laborales actualizadas de mypes, y un filtro de búsqueda con diversas categorías que facilita la búsqueda de encontrar ofertas laborales según profesión.

### **3.4. Descripción de la propuesta de valor**

Nuestra propuesta de valor es crear una aplicación en el cual estudiantes sin experiencia laboral puedan encontrar orientaciones en los procesos de selección y cursos especializados según sus carreras profesionales, los cuales serán dictados por estudiantes con experiencia laboral, que no sólo poseen el mismo rango de edad que nuestros usuarios, sino que también estudian sus mismas profesiones. Además, en nuestra misma App se podrá acceder a una bolsa de trabajo actualizada con ofertas laborales de mypes. Cabe resaltar, que los principales componentes de nuestra aplicación previamente mencionados disminuirán la dificultad que posee nuestro público objetivo para encontrar prácticas preprofesionales.

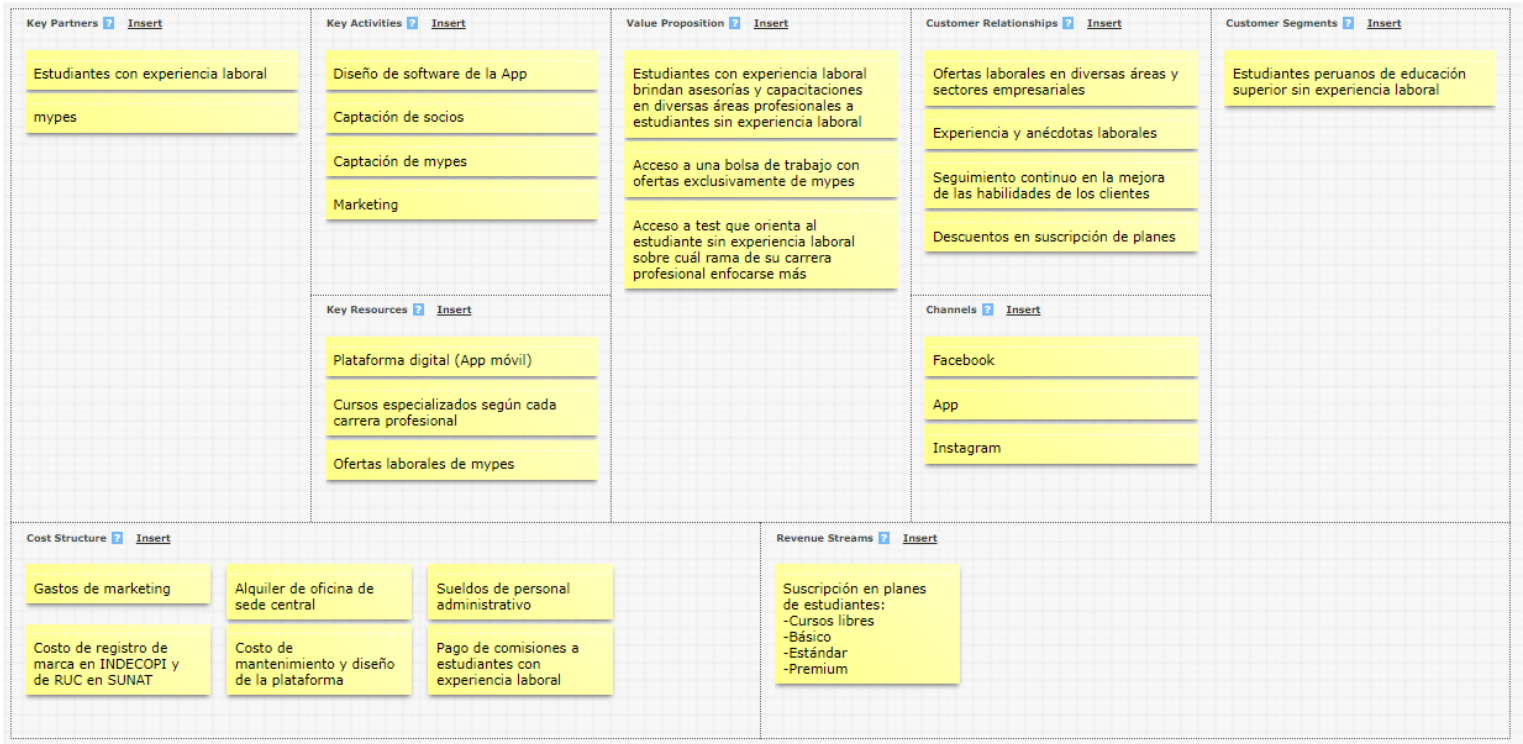
### **3.5. Identificación de elementos diferenciales**

En base a las entrevistas realizadas a nuestro público objetivo se pudo identificar que nuestros principales competidores son: LinkedIn, Bumeran y CompuTrabajo. Sin embargo, My First Practice posee elementos diferenciales, como la oferta de orientaciones en los procesos de reclutamiento y selección, así como cursos cortos de especialización según profesión, los cuales son dictados por estudiantes con experiencia laboral previa, que no solo se encuentra en el rango de edad de nuestro segmento de mercado, sino que también son compatibles con sus carreras profesionales. Otro valor único de My First Practice que le ayuda a destacar frente a sus rivales, es su bolsa de trabajo exclusivamente enfocada en ofertas laborales actualizadas de mypes.

## **4. BUSINESS MODEL CANVAS**

### **4.1. BMC**

Figura 2. Business Model Canvas



Fuente: Elaboración Propia

#### 4.2. Desarrollo y sustento de cuadrantes

- **Segmento de clientes:** Esta aplicación está dirigida a estudiantes peruanos de educación superior que no cuentan con experiencia laboral, pero están en búsqueda de ella, debido a que se considera que existen desinformación y poca preparación de estos al momento de postular a sus primeras prácticas preprofesionales.
- **Propuesta de valor:** la propuesta de valor que se ofrece es un espacio virtual innovador donde estudiantes que ya cuentan con experiencia laboral puedan asesorar, capacitar y ofrecer sus conocimientos en diversas áreas profesionales y cursos especializados a estudiantes sin experiencia laboral, para reforzar sus habilidades y estar en constante actualización de los requerimientos más solicitados por las empresas. Además, se ofrecerá acceso a la bolsa de trabajo enfocada en MYPES, para un rápido contacto y Networking de estas con los estudiantes en búsqueda de su primer trabajo.
- **Canales:** para hacer conocer la aplicación y llegar a nuestro público objetivo se hará uso de redes sociales, específicamente Facebook e Instagram, ya que son estas plataformas las

más usadas por nuestro segmento de clientes y es de rápida comunicación. Asimismo, la aplicación móvil brindará todo tipo de información la cual será de fácil acceso y uso.

- **Relación con los clientes:** Se busca mantener y crear relaciones fuertes con nuestro segmento de cliente a través de experiencias y anécdotas laborales por parte de los estudiantes que cuenten con experiencia laboral o egresados que se encuentren trabajando. Asimismo, se plantea publicar ofertas laborales de MYPES en diversas áreas y sectores empresariales para que los estudiantes sin experiencia laboral puedan encontrar una oportunidad de crecimiento profesional en aquellas empresas. Del mismo modo, se plantea desarrollar un seguimiento constante del desarrollo de las habilidades de los clientes. Finalmente, los descuentos en suscripciones de planes serán estrategias claves para captar mayor público objetivo que se encuentre interesado en suscribirse a My First Practice.
- **Actividades claves:** Como parte de las actividades claves, una de ellas será la captación de socios, las cuales la conformarán los estudiantes con experiencia laboral o egresados que trabajan en diversas empresas, esta actividad es muy importante para el funcionamiento de la aplicación ya que serán ellos los encargados de brindar asesorías y capacitaciones a los estudiantes sin experiencia laboral que busquen potenciar sus habilidades y competencias para ser atractivos en el mercado laboral. Por otro lado, una actividad clave principal será el diseño de software de la aplicación My First Practice, en donde se buscará ejecutar sus funcionalidades de forma eficiente e innovadora. Asimismo, la captación de las ofertas laborales por parte de las MYPES será esencial para mantener una relación fuerte con los clientes. Finalmente, el marketing será un proceso fundamental para llegar a los clientes, puesto que se desarrollarán estrategias de promoción relacionadas a la publicidad de la aplicación para generar en los clientes mayor interés en adquirir el servicio.
- **Recursos claves:** Dentro de los recursos claves tenemos características importantes y necesarias para ejecutar la idea de negocio como, por ejemplo, la creación de una plataforma digital, así como también los cursos especializados que serán ofrecidos a través de la aplicación para potenciar las habilidades y competencias de los clientes y hacerlos más atractivos en el mercado laboral. Por último, las ofertas laborales de las mypes actuarán como recursos claves, ya que son estrategias necesarias para ofrecer a los clientes mayores posibilidades de obtención de prácticas preprofesionales.

- **Socios clave:** Con respecto a los socios clave, tal y como se ha descrito anteriormente, se espera contar con los estudiantes que cuentan con experiencia laboral con la finalidad de que sean capaces de brindar asesorías y capacitaciones a los estudiantes sin experiencia laboral (público objetivo). Del mismo modo, los profesionales de diversas empresas serán socios clave para brindar asesorías a los estudiantes sin experiencia laboral con la finalidad de otorgarles mayor conocimiento de su futuro rol como profesional y los criterios a tomar en consideración para postular a las empresas. Asimismo, las mypes también serán socios claves, puesto que gracias a ellos funcionará de manera óptima la bolsa de trabajo exclusivamente de medianas y pequeñas empresas, en la cual nuestro público objetivo tendrá acceso para postular a dichas vacantes disponibles, además de encontrar ofertas laborales con menores requisitos para postular a comparación de las grandes empresas.
  
- **Estructura de costos:** Con respecto a los costos, estas estarán repartidas en el mantenimiento y diseño de la plataforma, la publicidad que se realizará para llegar al público objetivo y fortalecer la relación con ellos y, por último, el pago de comisión a los socios claves.
  
- **Fuente de ingresos:** Los ingresos que se van a obtener a partir de la idea de negocio estarán enfocadas al desarrollo de planes de suscripción por parte de los estudiantes de educación superior sin experiencia laboral (público objetivo), aquellos ingresos estarán conformados por tres tipos de planes las cuales son:
  - **Cursos libres:** incluye la opción de matricularse a un curso especializado relacionado a la carrera profesional de nuestro cliente.
  - **Básico:** que consiste en la capacitación y orientación en el proceso de selección por un mes con un estudiante con experiencia laboral. Así como también ofrecer acceso ilimitado a bolsa de trabajos de mypes.
  - **Estándar:** además de la capacitación y orientación en el proceso de selección con un estudiante con experiencia laboral, se ofrece 1 curso especializado y acceso ilimitado a bolsa de trabajo de mypes.
  - **Premium:** se ofrecerá el servicio de capacitación y orientación en el proceso de selección por parte de los estudiantes con experiencia laboral, además de 3 cursos especializados, conferencias con profesionales especializados y el acceso ilimitado a la bolsa de trabajos de mypes.

## 5. VALIDACIÓN DE LA SOLUCIÓN

### 5.1. Validación técnica de la solución

#### 5.1.1. Experimento 1

##### a. Objetivo del experimento

El siguiente experimento tiene como objetivo conocer la viabilidad de nuestra App a través de las opiniones y juicios de especialistas con conocimientos en informática y desarrollo de aplicaciones, y que a la vez ellos puedan orientarnos en base a sus conocimientos a realizar mejoras.

##### b. Diseño y desarrollo del experimento

###### i. Descripción del experimento

**Fecha de elaboración del experimento:** 25/04/2021-26/04/2021

**Método:** entrevistas a especialistas en desarrollo de Apps

###### Guía de entrevistas

- ¿Considera que la aplicación elaborada por nuestro equipo es viable y atractiva?
- ¿Qué recomendaciones me podrías dar para mejorar nuestra aplicación?  
¿Recomiendas inteligencia artificial?
- ¿Qué programas se necesitan para la elaboración eficaz de una aplicación?
- Explícame un poco acerca del proceso de elaboración de una app.
- ¿Cuál es el presupuesto estimado para elaborar esta aplicación?
- ¿Cuánto tiempo es necesario para finalizar una aplicación como esta?

###### ii. Bitácora de actividades

Tabla 1. Bitácora de actividades 1

Actividad	Tarea	Resultado
Buscar especialistas en desarrollo de aplicaciones móviles	Investigar en internet a especialistas en Apps.	Obtención de información de contacto de expertos
	Comunicarse con los especialistas	Agendar una cita vía zoom
	Explicar nuestro modelo de negocio a través de nuestro prototipo	Obtención de recomendaciones, sugerencias, aprendizajes y

---

cotizaciones por parte de especialistas en App.

---

Fuente: Elaboración Propia

### c. Análisis e interpretación de resultados

#### i) Malla receptora

Tabla 2. Malla receptora 1

<b>Cosas Interesantes</b>	<b>Críticas constructivas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>● Los filtros en el buscador reducen el tiempo de búsqueda.</li><li>● Idea de negocio muy innovadora porque posee servicios nunca antes vistos en el mercado de aplicaciones móviles.</li><li>● Estructura muy atractiva y funcional.</li><li>● Facilita la conexión entre mypes, estudiantes con y sin experiencia laboral.</li><li>● Poder registrarse con cuentas de Facebook o Gmail es muy práctico.</li><li>● La bolsa de trabajo exclusivamente para mypes es un factor diferencial porque otros portales de trabajo virtuales no lo poseen.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Mejorar la combinación de colores de la aplicación.</li><li>● Que las clases dictadas sean en vivo y grabadas a la vez.</li><li>● Que se implemente Machine Learning en nuestro chatbot para acelerar las respuestas automatizadas.</li><li>● Que las ofertas laborales se realicen mediante alianzas y acuerdos con mypes para disminuir las grandes inversiones en realizar tanto económicas como en talento humano.</li><li>● La App posee la tecnología suficiente con el chatbot, la pasarela de pagos y la bolsa exclusiva de mypes.</li><li>● Que no se pueda descargar las grabaciones de las clases para evitar que se roben, filtren o circulen el contenido de los cursos de nuestra App.</li></ul>
<b>Qué preguntas nuevas tenemos</b>	<b>Nuevas ideas</b>



- 
- ¿Por qué el chatbot, la pasarela de pagos y la bolsa exclusivamente para mypes es lo que va a tomar más tiempo?
  - ¿Será más eficiente que la bolsa de trabajo para mypes se realice mediante alianzas estratégicas con pequeñas y medianas empresas?
  - ¿Realmente es necesario implementar Machine Learning en nuestro chatbot?
  - ¿Qué tan cierto es que solamente utilizando los programas Xamarin, Android Studio y Firebase se pueda crear nuestra app?
  - ¿Realmente solo se requiere entre 6-9 meses para que nuestra App esté lista?
  - ¿Podemos encontrar precios más accesibles para elaborar nuestra App?
  - Implementar una mesa de trabajo o aula virtual para que las clases sean más didácticas.
  - Incorporar efectos de movimiento en nuestros botones de interacción de la App.
  - Que la bolsa de trabajo solo de mypes se ejecute mediante alianzas de trabajo en conjunto con mypes.
- 

Fuente: Elaboración Propia

## ii) Principales hallazgos encontrados

- **Resultados pregunta N° 1:**

Ambos especialistas mencionaron que la aplicación sí es viable, alcanzable y atractiva. Sin embargo, el especialista Pool menciona elegir colores que no sean tan fuertes para la vista del usuario para volverla más atractiva. No obstante, el especialista Bryan menciona que los colores deben ser más llamativos para atraer a los usuarios, además resalta que el chatbot, la bolsa de trabajo exclusivamente de MYPES y las pasarelas de pagos, son los que van a requerir un trabajo más minucioso, pero que sí se pueden lograr a implementarlo de forma óptima y funcional.

- **Resultados pregunta N°2:**

El especialista Pool menciona que las clases de los cursos especializados deben ser grabadas y una vez que esté lista la clase sea cargada a la aplicación para que los alumnos puedan ver la grabación las veces necesarias. Asimismo, los encargados de dictar las clases deben realizar videollamadas en vivo dentro de un horario establecido para responder cualquier duda específica de los estudiantes. Por otro lado, el especialista Bryan nos recomienda implementar una mesa de trabajo o aula virtual para que las clases en vivo sean más funcionales. Además, sugiere que las pasarelas de pago se realicen a través de mercado pago o Culqui para acelerar los procesos de pago. Asimismo, recomienda que las ofertas laborales de la bolsa de trabajo se realicen a través de alianzas o socios claves con mypes, puesto que crear una base de datos que actualice y filtre las ofertas solo de mypes va a generar grandes gastos de recursos, no solo económicos sino también talento humano. Cabe mencionar, que ambos especialistas recomiendan implementar Machine Learning en nuestro Chatbot.

- **Resultados pregunta N°3:**

Ambos especialistas mencionan que los principales programas para desarrollar una aplicación son Xamarin, Android Studio y Firebase.

- **Resultados pregunta N°4:**

Ambos especialistas mencionan que para realizar una app se empieza identificando los puntos fuertes y débiles de la aplicación, mentalizando hacia qué lado va la aplicación, luego por realizar un sketch básico sobre las capas de la aplicación (inicio de sesión, accesibilidad, etc.), luego se identifica qué tipo de login se utilizará y otros aspectos relacionados a este. Asimismo, ambos mencionan que desarrollando la App con Android Studio y elaborando la base de datos con Xamarin y Firebase ya se obtiene el 80% de la App, el 20% restante de la App sería el diseño realizado a través del contenido de librerías para desarrolladores de plataformas digitales.

- **Resultados pregunta N°5:**

El especialista Pool menciona que el presupuesto estimado es entre 6 mil y 7 mil soles para cubrir todo lo necesario para realizar la aplicación. Por otro lado, el especialista Bryan junto a su equipo, nos envió un presupuesto estimado que se adjuntó en la sustentación de validaciones, en el cual calculó que el costo total a invertir para elaborar la App My First Practice es de S/7000.

- **Resultados pregunta N°6:**

Ambos especialistas mencionan que el tiempo estimado para realizar una aplicación como esta en el rango de entre 6-9 meses.

### **iii) Interpretación de los resultados**

En base a los resultados obtenidos se puede interpretar que nuestro modelo de negocios es viable, alcanzable, funcional y muy atractivo para el mercado laboral. Además, al incorporar un aula virtual, un Machine Learning en nuestro chatbot y lograr alianzas con mypes permitirá que nuestro modelo de negocio alcance una rentabilidad positiva en un periodo de tiempo más corto. Asimismo, invirtiendo S/7000 y haciendo uso únicamente de los programas Android Studio, Xamarin y Firebase los especialistas tendrían la app My First Practice lista y terminada para lanzarla al mercado con ayuda de Play Store.

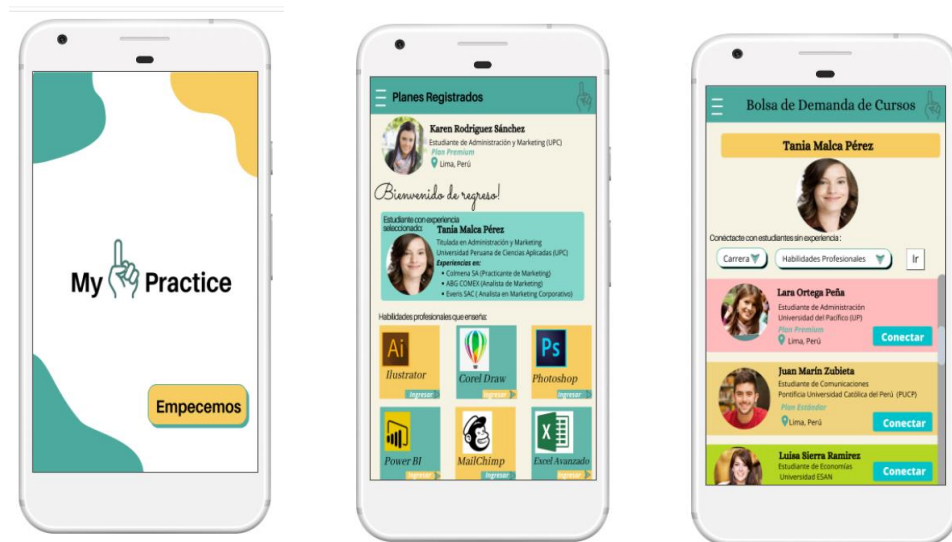
### **d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

- Las clases deben ser grabadas y las dudas deben ser respondidas en vivo.
- Los colores de nuestra App deben tener una combinación entre llamativos y sobrios.
- Implementar Machine Learning en nuestro chatbot optimizará el tiempo de las respuestas automatizadas.
- La bolsa de trabajo de mypes se debe realizar a través de acuerdos y alianzas estratégicas que consigamos con medianas y pequeñas empresas.

### **e. Sustentación de las validaciones**

- **Primer prototipo de nuestra App en Marvel**

Figura 3. Primer prototipo My First Practice



Fuente: Elaboración propia

Link del prototipo: <https://marvelapp.com/prototype/70bj52a/screen/78402748>

- **Entrevista N°1 – Especialista en desarrollo de Apps**

**Entrevistado:** Pool Vergara García

**Perfil:** Egresado de la carrera de Ingeniería Electrónica, con experiencia en creación de aplicaciones.

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/Dp2u83DrIZO>

**Nombre y apellido del entrevistador:** Hans Rodríguez Cáceda

- **Entrevista N°2 – Especialista en desarrollo de Apps**

**Entrevistado:** Bryan Silva Diestra

**Perfil:** Bachiller en Ingeniería de Software, 2 años de experiencia en el área de ingeniería de software, 3 años de experiencia laboral en el área de desarrollo webs y apps. Además, posee habilidades en programación en HTML, Python y Java.

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/txxV2PFraUk>

**Nombre y apellido del entrevistador:** Andrea Rojas Zegarra

- **Cotización detallada de la aplicación**

**Elaborado por:** Bryan Silva, Maxy y Rodrigo Chávez

**Perfil:** Representantes y cofundadores de la empresa Wolf's Gate Tech

Figura 4. Cotización Wolf's Gate Tech

Lista de Actividades solicitadas para la aplicación My Practice:

- Diseño de animación de bienvenida
- Pantalla/Actividad Inicial
- 10 botones e Intents
- Integrar APIs de Social Login (x2)
- Intent para Registro (x2)
- Backend de Logins (x2)
- Actividad: Selección por Experiencia
- Backend de Registro
- Integración de Chabot
- Gestión de notificaciones
- 2 ComboBox
- Diseño de layouts según MockUp
- 1 checkbox
- Enlace de la información con la Base de Datos
- Listas de información
- Vistas con Cards
- Solicitación de recursos de galería o cámara
- Lista con filtro
- CardViews
- Integración y MVVM
- Etapa de Pruebas
- Publicación en Play Store
- Lista dividida en Cards
- Diseño de layout e integración de Pasarela de Pagos
- Actividad con 3 fragmentos
- Integración de video en vivo y su guardado en la nube, sin considerar el costo adicional por uso del servidor Firestore

Tiempo Total	6 meses
Costo Total	9700 nuevos soles peruanos

Desarrollado por: Rodrigo Ignacio Chávez Castañeda

Aprobado por: Wolf's Gate Tech

Fuente: Wolf's Gate Tech

### 5.1.2. Experimento 2

#### a. Objetivo del experimento

El siguiente experimento tiene como objetivo validar las sugerencias y cambios a realizar en nuestra App a través de la consulta a nuevos expertos en informática y desarrollo de aplicaciones.

#### b. Diseño y desarrollo del experimento

##### i. Descripción del experimento

**Fecha de elaboración del experimento:** 29/04/2021

**Método:** entrevistas a especialistas en desarrollo de Apps

## Guía de entrevistas

- ¿Consideras que el chatbot, la bolsa de trabajo exclusivamente para mypes y la pasarela de pagos son los que tomarán más tiempo en realizarlas? ¿Por qué?
- ¿Crees que es más eficiente que la bolsa de trabajo para mypes se realice a través de alianzas estratégicas que consigamos con medianas y pequeñas empresas? ¿Por qué?
- ¿Consideras que implementar Machine Learning en nuestro chatbot es la decisión óptima? ¿Por qué?
- ¿Crees que utilizando básicamente los programas Xamarin, Android Studio y Firebase se pueda realizar toda nuestra aplicación? En caso la respuesta sea no ¿qué otro programa(s) requieres? ¿Por qué?
- ¿Estás de acuerdo que el tiempo entre 6-9 meses es el adecuado para realizar una App como esta? En caso la respuesta sea no ¿en cuánto tiempo consideras que la App pueda estar lista?
- Y, por último, ¿me podrías brindar un precio estimado de cuánto costaría una App como esta o me podrías elaborar una cotización detallada?

## ii. Bitácora de actividades

Tabla 3. Bitácora de actividades 2

Actividad	Tarea	Resultado
Buscar especialistas en desarrollo de aplicaciones móviles	Investigar en internet a especialistas en Apps.	Obtención de información de contacto de expertos
	Comunicarse con los especialistas	Agendar una cita vía zoom
	Explicar nuestro modelo de negocio a través de nuestro prototipo	Obtención de recomendaciones, sugerencias, aprendizajes y cotizaciones por parte de especialistas en App.

Fuente: Elaboración Propia

## c. Análisis e interpretación de resultados

**i) Malla receptora**

Tabla 4. Malla receptora 2

<b>Cosas Interesantes</b>	<b>Críticas constructivas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>● Posee un aspecto visual juvenil y moderno.</li><li>● Les parece bastante innovador contactar a estudiantes sin experiencia con estudiantes con experiencia de la misma carrera profesional.</li><li>● Las clases especializadas según profesión ayudará a que los usuarios destaquen frente a otros postulantes.</li><li>● Las imágenes e íconos en la App transmiten la idea del modelo de negocio.</li><li>● La libertad de elección de horarios fideliza tanto a estudiantes con experiencia y sin experiencia laboral.</li><li>● Las valoraciones facilitan a los clientes a escoger qué estudiante con experiencia laboral escoger como profesor.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Dividir las ofertas laborales según área, sector o rubro de la empresa.</li><li>● Que se quite la opción quiénes somos para reducir el texto.</li><li>● Al inicio colocar una prueba gratuita.</li><li>● Que se utilice Python para crear un eficiente y funcional chatbot.</li><li>● Evitar incluir en los botones movimientos con efectos; con el fin de transmitir mayor profesionalismo.</li></ul>
<b>Qué preguntas nuevas tenemos</b>	<b>Nuevas ideas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>● ¿Cómo puedo asegurar el dominio de la aplicación?</li><li>● ¿Cómo evitar la aparición de virus en la App?</li><li>● ¿Cómo reducir el riesgo de pérdida durante el proceso de creación de un aplicativo móvil?</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Colocar un ícono característico, propio y único que diferencie a la aplicación de sus competidores.</li><li>● Colocar en el logo iconos relacionados con el profesionalismo como: corbatas, bolsos o maletines.</li></ul>

Fuente: Elaboración Propia

## ii) Principales hallazgos encontrados

### ● Resultados pregunta N° 1:

Ambos especialistas mencionan que el chatbot, la bolsa de trabajo para mypes y la pasarela de pagos son los que tomarán más tiempo; nos comentaron que el chatbot no solo requiere de establecer preguntas predefinidas, sino también desarrollar un algoritmo que brinde a nuestros usuarios respuestas automatizadas eficientes. Por otro lado, la bolsa de trabajo requiere de un sistema de códigos que no solo trabaje con las mypes con las cuales tengamos alianzas, sino que dicho sistema también depure las ofertas laborales vencidas; y por último en la pasarela de pagos se debe desarrollar un sistema de seguridad que proteja, blinde y salvaguarde la información bancaria de cada uno de nuestros usuarios, asimismo, requiere de un código de datos que calcule automáticamente los subtotales, el IGV y los precios finales que cada uno de nuestros clientes debe pagar.

### ● Resultados pregunta N°2:

Ambos especialistas mencionaron que sí es más eficiente que la bolsa de trabajo para mypes se realicen mediante alianzas estratégicas que logremos con pequeñas y medianas empresas, puesto que se evitaría grandes inversiones en recursos financieros y de talento humano para desarrollar un algoritmo virtual detallado que filtre y separe las ofertas laborales de mypes de las de grandes empresas. Además, mediante las alianzas con mypes se obtiene información más detallada y actualizada de las vacantes de practicantes disponibles. Además, recomienda forjar alianzas con mypes y agruparlas según sector o rubro de negocio.

### ● Resultados pregunta N°3:

Ambos especialistas comentaron que es óptimo implementar Machine Learning en nuestro chatbot, puesto que permite brindar a nuestros usuarios respuestas óptimas, eficientes y eficaces en cuestión de segundos.

### ● Resultados pregunta N°4:

El especialista Germán mencionó que con Android Studio y Firebase se crea toda la App, y que desconoce el programa Xamarin. Por otro lado, el especialista Moisés comentó que con los programas Android Studio, Firebase y Xamarin se hace la gran mayoría de la aplicación. No obstante, resaltó que también es vital el uso del lenguaje



de programación Python para establecer la inteligencia artificial en nuestro chatbot, él comentó que dentro de dicho programa hay dos opciones de ID online: Júpiter y Spider, los cuales aseguran un óptimo control y funcionamiento del chatbot.

- **Resultados pregunta N°5:**

Ambos especialistas nos comentaron que 9 meses es el tiempo óptimo para crear la app My First Practice. No obstante, nos recomiendan, 3 meses extras debido a que al ser un modelo de negocio tecnológico suele presentarse cambios o mejoras que se deben tomar en cuenta para asegurar una eficiente funcionalidad de la App.

- **Resultados pregunta N°6:**

Ambos especialistas nos mencionan que el presupuesto máximo que se requiere para realizar este tipo de aplicativos es alrededor de 9 mil soles, esto varía de acuerdo con el mayor análisis que deben hacer a la aplicación, el valor diferencial que quieran implementar y los cambios a realizar en el camino. Asimismo, indica que algunas empresas trabajan con dos formas de poder ofrecer sus servicios al usuario, siendo una de ellas la de asignar a un programador que pueda ser pagado por recibos por honorarios u horas, lo cual está implica una supervisión constante del jefe de proyecto, pero que resultaría para algunos una opción más económica.

→ **Interpretación de los resultados**

En base a los resultados obtenidos se puede interpretar que el chatbot, la bolsa de trabajo de mypes y la pasarela de pagos son los 3 componentes tecnológicos que extienden el tiempo de entrega de nuestra App completamente finalizada. Además, lograr alianzas estratégicas con mypes y el Machine Learning en nuestro chatbot aumentará la eficiencia de la funcionalidad de nuestra App. Asimismo, invirtiendo como máximo S/9000, dando un tiempo de un año como máximo y utilizando los programas Android Studio, Xamarin, Firebase y Python los especialistas pueden garantizar que la app My First Practice estaría completamente lista para que los usuarios puedan interactuar con ella sin ningún error o falla en los procesos o funciones.

**d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

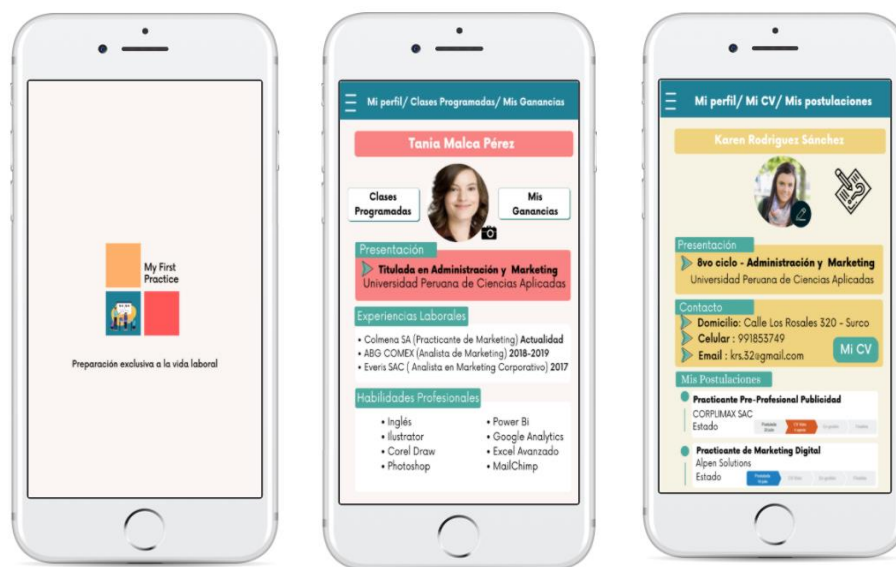
- Utilizar el programa Python para implementar el Machine Learning en nuestro chatbot.

- Dar un tiempo de un año para una óptima creación de la aplicación My First Practice.
- Invertir como máximo un total de S/9000 para el desarrollo del aplicativo móvil.
- Se podría obtener precios más accesibles para realizar la aplicación, si se recurre a programadores que trabajen en provincia, puesto que existen pocos clientes que solicitan este tipo de servicios digitales, por lo que tienden a demandar una remuneración menor a comparación que en Lima.

#### e. Sustentación de las validaciones

- **Segundo prototipo de nuestra App en Marvel**

Figura 5. Segundo prototipo My First Practice



Fuente: Elaboración Propia

Link del prototipo: <https://marvelapp.com/prototype/63idaj9/screen/78947816>

- **Entrevista N°1 – Especialista en desarrollo de Apps**  
**Entrevistado:** Germán Ruelas Castillo  
**Perfil:** Gerente General de Icebull Tech Solutions.  
**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/9o9bYsyFwAw>  
**Nombre y apellido del entrevistador:** Estefany Alfaro Salcedo
- **Entrevista N°2 – Especialista en desarrollo de Apps**  
**Entrevistado:** Moisés Quispe Herrera

**Perfil:** Programador y desarrollador backend en la empresa de recursos tecnológicos Everis Perú, con 3 años de experiencia en desarrollo de aplicaciones móviles.

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/mnA0y90RnJk>

**Nombre y apellido del entrevistador:** Andrea Rojas Zegarra

- **Cotización detallada de la aplicación**

**Elaborado por:** German Ruelas Castillo

**Perfil:** Gerente General de Icebull Tech Solutions

Figura 6. Cotización Icebull Tech Solutions propuesta 1

## PROPUESTA 1:

Esta propuesta está pensada en un presupuesto total por el total del proyecto:

MÓDULO /CARACT.		TIEMPO	COSTO
Front-end	<ul style="list-style-type: none"><li>• App Móvil.</li><li>• Web</li></ul>	90 días	S/6000.00
Back end	<ul style="list-style-type: none"><li>• Administrador completo.</li><li>• Notificaciones en tiempo real.</li></ul>	90 días	S/2500.00
Hosting y Dominio	<ul style="list-style-type: none"><li>• Repositorio por un año</li></ul>	1 día	S/230.00
Total:		181 días	S/8730.00

Fuente: Icebull Tech Solutions

Figura 7. Cotización Icebull Tech Solutions propuesta 2

## PROPUESTA 2:

Esta propuesta está centrada en un pago quincenal obteniendo los siguientes beneficios

MÓDULO /CARACT.	TIEMPO	COSTO
<ul style="list-style-type: none"><li>• 2 programadores en el proyecto.</li><li>• 25 horas semanales.</li><li>• 2 reuniones semanales.</li><li>• Maquetación y análisis antes del desarrollo.</li><li>• Mantenimiento y actualización continua de los sistemas.</li></ul>	15 días	S/700.00
Total:	15 días	S/700.00

Fuente: Icebull Tech Solutions

### 5.2. Validación de la experiencia de usuario

#### 5.2.1. Experimento 1

##### a. Objetivo del experimento

El siguiente experimento tiene como objetivo conocer el grado de aceptación y adquisición por parte de nuestro público objetivo (usuarios), y que a la vez ellos nos puedan brindar recomendaciones y sugerencias para realizar las mejoras respectivas.

##### b. Diseño y desarrollo del experimento

###### i. Descripción del experimento

**Fecha de elaboración del experimento:** 28/04/2021

**Método:** Focus Group de nuestro público objetivo

###### Guía de entrevistas

- ¿Qué opinan sobre recibir capacitación con estudiantes que cuenten con experiencia profesional?
- Después de la breve explicación, ¿Qué opinas sobre el servicio brindado por My First Practice?
- ¿Estarías dispuesto a descargar la aplicación? Mencióname las características que llamaron más tu atención.

- ¿Consideras que es de fácil uso y accesible? ¿Por qué?
- ¿Te gustaría que las clases sean solo grabadas, en vivo o que sean grabadas y las dudas absueltas en vivo? ¿Por qué?
- ¿Qué opinión tienes sobre el logo de la aplicación?
- ¿Qué opinas sobre los colores y diseño de nuestra App? ¿Te parecen atractivas? ¿Por qué? ¿Qué otros diseños o colores te gustaría que agreguemos?
- Acerca de la bolsa de trabajo exclusivamente de MYPES, ¿considera que esto genera mayor valor a nuestra app? ¿De qué manera?
- ¿Qué es lo que nos recomendarías para mejorar nuestro aplicativo?
- ¿Te parecen atractivos los precios por paquetes y cursos libres?
- ¿En cuál estarías interesado en suscribirte? ¿Por qué?
- Por último ¿Estarías de acuerdo con los métodos y pasarelas de pago que usa nuestra app? ¿Agregarías otra u otras más?

## ii. Bitácora de actividades

Tabla 5. Bitácora de actividades 3

Actividad	Tarea	Resultado
Reunir al público objetivo para conocer el grado de aceptación y sugerencias de nuestro modelo de negocio.	Realizar un <i>Focus Group</i> para conocer el nivel de aprobación de la idea de negocio y de la app por los usuarios.  Analizar los resultados del <i>Focus Group</i> para realizar mejoras de ser necesario.	El modelo de negocio resulta atractivo para los usuarios y todos están dispuestos a descargar la app.  Hubo sugerencias de cambio respecto al logo, color y diseño de la app.

Fuente: Elaboración propia

**c. Análisis e interpretación de resultados**

**i) Malla receptora:**

Tabla 6. Malla receptora 3

<b>Cosas interesantes</b>	<b>Críticas constructivas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todo tipo de capacitación es útil.</li> <li>• Se valora la experiencia y consejos que los asesores brindan.</li> <li>• Todos los participantes están dispuestos a descargar la aplicación.</li> <li>• Todos los participantes opinan que la aplicación es de uso sencillo.</li> <li>• La bolsa de trabajo exclusivamente para MYPES genera mucho valor agregado.</li> <li>• Todos los participantes se sienten atraídos por el paquete Premium.</li> <li>• Las opciones que les damos para pagar son óptimas para los usuarios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La paleta de colores de la app debe demostrar seriedad y formalidad, ya que la idea de negocio tiene como involucrados a estudiantes que están por culminar su carrera profesional y pequeñas empresas formales.</li> <li>• El logo de la app no transmite la idea de negocio en su totalidad, es más, genera confusión.</li> <li>• El diseño de la app les genera aburrimiento y desinterés en mantenerse constantemente interactuando dentro de ella. Por ello, mencionan que los íconos y estructura les hace pensar que están en una app institucional de idiomas.</li> <li>• Las sesiones deben mantenerse grabadas para así velar por aquellos, que, por circunstancias personales, no pueden ingresar en el horario pactado.</li> </ul>
<b>Qué preguntas nuevas haremos</b>	<b>Nuevas ideas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Consideras que el logo transmite la idea de nuestro modelo de negocio?</li> <li>• ¿Te parece atractiva la combinación de la paleta de colores entre claros y oscuros?</li> <li>• ¿Estás de acuerdo en que las clases sean en vivo y también sean</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incluir un test de orientación</li> <li>• Mejorar el diseño de la app a uno más formal.</li> <li>• Rediseño del logo de la app.</li> <li>• Elegir una nueva paleta de colores para la app</li> </ul>

---

grabadas?

- ¿Consideras necesario un test de habilidades para realizar sugerencias?
  - ¿Dónde te gustaría visualizar las promociones y descuentos de nuestros planes?
- 

Fuente: Elaboración propia

**ii) Principales hallazgos encontrados:**

- **Resultados pregunta N° 1:** Los integrantes consideran importante y útil todo tipo de capacitación. En este caso, si está siendo dictada por estudiantes que están laborando, es más sencillo que sepan qué circunstancias van a atravesar aquellos que aún no realizan prácticas preprofesionales. Además, reduce todo el proceso de estudiar cursos en general. Por otro lado, valoran bastante la experiencia, tips y demás consejos que estos asesores tienen por brindar.
- **Resultados pregunta N°2:** Les parece interesante que la app sea netamente para estudiantes, ya que de esta manera será más sencillo que estos consigan prácticas enfocada en ellos. Por otro lado, mencionan que les hace sentir que están siendo llevados de la mano hacia un óptimo reclutamiento por parte de las empresas que más están interesados y desarrollando habilidades específicas que los especializará y diferenciará de otros postulantes.
- **Resultados pregunta N°3:** Todos los integrantes del focus group están interesados y dispuestos a descargar la app, ya que le da oportunidad de tener una bolsa de trabajo exclusivamente para ellos. Además, mencionan que la característica que más les atrae es la opción de separar la app entre asesores y estudiantes; y que se den las asesorías mediante la app. Por otro lado, les parece muy didáctica.
- **Resultados pregunta N°4:** A la mayoría le pareció de sencillo uso, tanto para llegar a los cursos y bolsa de trabajo, así como para ingresar a la cuenta. Además, consideran que está bien estructurado como para entender todas las opciones de la app.
- **Resultados pregunta N°5:** Respecto a la grabación de las sesiones, consideran que es necesario que se den en vivo, ya que de esta manera se podrá interactuar con los

asesores y resolver consultas; mientras, el hecho que se queden grabadas también es una opción que consideran que debe implementarse, ya que los horarios de las sesiones pueden cruzarse con algo personal. Por lo que, le convendría que éstas se encuentren grabadas en la app.

- **Resultados pregunta N°6:** Todos los participantes consideraron que el logo no representa la idea de negocio ni el mensaje principal. Muchos tuvieron confusión del ícono principal, una mano hacia arriba, el cual refleja la palabra First. Por otro lado, otros consideraron que parecía un logo institucional, específicamente de idiomas.
- **Resultados pregunta N° 7:** Respecto a los colores y diseño de la app, las mujeres consideran que los colores transmiten poco profesionalismo y seriedad; asimismo, mencionaron que les hacía sentir que es una app para escolares y preferirían que se cambiaran a otros más corporativos, tales como blanco, negro u otros neutros en combinación con otros colores más vivos. Sin embargo, a los varones se les hace indiferente los colores, pero los íconos no se les hace tan atractivo.
- **Resultados pregunta N°8:** Todos los participantes consideran que la bolsa de trabajo exclusivamente de MYPES genera muchísimo valor agregado a nuestra app, ya que les hace sentir que se preocupan por sus necesidades. Además, les agrada la idea de que se les dé oportunidad a las MYPES, ya que no siempre tienen un sistema de reclutamiento o área de recursos humanos, ya sean de la capital o provincia.
- **Resultados pregunta N°9:** Comentaron que sería interesante incluir un test de orientación, es decir, un test de habilidades que te dé como resultado en que rubro o área de una empresa estás más capacitado para postular. Por otro lado, recomiendan que haya promociones para los paquetes, básico, standard y premium.
- **Resultados pregunta N°10:** Consideran que los precios dados tanto para los paquetes y los cursos libres son atractivos, ya que ofrecen muchos beneficios que, en otros lados, cursos o aplicaciones, cobran mucho más. Además, se ajusta a los gastos que realizan mensualmente.
- **Resultados pregunta N°11:** Todos los integrantes del focus group se sienten interesados en el plan premium, ya que los beneficios están acorde al precio, el cual no es tan elevado, y consideran que las herramientas y conferencias de este plan ayudarán a que consigan sus prácticas preprofesionales más rápido.



- **Resultado pregunta N°12:** Por último, consideran que la pasarela de pagos es óptima, ya que se dan tres opciones: VISA, MASTERCARD y PayPal, los cuales son los más usados en el país, y todos los bancos trabajan con estos.

### **iii) Interpretación de resultados:**

En base a los resultados obtenidos se puede interpretar que todos los usuarios entrevistados en el focus group aprueban nuestro modelo de negocio y están dispuestos a descargar la app porque consideran que será más sencillo conseguir prácticas preprofesionales gracias al desarrollo de nuevas habilidades específicas, es decir, el dominio de cursos especializados y consejos en el proceso de selección, que los diferenciará de otros postulantes. Por otro lado, la aplicación les parece sencilla de manejar; sin embargo, existen algunos detalles que se deben mejorar respecto al diseño y colores de la aplicación.

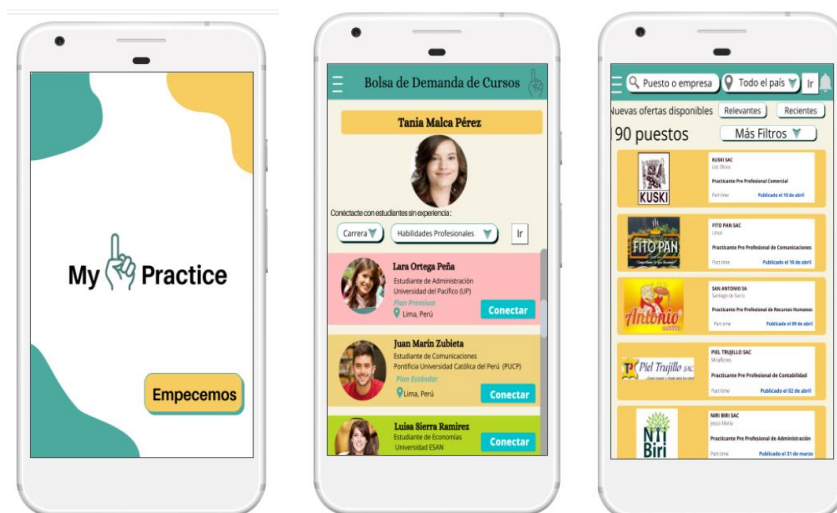
### **d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

- Debe de modificarse el logo, pues no representa la idea de negocio que ofrecemos. Asimismo, hubo confusiones con la interpretación de este logo.
- Se debe de cambiar los colores y el diseño de la app, ya que transmiten poco profesionalismo y seriedad. Mencionan que se debe aplicar colores más neutros en combinación con otros colores más vivos.
- Se deben incluir promociones para los planes de pago y los cursos libres. Además, este debe ser visualizado dentro del app por motivos de mantener la facilidad de uso.
- Se debe incluir un test de habilidades para que puedan conocer el rubro del cual estén más capacitados para postular.

### **e. Sustentación de las validaciones**

- **Primer prototipo de nuestra App en Marvel**

Figura 8. Primer prototipo My First Practice experimento 2



Fuente: Elaboración propia

Link del prototipo: <https://marvelapp.com/prototype/70bj52a/screen/78402748>

- **Focus Group N°1**

**Entrevistados:** 5 público objetivo

**Perfil:** Estudiantes de últimos ciclos sin prácticas preprofesionales

**Link de la entrevista parte 1:** <https://youtu.be/mCFDCJGt0jc>

**Link de la entrevista parte 2:** <https://youtu.be/9mHeaV0Ahs8>

**Nombre y apellidos de los entrevistadores:** Andrea Rojas Zegarra y Ariana Pérez Sarmiento

## 5.2.2. Experimento 2

### a. Objetivo del experimento

El siguiente experimento tiene como objetivo reafirmar el grado de aceptación y adquisición por parte de nuestro público objetivo (usuarios), y que a la vez ellos nos puedan brindar nuevas recomendaciones y sugerencias para nuestro aplicativo móvil.

### b. Diseño y desarrollo del experimento

#### i. Descripción del experimento

**Fecha de elaboración del experimento:** 29/04/2021

**Método:** focus group de nuestro público objetivo

**Guía de entrevistas**

- Después de la breve explicación, ¿Qué opinas sobre el servicio brindado por My First Practice?
- ¿Estarías dispuesto a descargar la aplicación? Mencíname las características que llamaron más tu atención.
- ¿Consideras que el logo transmite la idea de nuestro modelo de negocio? En caso la respuesta sea no, ¿qué otras características faltarían agregar o mejorar?
- ¿Estás de acuerdo en que las clases sean en vivo y grabadas? sí/no, ¿por qué?
- ¿Consideras que la bolsa de trabajo para mypes y el test de orientación para saber en qué área de tu carrera especializarte son características que nos diferencian? sí/no, ¿por qué?
- ¿Te atrae nuestra combinación de paleta de colores entre claros y oscuros, o te gustaría que fuera de una sola tonalidad? ¿cuál? ¿por qué?
- ¿Crees que las imágenes colocadas en la sección de regístrate se relacionan con nuestro modelo de negocio? En caso contrario, ¿qué imágenes nos recomendarías?
- ¿Te gustaría que nuestras ofertas laborales se puedan visualizar de manera genérica o te gustaría que lo dividiéramos según sector o rubro de empresas? ¿por qué?
- Con respecto a los filtros dados para la búsqueda de cursos, ¿qué tal les parece? ¿Agregarías otro(s) más?
- Con respecto a los filtros dados para la búsqueda de ofertas laborales, ¿qué tal les parece? ¿Agregarías otro(s) más?
- ¿Qué otras recomendaciones nos sugerirías para mejorar nuestra App?
- De todos los paquetes y cursos libres, ¿en cuál te gustaría registrarte? ¿por qué?
- ¿Consideras que nuestros precios son competitivos? ¿por qué?
- ¿Entre qué meses del año tiendes a inscribirte más a cursos de especialización?
- Y, por último, ¿dónde te gustaría visualizar las promociones y descuentos de nuestros planes?

## ii. Bitácora de actividades

Tabla 7. Bitácora de actividades 4

Actividad	Tarea	Resultado
	Realizar un focus group para conocer el nivel de aprobación de la idea de	El modelo de negocio resulta atractivo para los usuarios y todos están

Reunir al público objetivo para conocer el grado de aceptación y sugerencias de nuestro modelo de negocio.	negocio y de la app por los usuarios.  Analizar los resultados del focus group para realizar mejoras de ser necesario.	dispuestos a descargar la app.  Hubo sugerencias de cambio respecto al logo, color y diseño de la app.
--	--	--

Fuente: Elaboración propia

### c. Análisis e interpretación de resultados

#### i) Malla receptora:

Tabla 8. Malla receptora 4

Cosas interesantes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Nuestro público objetivo les resulta muy relevante el poder obtener asesoría por parte de los estudiantes con experiencia.</li> <li>● Les resulta muy interesante que se enfoquen en brindar una bolsa de trabajo solo de MYPES, ya que aumenta sus posibilidades de conseguir empleo.</li> <li>● Algunos estudiantes están dispuestos a pagar más por el precio de los paquetes, debido a la gran posibilidad de conseguir prácticas.</li> <li>● Les agrada bastante el color de fondo y el logotipo les resulta muy relacionado con la idea de negocio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Usar otra tipografía para la frase principal de la app, aquella que se muestra al abrir la app, ya que se visualiza muy seria.</li> <li>● Consideran que los filtros, tanto de búsqueda de trabajo como de cursos, son óptimos. Sin embargo, apreciaría si las ofertas laborales pueden ser filtradas por sector/rubro de la empresa.</li> <li>● Las promociones y descuentos deberían visualizarse en la misma app junto a los planes, ya que facilita la información a los usuarios.</li> </ul>
Qué preguntas nuevas haremos	Nuevas ideas

- 
- |   |  |
|---|--|
| ● ¿Qué es lo que faltaría en el plan Premium para que desees optar por inscribirse en él? | ● Cambiar la tipografía de la frase principal de la app. |
| ● ¿Te gustaría que los cursos brindados sean certificados?                                | ● Incluir las promociones por cada plan en la app.       |
|   | ● Incluir un filtro por sector/rubro de la empresa.      |
- 

Funte: Elaboración propia

## ii) Principales hallazgos encontrados:

- **Resultados pregunta N°1:** Los integrantes consideran que es un servicio que todos los estudiantes de últimos ciclos necesitan, ya que la app contribuye a la preparación de CV, potenciar habilidades y saber un poco más sobre la vida laboral. Además, mencionan que es innovador y de mucha utilidad.
- **Resultados pregunta N°2:** Todos los integrantes están dispuestos a descargar la app, ya que le facilita las cosas y es una necesidad. Además, les genera curiosidad los cursos que se dicten y las valoraciones de otros estudiantes que están usando el servicio; y les parece interesante la bolsa de trabajo ofrecida por My first practice.
- **Resultados pregunta N°3:** Consideran que el logo es bonito y transmite la idea de negocio; comentan que es simple pero estéticamente atractivo. Sin embargo, mencionan que la imagen pequeña puede perderse y afectar el mensaje principal de la app. Además, consideran que la frase debe tener otro tipo de tipografía, ya que se visualiza muy seria.
- **Resultados pregunta N°4:** Todos consideran que las conferencias y sesiones deben ser en vivo, y quedarse grabadas en la app, debido a que, de esta manera, todos aquellos que no pudieron ingresar en el respectivo horario, tendrán la oportunidad de no perder la clase. Por otro lado, mencionan que aumentaría en valor si se pueden hacer consultas mediante un chat con los asesores.
- **Resultados pregunta N°5:** Esta es la primera vez que la mayoría de los integrantes del focus group interactúan con este tipo de apps. Por eso, consideran que el test de orientación y la exclusiva bolsa de trabajo genera valor agregado a comparación de otras páginas o app que ofrecen un servicio parecido. Es más, consideran que la bolsa de trabajo es el mayor diferenciador, ya que está solo es para estudiantes sin experiencia.

- **Resultados pregunta N°6:** A todos se les hace agradable los colores y los contrastes entre claros y oscuros. Además, consideran que es visual y atrayente; por lo que, estarían dispuestos a mantener la interacción incluso si no están buscando ofertas en la bolsa de trabajo o por alguna sesión.
- **Resultados pregunta N°7:** Los íconos de registro y chatbot, se ajustan al diseño, y les gusta que todos sigan un mismo formato. Además, consideran que para llegar a los usuarios es necesario un plus visual no tan recargado. Por ello, los íconos son óptimos ya que transmite el mensaje de forma sencilla.
- **Resultados pregunta N°8:** En esta pregunta, todos los entrevistados prefieren que las ofertas laborales se dividan según sector o rubro de empresa, puesto que facilita su búsqueda de prácticas preprofesionales en empresas que les sea de su interés profesional.
- **Resultados pregunta N°9:** A todos les agrada los filtros de búsqueda de cursos, ya que especifican la carrera, empresa y programa de interés.
- **Resultados pregunta N°10:** Asimismo, consideran que los filtros de búsqueda de ofertas laborales son buenos. Sin embargo, mencionan que deberíamos incluir un filtro por sector/rubro de la empresa.
- **Resultados pregunta N°11:** Por otro lado, mencionan que, a parte de los filtros, la app satisface su necesidad de buscar trabajo y manejar cursos especializados. Por lo que, no ven que recomendación extra dar, ya que la app es de fácil uso.
- **Resultados pregunta N°12:** Luego de ver los beneficios por cada paquete, la mayoría de los participantes estarían dispuestos a suscribirse al plan Standard, ya que prefieren comenzar los cursos cuanto antes, para así conseguir su objetivo, potenciarse lo suficiente para obtener sus prácticas preprofesionales.
- **Resultados pregunta N°13:** Consideran que los precios son muy atractivos y accesibles, debido a que los planes brindan lo necesario y varía de acuerdo con lo que el estudiante más necesita, además, de que es de acuerdo con las posibilidades de cada uno de ellos. Asimismo, algunos estarían dispuestos a pagar un poco más, debido a que existe mayor posibilidad de conseguir sus prácticas porque estarían mucho más preparados.
- **Resultados pregunta N°14:** Nuestro público objetivo nos indica que tienden a inscribirse en cursos de especialización más que todo en la temporada de vacaciones, es decir entre diciembre y marzo y a mitad del año, en julio, cuando suelen tener tiempos

libres y tienen más tiempo para poder tomar cursos de su interés y que les servirá para su desarrollarse profesionalmente.

- **Resultados pregunta N°15:** Los entrevistados nos menciona que les gustaría visualizar las promociones dentro de la aplicación, quizá en un espacio exclusivo de la sección de tarifas y promociones, donde puedan enterarse mucho más rápido y puedan inscribirse a dichas promociones apenas elijan el paquete por el cual van a optar. Además, mencionan que estas promociones deben ser publicitados a través de las redes sociales de la aplicación.

### **iii) Interpretación de resultados:**

En base a los resultados obtenidos se puede interpretar que nuestro segmento de mercado sí está dispuesto a descargar la app My First Practice, principalmente por los cursos especializados, el test de orientación sobre a qué rama de especialización enfocarse según carrera profesional y la bolsa exclusiva de mypes. Además, se inclinan más por suscribirse a los planes Standard y Premium debido a que brindan mayores beneficios. Asimismo, les atrae visualmente nuestra combinación de colores, el logo de nuestra empresa, los filtros de búsqueda de ofertas laborales y nuestros precios competitivos. No obstante, nos recomiendan retirar la imagen pequeña que aparece en nuestro logo, cambiar la tipografía de nuestro slogan e implementar en la sección planes y tarifas un espacio en el cual se pueda visualizar las promociones y descuentos que ofreceremos, siendo dichos beneficios brindados en los meses de diciembre a marzo, puesto que son los meses en los que nuestro público objetivo demanda más cursos especializados y asesoramiento profesional.

### **d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

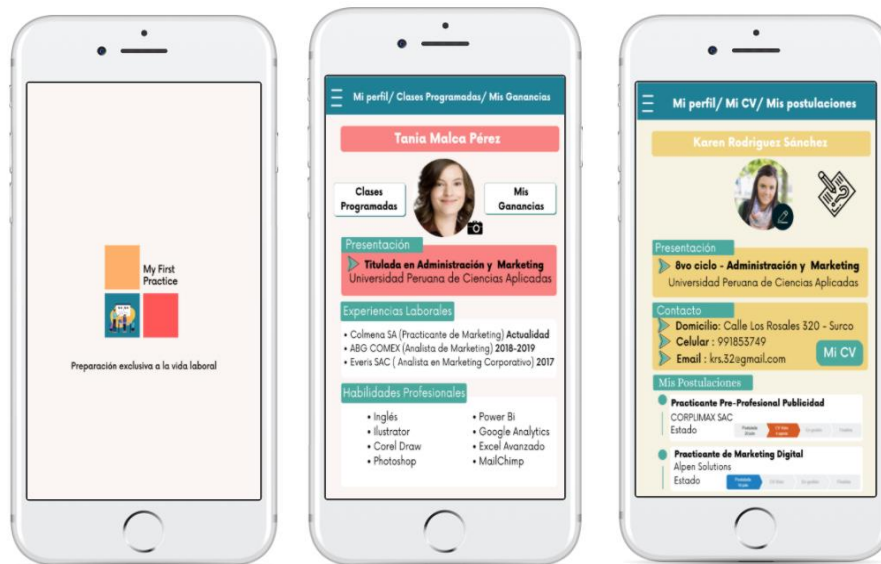
- Cambiar la tipografía de la frase principal de la app.
- Habrá una prueba gratis de un día para atraer a usuarios interesados.
- Incluir las promociones por cada plan en la app para una mejor visualización de la información.
- Deberían lanzarse promociones en el periodo de vacaciones, ya que es ahí donde suelen inscribirse más estudiantes.
- Se debe reforzar la idea de brindar tips de empleabilidad para brindar un servicio más completo.
- Los filtros implementados para las ofertas laborales y selección de cursos son óptimos

para una búsqueda especializada según las preferencias del usuario. Sin embargo, aún existen opciones de filtro que les gustaría presenciar en la app.

#### e. Sustentación de las validaciones

- **Segundo prototipo de nuestra App en Marvel**

Figura 9. Segundo prototipo My First Practice experimento 2



Fuente: Elaboración propia

Link del prototipo: <https://marvelapp.com/prototype/63idaj9/screen/78947816>

- **Focus Group N°2**

**Entrevistados:** 5 público objetivo

**Perfil:** Estudiantes de últimos ciclos sin prácticas preprofesionales

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/kBkBhgiLv-g>

**Nombre y apellidos de los entrevistadores:** Andrea Rojas Zegarra y Ariana Perez Sarmiento

## 6. VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

### 6.1. Validación de canales

#### 6.1.1. Experimento 1

- **OBJETIVO 1**

#### a. Objetivo del experimento:



Las redes sociales, *Facebook* e *Instagram*, serán los mejores canales publicitarios para llegar a nuestro público objetivo.

## b. Diseño y desarrollo del experimento

### i. Descripción del experimento

**Fecha de elaboración del experimento:** 26/04/2021

**Método:** lanzamiento de encuestas mediante redes sociales, *Facebook* e *Instagram*, sobre en donde les gusta visualizar el contenido y valor de nuestra app y lanzamiento de publicaciones para ver el nivel de interacción.

### ii. Bitácora de actividades

Tabla 9. Bitácora de actividades 5

Actividad	Tarea	Resultado
Realizar publicidad por redes sociales ( <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i> )	Crear publicaciones en Facebook e Instagram en el que se incorpore el <i>landing page</i>	Se creó una página en <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i> , en donde se siguió un patrón estético que brindara profesionalidad a los usuarios y se presente el valor y promociones que brinda la app, ya sea la prueba gratuita o los descuentos de los planes que <i>My First Practice</i> ofrece. Asimismo, se creó un <i>landing page</i> , el cual brindó información sobre los <i>early adopters</i> de nuestra app. Todas las herramientas de publicidad fueron efectivas para capturar la atención de los usuarios; por lo que, se pudo obtener una considerable cantidad de seguidores.
	Medir métricas de las reacciones de los usuarios ante los anuncios.	Ambas redes sociales demostraron un alto nivel de interacción en sus diversas publicaciones. Se obtuvo una buena cantidad de likes y visitas a las páginas. Por otro lado, hubo muchos <i>early adopters</i> que se suscribieron en el <i>landing page</i> , y también se interactuó en la encuesta

Fuente: Elaboración propia

### c. Análisis e interpretación de resultados

#### i) Malla receptora

Tabla 10. Malla receptora 5

Cosas interesantes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"><li>● Instagram posee una sección llamada <i>Negocio</i>, en donde te guía a realizar una página enfocada en el sector de la empresa y posibles socios claves para el negocio.</li><li>● Además, Instagram brinda opciones más específicas para tu página, es decir, da opciones de pago de promociones, contenido de marca, respuestas rápidas, conectar página o crear una y edad mínima para los seguidores de la página.</li><li>● Por otro lado, brinda estadísticas tanto de las visitas al sitio como la interacción en cada publicación e historia, te recomienda cual promocionar.</li><li>● Asimismo, la página de Facebook brinda ayuda mediante la realización de 13 pasos, para que la página sea óptima para captar clientes y generar interacción con los usuarios.</li><li>● Instagram tiene una herramienta llamada panel de profesionales, en donde brinda seguimiento del rendimiento de la página.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Instagram debería permitir compartir las historias de la página a los seguidores.</li><li>● Facebook debería rediseñar la interfaz de edición de la página, ya que muchas de las opciones confunden a los editores de la página.</li></ul>
<b>Qué preguntas nuevas haremos</b>	<b>Nuevas ideas</b>

- 
- ¿Cuántas historias de Instagram se deben hacer al día para mantener la interacción con los seguidores?
  - ¿Mantener una estética en las publicaciones de Instagram y Facebook es atractivo para los seguidores?
  - ¿Los seguidores sienten que mediante las publicaciones en las redes sociales es más sencillo saber cómo el valor y las promociones de la app?
  - Realizar una historia interactiva por día tanto en Instagram como Facebook
- 

Fuente: Elaboración propia

## **ii) Principales hallazgos encontrados**

### **Resultados de Instagram:**

En esta red social se realizaron un total de 9 publicaciones y 1 historia.

- Los primeros anuncios falsos fueron 6 publicaciones, las cuales presentan la idea de negocio y los involucrados directamente, estudiantes sin experiencia laboral y asesores. La primera publicación tuvo un alcance de 49 cuentas, 55 impresiones y 21 likes; la siguiente tuvo un alcance de 55 cuentas, 67 impresiones, 23 likes y 1 visita al perfil; mientras la tercera publicación tuvo un alcance de 55 cuentas, 65 impresiones, 22 likes y 6 visitas al perfil. De la misma forma, la cuarta publicación tuvo un alcance de 44 cuentas, 49 impresiones y 21 likes; la quinta, un alcance de 51 cuentas, 55 impresiones, 1 visita al perfil y 21 likes; y finalmente, la sexta un total de 75 cuentas alcanzadas, 99 impresiones, 7 visitas al perfil y 25 likes. Estas publicaciones tienen una duración de 9 días.
- Por otro lado, también se realizaron anuncios falsos para presentar el landing page. Para ello, se hicieron 3 publicaciones, en donde la primera tuvo 69 cuentas alcanzadas, 87 impresiones, 11 vistas al perfil y 12 likes; mientras que la segunda tuvo un alcance de 52 cuentas, 69 impresiones, 1 visita al perfil y 12 likes; por último, la tercera publicación tuvo un total de 71 cuentas alcanzadas, 92 impresiones, 8 visitas al perfil y 14 likes. Estas publicaciones tienen una duración de 6 días.

- Asimismo, la historia creada tuvo la siguiente pregunta: ¿Desde qué medios les gustaría saber más sobre nosotros?; por lo que, 36 personas de 60 seleccionaron la opción redes sociales (Facebook e Instagram).
- La cuenta en general tiene 94 cuentas alcanzadas, 55 interacciones y 113 seguidores. Asimismo, según la herramienta Panel para profesionales, la página tiene un rendimiento de +4.650% a comparación del mes pasado y se llegó a 95 cuentas en los últimos 30 días.

### **Resultados de Facebook:**

En esta red social se realizó 1 publicación.

- El único anuncio falso presentó la promoción exclusiva de suscribirse en el landing page. Esta publicación tuvo un alcance de 30 personas alcanzadas orgánicamente.
- Por otro lado, con respecto a la página en general, tuvo un alcance de 56 personas, 17 interacciones, un total de 21 nuevos me gusta y 103 visitas a la página desde el 9 de abril hasta el 6 de mayo. La página tiene un total de 56 me gusta.

### **Resultados Landing Page:**

- Según lo recopilado en el landing page, hay un total de 20 suscripciones desde el 30 de abril.

### **→ Interpretación de resultados**

En base a los resultados obtenidos, tanto Facebook como Instagram han tenido un considerable alcance a nuestro público objetivo. Mientras más publicaciones se realicen mediante redes sociales, es más sencillo que las personas se mantengan interactuando con nuestra idea de negocio. Además, los seguidores tienen un acceso sencillo y rápido, ya que se mantienen en constante uso de las redes sociales, y compartir la información también logra ser fácil. Por otro lado, las redes sociales utilizadas tienen herramientas que permiten un enfoque más especializado hacia nuestro público objetivo, es decir, las opciones que dan permiten que se llegué mejor a los estudiantes que no laboral y a los que sí, mediante los filtros de edad, país y categoría del negocio. También, cabe recalcar que en landing page permitió que los usuarios sepan de la idea de negocio mientras hace visual una promoción especial para ellos. En conclusión, la naturaleza de nuestro público objetivo, ser joven, permite que interactúe con las redes sociales utilizadas para la promoción de la app; por lo que, es nuestro mejor canal publicitario.

#### d. Aprendizajes – Cambios a realizar

- Se tiene mejor interacción mediante las publicaciones e historias de Instagram.
- Mediante Facebook, es más sencillo que personas de todas las edades entren a nuestra página.
- Es más sencillo compartir publicaciones de nuestra página, y que ésta sea hacia un público en general.
- Se debe realizar por lo menos una historia en Instagram, cuestionarios, para mantener la interacción con los seguidores y usuarios potenciales.
- Asimismo, es recomendable subir contenido que explique más sobre el valor de la app y sus beneficios.

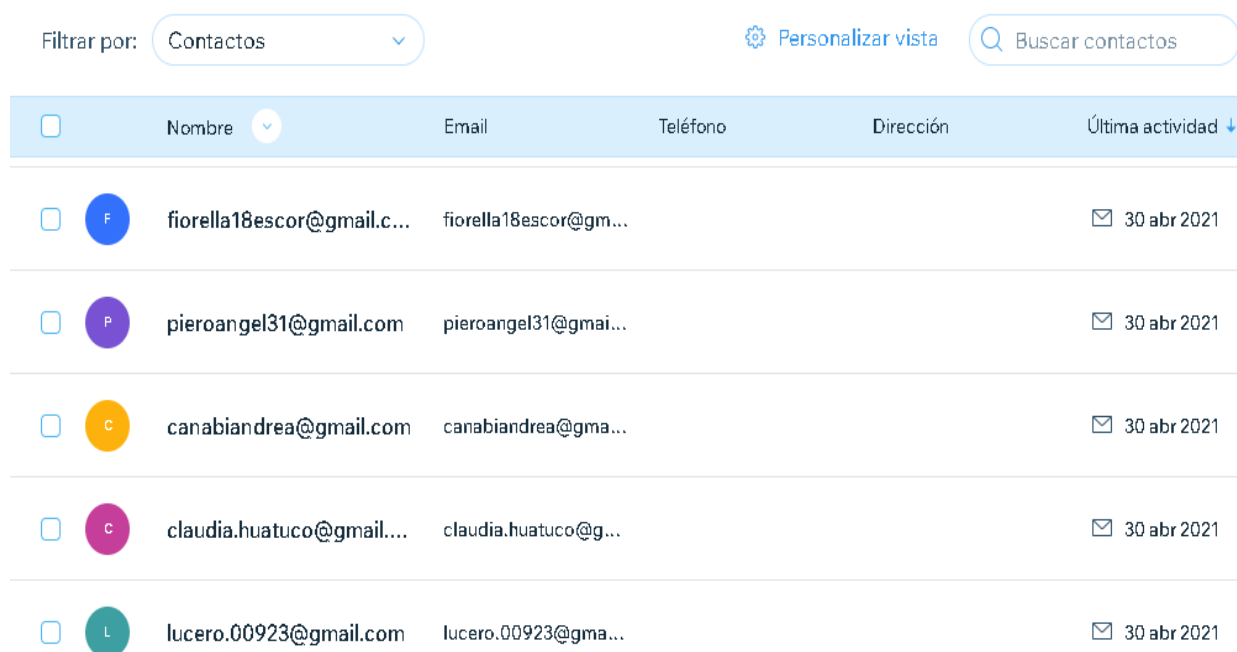
#### e. Sustentación de las validaciones

Landing Page: [Inicio | My First Practice \(wixsite.com\)](#)

Facebook: [My First Practice - Inicio | Facebook](#)

Instagram: <https://instagram.com/myfirstpractice.pe?igshid=14vlhXu648x4j>

Figura 10. Landing Page



Filtrar por: Contactos Personalizar vista

<input type="checkbox"/>	Nombre	Email	Teléfono	Dirección	Última actividad
<input type="checkbox"/>	fiorella18escor@gmail.c...	fiorella18escor@gm...			✉ 30 abr 2021
<input type="checkbox"/>	pieroangel31@gmail.com	pieroangel31@gmai...			✉ 30 abr 2021
<input type="checkbox"/>	canabiandrea@gmail.com	canabiandrea@gma...			✉ 30 abr 2021
<input type="checkbox"/>	claudia.huatuco@gmail....	claudia.huatuco@g...			✉ 30 abr 2021
<input type="checkbox"/>	lucero.00923@gmail.com	lucero.00923@gma...			✉ 30 abr 2021

Fuente: Wix

Figura 11. Página de Instagram



Fuente: Instagram

Figura 12. Página de Facebook



Fuente: Facebook

- **OBJETIVO 2**

**a. Objetivo del experimento:**

La App será el mejor canal para brindar una atención privada y personalizada a nuestro público objetivo

**c. Diseño y desarrollo del experimento**

**i. Descripción del experimento**

Se realizará un focus group con nuestro público objetivo para poder conocer sus opiniones acerca de que la aplicación sea el canal de comunicación para brindar nuestros servicios.

**Fecha de elaboración del experimento:** 29/04/2021

**Método:** focus group de nuestro público objetivo

**Guía de preguntas.**

- ¿Te agrada la idea de tener una atención privada y personalizada con My First Practice a través de un aplicativo móvil? Sí/ NO ¿Por qué?
- ¿Qué opinión tienes acerca del uso del chatbot en la aplicación? ¿Consideras que es necesario?
- ¿Consideras que es útil el botón “envíanos un email” que se encuentra en la App para atender tus dudas y consultas?
- ¿Agregarías otros canales para comunicarte con My First Practice? En caso tu respuesta sea sí, ¿nos podrías mencionar cuál(es)?

**ii. Bitácora de actividades**

Tabla 11. Bitácora de actividades 6

Actividad	Tarea	Resultado
Reunir a nuestro público objetivo	Realizar un focus group	Nuestro público objetivo considera que a través de la aplicación se puede recibir una atención privada y personalizada, ya que les resulta eficiente el uso de un chatbot para respuestas simples e inmediatas y el email directo para una comunicación más específica y compleja. El contar con un chatbot y un

---

Interpretar y analizar los resultados email directo para dudas, consultas y/o quejas les resulta la combinación perfecta para tener una atención eficiente a través de la aplicación.

---

Fuente: Elaboración propia

### c. Análisis e interpretación de resultados

#### i) Malla Receptora

Tabla 12. Malla receptora 6

Cosas interesantes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los estudiantes consideran que la aplicación es un buen canal de</li> <li>• A los usuarios les agradó el uso de <i>chatbot</i> y email en la aplicación.</li> <li>• Algunas personas estaban de acuerdo con agregar la sección preguntas frecuentes y otras discrepaban.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se debe especificar el tiempo de respuesta al usuario en cuanto a la sección “envíanos un email”</li> <li>• Se debe indicar si existe un límite máximo en la extensión del mensaje a enviar.</li> </ul>
Qué preguntas nuevas haremos	Nuevas ideas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Consideras necesario agregar una sección de preguntas frecuentes? ¿Por qué?</li> <li>• ¿Crees que el uso tanto del <i>chatbot</i> como el botón envíanos un mensaje sean medios de atención personalizada suficientes a largo plazo?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si los canales (<i>chatbot</i> y email) no tienen respuestas rápidas y eficientes, a largo plazo podría implementarse un canal de WhatsApp.</li> </ul>

---

Fuente: Elaboración propia

#### ii) Principales Hallazgos



- **Resultados Pregunta N°1:** Los estudiantes indicaron que no solo les resulta agradable el poder tener una atención más personalizada a través de la aplicación, sino que la consideran de suma importancia porque es así como se captará al público al cual nos dirigimos. Por ello, mencionaron que los dos canales con los que cuenta la aplicación (chatbot y email) se respaldan muy bien, haciendo que el cliente tenga una buena experiencia.
- **Resultados Pregunta N°2:** Nuestro público objetivo considera que, si es necesario contar con un chatbot en la aplicación, ya que será de gran utilidad para dar respuestas rápidas a las preguntas frecuentes y más sencillas, haciendo que el usuario pueda tener una atención mucho más ágil y así sentirse satisfecho con la información brindada.
- **Resultados Pregunta N°3:** Todos consideraron que el botón “envíanos un email” es muy importante, porque es un complemento para el chatbot, ya que a través de este medio podrán obtener respuesta de algunas dudas o consultas que quizá no pudieron resolver a través del chatbot. Además, consideran que a través del email pueden tener una atención más personalizada siempre y cuando tenga una respuesta eficiente en cuanto tiempo.
- **Resultados Pregunta N°4:** A nuestros usuarios les agrada mucho la idea de solo contar con el chatbot y el email directo, porque consideran que es suficiente para brindar una buena atención al público, sin embargo, indicaron que, si estos dos medios no funcionan de manera correcta en cuanto tiempo de respuesta o respuestas errónea, sería ideal el uso de WhatsApp.

#### → Interpretación de resultados

Consideramos que nuestro público objetivo está de acuerdo con que a través de la aplicación se pueda dar una atención no solo directa y personalizada, sino rápida y eficiente, ya que les agrado la idea de contar con un chatbot, el cual consideran necesario para brindar respuestas a dudas más sencillas, cortas y rápidas, y con el email, para dar respuestas a dudas, consultas y/o quejas mucho más complejas y específicas, que requieran de una persona que esté detrás para un mayor análisis de la pregunta y así dar una respuesta más completa. Además, es importante para los usuarios que se establezcan tiempos de respuesta y un análisis de ellas, ya que estos consideran que un

canal es eficiente si brinda no solo una respuesta rápida, sino pueda resolver su duda en su totalidad.

#### **d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

- La aplicación es un canal ideal para poder llegar al público objetivo, ya que a través de ella se brindará toda la información necesaria de nuestros servicios.
- El uso de chatbot y email en la aplicación son una combinación perfecta para brindar una atención eficiente.
- El uso de WhatsApp resulta un canal innecesario si es que los medios con los que cuenta (chatbot y email) brindan respuestas rápidas y adecuadas.
- No sería necesario agregar una sección de preguntas frecuentes.

#### **e. Sustentación de las validaciones**

- **Focus Group N° 3**

**Entrevistados:** 5 público objetivo

**Perfil:** Estudiantes de últimos ciclos sin prácticas preprofesionales

**Link de la entrevista:** <https://www.youtube.com/watch?v=pYRqEhJtOio>

**Nombre y apellidos de los entrevistadores:** Estefany Alfaro Salcedo

## **6.2. Validación de recursos claves**

### **6.2.1. Experimento 1**

- **OBJETIVO 1**

#### **a. Objetivo del experimento**

La App es la plataforma digital con mayor aceptación por parte de nuestro público objetivo.

#### **b. Diseño y desarrollo del experimento**

##### **i. Descripción del experimento**

Se realizará un focus group con nuestro público objetivo para poder conocer sus opiniones acerca de la aceptación y/o preferencia hacia las aplicaciones.

**Fecha de elaboración del experimento:** 03/04/2021

**Método:** focus group de nuestro público objetivo

**Guía de preguntas**

- ¿Tienes a interactuar más con Apps o páginas web? ¿Por qué?
- ¿Consideras que es más accesible navegar en una aplicación o en una página web? ¿Por qué?
- ¿Cuáles consideras que son las ventajas de utilizar una aplicación móvil?
- ¿En qué ocasiones prefieres usar una aplicación antes que una página web?
- ¿Consideras que My First Practice debe ofrecer sus servicios a través de una app?

## ii. Bitácora de actividades

Tabla 13. Bitácora de actividades 7

Actividad	Tarea	Resultado
Reunir a nuestro público objetivo	Realizar un <i>focus group</i>	La aplicación móvil es la más usada por el público objetivo debido a su alta accesibilidad y funcionalidad más rápida.
	Interpretar y analizar los resultados	Las aplicaciones móviles son de mayor aceptación, por lo cual el ofrecer nuestros servicios a través de una resulta primordial.

Fuente: Elaboración propia

## c. Análisis e interpretación de resultados

### i) Malla receptora

Tabla 14. Malla receptora 7

Cosas interesantes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las aplicaciones tienen menor probabilidad de que se quede congelado el sistema a comparación de las páginas web.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar mantenimiento a la App para que los usuarios tengan una agradable experiencia e interacción.</li> <li>• Que la App sea disponible y</li> </ul>

- 
- Las Apps poseen una mayor facilidad de acceso y mejor visibilidad, puesto que están más diseñadas para celulares, a comparación de las páginas web, en el cual no se puede visualizar todo el contenido de la pantalla a través de los celulares.
- compatible principalmente para Android, puesto que es el sistema que más poseen las personas en sus celulares móviles.
- 

#### Qué preguntas nuevas haremos

#### Nuevas ideas

- 
- |  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Te gustaría que a largo plazo nuestra App sea compatible con el sistema móvil IOS?</li> <li>• ¿Te incentiva descargar una App que no ocupe mucho espacio de almacenamiento en tu celular?</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Que la App reinvente el color de su plataforma cada cierto tiempo.</li> <li>• Que la App sea disponible con todas las tiendas virtuales de aplicaciones.</li> </ul> |
|--|--|
- 

Fuente: Elaboración propia

#### ii) Principales Hallazgos

- **Resultados Pregunta N°1:** Todos los entrevistados mencionaron que tienden a interactuar más con aplicaciones que con páginas web, debido a que al tener la aplicación instalada en el celular es mucho más sencillo de poder interactuar, ya que una página web que suele abrirse desde el celular es más complicado de utilizar por la demora en la carga y la redirección de páginas y/o secciones. Además, que las aplicaciones les resultan más precisas, prácticas y más didácticas en cuanto a diseño.
- **Resultados Pregunta N°2:** Los usuarios mencionaron que navegar en aplicaciones es mucho más accesible, es decir se pueden acceder con facilidad, es comprensible y son de rápido alcance en cuanto a la información que se brinda.
- **Resultados Pregunta N°3:** Las ventajas que mencionaron fueron: la accesibilidad de acceder a la información y de interacción, la precisión, practicidad y que el funcionamiento es mucho más rápido y no suelen colgarse al interactuar en él.
- **Resultados Pregunta N°4:** Suelen utilizar más las aplicaciones cuando tienen la necesidad de recibir notificaciones de temas de su interés, en actividades que

requieran de muchos accesos, al hacer pagos, revisar bolsas laborales y la interacción que requiera de enviar mensajes.

- **Resultados Pregunta N°5:** Todos los usuarios indicaron que My First Practice debe brindar sus servicios a través de una aplicación debido a que es más accesible, el uso sería más frecuente, resulta más atractivo para el público y la importancia de recibir notificaciones a través de esta de los cursos y ofertas laborales que se ofrecen.

#### → Interpretación de resultados

Podemos determinar que la plataforma digital con mayor aceptación son los aplicativos móviles, debido a sus amplias ventajas en cuanto a las páginas web, siendo las más relevantes la alta accesibilidad y su practicidad de funcionamiento. Consideramos que My First Practice al ser una aplicación es de la preferencia de los usuarios, llegaría con mayor facilidad a nuestro público objetivo, haciendo que su experiencia a través de ella sea la más satisfactoria y eficiente. Además, es importante resaltar la gran importancia que le dan los usuarios el de recibir notificaciones de la aplicación, ya que es así como se les mantendrá más informados siempre de todos los servicios y/o información que sea de su interés.

#### d. Aprendizajes – Cambios a realizar

- Las aplicaciones móviles son las que tienen mayor aceptación de nuestro público objetivo, ya que cuentan con más ventajas competitivas.
- Las aplicaciones móviles resultan más didácticas, atractivas y de mayor alcance para los estudiantes.
- Una de las ventajas de las aplicaciones es el poder tener la opción de notificaciones, ya que es así como mantienen informado y en constante interacción al consumidor.

#### e. Sustentación de las validaciones

- **Focus Group N° 3**

**Entrevistados:** 5 público objetivo

**Perfil:** Estudiantes de últimos ciclos sin prácticas preprofesionales

**Link de la entrevista:** <https://www.youtube.com/watch?v=pYRqEhJtOio>

**Nombre y apellidos de los entrevistadores:** Estefany Alfaro Salcedo.

- **OBJETIVO 2**

- a. Objetivo del experimento**

Los cursos especializados aumentan la probabilidad de conseguir prácticas preprofesionales.

- b. Diseño y desarrollo del experimento**

- i. Descripción del experimento**

Se realizará entrevistas a expertos en el ámbito de empleabilidad, los cuales en base a su experiencia nos ayudarán a determinar la importancia de los cursos especializados en practicantes, lo cual se complementará con la investigación de los cursos más solicitados hoy en día.

- Guía de preguntas especialistas**

- En base a tu experiencia, ¿Consideras que es importante que los practicantes tomen cursos de especialización de acuerdo con sus carreras? ¿Por qué?
      - ¿Cuáles son los cursos indispensables con los que debe contar todo practicante hoy en día?
      - ¿Cuáles son los nuevos cursos que se han incrementado como requerimiento tras la coyuntura actual?
      - En cuanto a idiomas, ¿Cuáles son los idiomas más solicitados hoy en día en el mercado laboral?
      - ¿Qué cursos de capacitación en cuanto a competencias y/o habilidades recomienda a los practicantes preprofesionales que deberían tomar?

- ii. Bitácora de actividades**

Tabla 15. Bitácora de actividades 8

<b>Actividad</b>	<b>Tarea</b>	<b>Resultado</b>
Contactar a expertos en empleabilidad y reclutamiento.	Entrevistas a expertos.	Los dos especialistas en base a su experiencia consideran que es de suma importancia que los practicantes tomen cursos especializados para que estén más preparados y calcen en los perfiles requeridos. Nos indican que deben tomar cursos tanto de conocimientos

	específicos de su carrera como de competencias y habilidades blandas.
Búsqueda en portales de trabajo virtuales.	Investigación de los cursos especializados más solicitados por las empresas. Los cursos especializados más solicitado por las empresas varían de acuerdo con el puesto al cual postulan, sin embargo, lo más requeridos son los cursos de ofimática, cursos digitales y de relacionados a base de datos.

Fuente: Elaboración propia

### c. Análisis e interpretación de resultados

#### i) Malla Receptora

Tabla 16. Malla receptora 8

Cosas interesantes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"> <li>● La especialización de cursos requeridos, ayudan también a decidir tu especialización en cuanto a áreas en donde quieras trabajar.</li> <li>● La importancia de estar capacitados en los cursos básicos como Excel.</li> <li>● Cursos enfocados en la digitalización son los que más se solicitan hoy en día.</li> <li>● El buen manejo de plataformas digitales es uno de los requisitos nuevos de las empresas.</li> <li>● Los idiomas resultan un plus en el perfil del estudiante.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Que los estudiantes con experiencia laboral pregunten a sus alumnos constantemente si entendieron lo enseñado.</li> <li>● Que los cursos se enfoquen más en programas de ofimática, puesto que con la pandemia actual los programas de sistemas son los más demandados tanto por grandes empresas como por mypes.</li> </ul>
Qué preguntas nuevas haremos	Nuevas ideas

- 
- ¿Ustedes resaltan más los certificados obtenidos o el conocimiento adquirido en un curso?
  - ¿Qué tipo de plataformas digitales deben manejar con facilidad los practicantes hoy en día?
  - Brindar cursos enfocados en el desarrollo de habilidades blandas.
  - Brindar cursos de idiomas según los más requerimientos.
- 

Fuente: Elaboración propia

## ii) Principales Hallazgos

- **Resultados Pregunta N° 1:** Los expertos indicaron que es de suma importancia que los estudiantes que estén en búsqueda de sus primeras prácticas estén en constante aprendizaje y especialización de los cursos de sus carreras, debido a que esto los ayudará a calzar en los perfiles requeridos, sino que también ayudará a que decidan hacia que área o puesto en específico quieren inclinarse.
- **Resultados Pregunta N° 2:** Los expertos mencionan que los cursos más solicitados dependen mucho de la carrera y el puesto al cual postulan los estudiantes, pero en general se solicita mucho, cursos relacionados a la ofimática, cursos relacionados a lo digital y cursos en cuanto a la gestión y análisis de data. Ellos mencionaron: Excel, Word, Power Bi, CRM, CQL, SAP, software de diseño, entre otros
- **Resultados Pregunta N° 3:** Ellos mencionan que los cursos que se solicitan más debido a la coyuntura son los relacionados con lo digital, manejo de redes y plataformas de conectividad.
- **Resultados Pregunta N° 4:** En cuanto a los idiomas, ellos mencionan que el idioma fundamental es el inglés, indican que es preferible tenerlo en nivel intermedio o avanzado para poder ser más atractivo ante las empresas. Además, mencionan que los idiomas como el portugués, francés y alemán están que se potencian hoy en día, pero todo dependerá de la empresa a donde están postulando.
- **Resultados Pregunta N° 5:** Los especialistas recomendaron potenciar sus habilidades y/o competencias con cursos de inteligencia emocional, liderazgo, trabajo en equipo y planificación y organización.



## → Interpretación de resultados

Podemos determinar que es de suma importancia que los estudiantes se capaciten cada vez más con cursos especializados, debido a los exigentes requerimientos del mercado, lo cual no solo le permite poder calzar en el perfil al cual postulan sino también lograr decidir en qué área desean especializarse. Asimismo, es muy relevante que opten por cursos de ofimática, cursos digitales y de gestión de datos, además, de contar con un buen manejo de plataformas de comunicación e interacción, esto debido a la coyuntura. Por último, resulta primordial que no descuiden el seguir potenciando sus habilidades y/o competencias, ya que, al ser estudiantes en búsqueda de sus primeras prácticas preprofesionales, muchas de las evaluaciones y/o entrevistas en las empresas se dan en base a competencias.

### d. Aprendizajes – Cambios a realizar

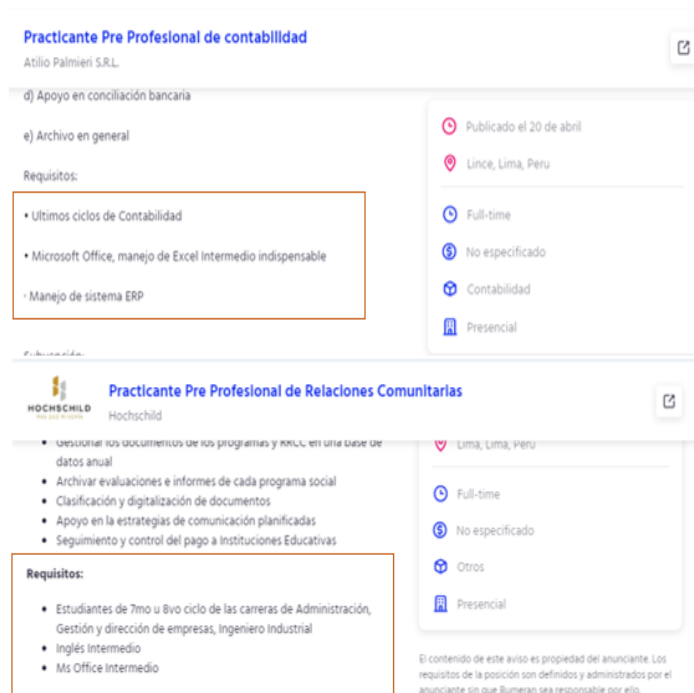
- La importancia de capacitarse radica en poder estar más preparados para entrar a la vida laboral y poder especializarse en un área en específica.
- Los cursos que debe brindar nuestra aplicación deben estar relacionados con ofimática, cursos digitales y la gestión de data.
- Se deben implementar cursos de idiomas, a parte del inglés, según el requerimiento del público.
- Cursos enfocados en la capacitación de habilidades y/o competencias también resultan relevantes.

### e. Sustentación de las validaciones

Requisitos de cursos especializados - ofertas laborales practicantes preprofesionales.

Figura 13. Requisitos de cursos especializados

The image shows two job listings from Bumeran. The first listing is for a 'Practicante Pre Profesional de Atracción y Selección' by Minsur S.A. in Lima, Peru. It lists requirements under 'Conocimientos' which include: Ms. Excel - Avanzado (Indispensable), SAP GUI (Deseable), PowerBI (Deseable), Conocimiento en presentaciones de alto impacto en PowerPoint, and Gestión de Bases de Datos. The second listing is for a 'Practicante Pre Profesional - Comercial/ Marketing'. Its requirements include: Estudiantes en curso de 7mo ciclo, de las carreras de marketing, comunicaciones, administración o afines; Inglés a nivel intermedio - avanzado; Ms Office a nivel intermedio; and De preferencia con conocimiento y manejo de Photoshop, Illustrator. Both listings also show details like location (Lima, Lima, Peru), contract type (Full-time), and work mode (Desde casa).



Fuente: Bumeran

- **Entrevista N°1:**

**Especialista:** Fiorela Pizarro Sayán

**Ocupación:** Asistente de Reclutamiento y Selección en Sanna.

**Link de la entrevista:** <https://www.youtube.com/watch?v=YJCr6h0u7Tc>

**Entrevistador:** Estefany Alfaro Salcedo

- **Entrevista N°2:**

**Especialista:** Sebastián Madrid Loayza

**Ocupación:** Asistente de Selección y Capacitación en Pluspetrol.

**Link de la entrevista:** <https://www.youtube.com/watch?v=NON55cZHQHI>

**Entrevistador:** Estefany Alfaro Salcedo

- **OBJETIVO 3**

- a. **Objetivo del experimento**

Las ofertas laborales de mypes poseen un menor nivel de dificultad para conseguir prácticas preprofesionales.

- b. **Diseño y desarrollo del experimento**

### **i. Descripción del experimento**

Se realizará una búsqueda de ofertas laborales en portales de empleo como LinkedIn, CompuTrabajo y Bumeran, tanto de grandes corporaciones y mypes, para poder hacer un comparativo de los requisitos que se les exige a los practicantes preprofesionales que solicitan.

### **ii. Bitácora de actividades**

Tabla 17. Bitácora de actividades 9

<b>Actividad</b>	<b>Tarea</b>	<b>Resultado</b>
Búsqueda en portales de trabajo virtuales.	Comparación de los requisitos de ofertas laborales de MYPES y grandes corporaciones.	Se tiene como resultado que son las mypes las que cuentan con menos requisitos, entre deseables e indispensables, los que se requieren al momento de buscar un practicante preprofesional. Por el contrario, las grandes empresas suelen solicitar una serie de requisitos más centrados en conocimientos de diversos cursos especializados.

Fuente: Elaboración propia

### c. Análisis e interpretación de resultados

#### i) Malla receptora.

Tabla 18. Malla receptora 9

<b>Cosas interesantes</b>	<b>Críticas constructivas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>● Las grandes empresas suelen pedir más de 3 meses de experiencia.</li><li>● Las mypes suelen contratar a estudiantes en base a competencias identificadas.</li><li>● Exigen cursos de manera “indispensables” y no “deseable”.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Las mypes deben realizar alianzas estratégicas con plataformas digitales que ayuden a dar a conocer a más personas sobre las ofertas laborales disponibles.</li><li>● Las mypes podrían resaltar aquellas prácticas que no se requiere de experiencia previa.</li></ul>
<b>Qué preguntas nuevas haremos</b>	<b>Nuevas ideas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>● ¿Cuáles son los conocimientos académicos que más resaltan las mypes en los practicantes?</li><li>● ¿Cuáles son las habilidades blandas que hacen destacar a un candidato del resto de postulantes?</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Formar conexiones con las mypes para facilitar el acceso de sus ofertas laborales y así lograr mayor publicidad de estas.</li><li>● Que las mypes potencien su participación en ferias o eventos culturales que se realizan en universidades para dar a conocer sobre sus ofertas laborales.</li></ul>

Fuente: Elaboración propia

#### ii) Principales hallazgos.

- Las pequeñas y medianas empresas son las que cuentan con menos requisitos al momento de solicitar a sus practicantes.
- Algunas mypes suelen pedir cursos especializados en niveles básico e intermedio, se enfocan más en las competencias.
- Las grandes corporaciones exigen experiencia mínima de 3 meses a los practicantes a comparación de las mypes que nos les resulta relevante.

- Las grandes corporaciones suelen poner sus requisitos como “indispensables”, lo que complica que el practicante calce en el perfil requerido.

#### → Interpretación de resultados

Luego del análisis y comparación realizada, podemos determinar que es mucho más asequible postular a las pequeñas y medianas empresas debido a que sus requisitos en los puestos no son tan elevados ni especializados, lo que es beneficioso para el practicante debido a que puede obtener el puesto en base a competencias, puede formarse en la empresa e ir ganando experiencia. Asimismo, el que las grandes empresas exijan experiencia a los practicantes preprofesionales complica mucho más su proceso de selección, ya que la mayoría de ellos está postulando para obtener su primera experiencia laboral, además, el que tengan requisitos como “indispensable” hace que el estudiante no calce en el perfil descartando esa postulación.

#### d. Aprendizajes – Cambios a realizar

- El postular a mypes permite tener mayores posibilidades de calzar en el perfil requerido, por lo cual se puede ganar experiencia en el mundo laboral e ir formándose en el camino profesional.
- Las exigencias en cuanto a conocimientos de cursos especializados de cada área según carrera son más exigentes en las grandes corporaciones, siendo en muchos casos requisitos indispensables y no deseables para poder conseguir el puesto.
- Las grandes empresas en muchas ocasiones exigen experiencia a los estudiantes que están en búsqueda de su primer trabajo, lo cual dificulta mucho su proceso de conseguir sus prácticas.

## e. Sustentación de las validaciones

Figura 14. Ofertas Laborales de grandes empresas.

**Practicante Pre Profesional de Capacity - Clínica Delgado**  
AURUA

**REQUISITOS:**

- Estudiante de últimos ciclos (7mo en adelante) de las carreras de Ingeniería Industrial, afines.
- Prácticas previas en áreas de operaciones, planificación y afines. (deseable)
- Indispensable: MANEJO EN BASE DE DATOS.
- Excel Avanzado y Office Avanzado
- BI y Big Data (deseable)
- Data Mining y SQL (deseable)
- Deseable inglés intermedio.
- Conocimiento en Diseño e implementación de paneles y dashboard interactivos.

Publicado el 25 de abril  
Miraflores, Lima, Peru

Presencia

No especificado

Administración de Base de Datos

Presencial

Actualizar sueldo en Mi CV

Ingresar tu sueldo neto pretendido

Postularme

---

**Los Portales** PRACTICANTE PRE PROFESIONAL DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN - UNIDAD ...  
Los Portales

**PRACTICANTE PRE PROFESIONAL DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN (UNIDAD VIVIENDA)- MAGDALENA DEL MAR**

**Requisitos:**

- Estudiante a partir de 8vo ciclo de carreras como Psicología
- Experiencia mínima de 6 meses en el área de reclutamiento y selección
- Conocimiento de pruebas psicométricas y proyectivas (Indispensable)
- Excel intermedio

Publicado el 26 de abril  
Lima, Lima, Peru

Full-time

No especificado

Selección

Presencial

Actualizar sueldo en Mi CV

Ingresar tu sueldo neto pretendido

Postularme

Fuente: Bumeran

Figura 15. Ofertas Laborales de Mypes

**EXACTA** EXACTA OPERADOR LOGISTICO SAC

**Descripción**  
Estudiante de los últimos ciclos de la carrera de Contabilidad.  
Egresado de la carrera técnica de Contabilidad.  
Vivir en zonas aledañas a Villa El Salvador.

**Formación:**  
Conocimiento de Excel (intermedio avanzado).  
Conocimiento básico en el manejo del sistema contable Starsoft (Deseable).

**Habilidades:**  
Conocimiento en libros contables, documentos tributarios, facturas, recibos, entre otros.

---

**TOMCAR CONTRATISTAS SAC**

**Descripción**  
**Requisitos:**

- Egresado y/o universitario cursando los últimos ciclos de la carrera de In. Industrial, ambiental o administración.
- Conocimientos en operaciones de logística, control de Calidad y SSOMA
- Excel a nivel intermedio
- Disponibilidad para laborar en Lurín

**Habilidades:**  
Trabajo en equipo  
comunicación asertiva  
Puntualidad  
Honestidad  
Mejora continua

Fuente: Bumeran

### 6.3. Validación de Actividades Clave

#### 6.3.1. Experimento 1

##### ● OBJETIVO 1

##### a. Objetivo del experimento

Las sesiones brindadas por los estudiantes con experiencia laboral calificados y con disposición a enseñar son de calidad.

##### b. Diseño y desarrollo del experimento

##### i. Descripción del experimento

**Fecha de elaboración del experimento:** 28/04/2021

**Método:** entrevistas a estudiantes con experiencia laboral

##### **Guía de entrevistas**

- ¿Cuándo obtuviste tus primeras prácticas, recuerdas los requisitos que la empresa te pedía para ocupar el puesto? ¿Podrías comentarlas?
- Ahora que tienes experiencia laboral, ¿Qué programas suele usar con mayor frecuencia? ¿Por qué?
- Actualmente, ¿Sigues estudiando algún programa o especialización en algún curso? ¿Cuáles?
- Luego de comentarle sobre la idea de negocio, ¿Qué opinión tienen sobre la aplicación My First Practice?
- ¿Te gustaría la idea de asesorar y capacitar a estudiantes sin experiencia laboral que se encuentran en búsqueda de su primer empleo?
- ¿Estaría interesado en formar parte de My First Practice? ¿Por qué?

##### ii. Bitácora de actividades

Tabla 19. Bitácora de actividades 10

Actividad	Tarea	Resultado
		Realizar entrevistas vía zoom
	Contactar con estudiantes que tienen experiencia laboral.	con 4 estudiantes con experiencia laboral. El 100% de los contactos referidos tienen experiencia en el uso de programas

<p>Buscar estudiantes con experiencia laboral</p>	<p>Entrevistar a estudiantes con experiencia laboral (referidos)</p>	<p>informáticos y cursos de especialización relacionados a su carrera y están dispuestos a formar parte de <i>My First Practice</i> por lo que generarían valor agregado a la propuesta de valor de la aplicación brindando asesorías y capacitaciones a los estudiantes sin experiencia laboral.</p>
---	--	---

Fuente: Elaboración propia

### c. Análisis e interpretación de resultados

#### i) Malla receptora:

Tabla 20. Malla receptora 10

Cosas interesantes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Los estudiantes con experiencia laboral se encuentran bien capacitados en el manejo de programas informáticos utilizando los datos del sector en la cual se encuentran.</li> <li>● Los estudiantes con experiencia laboral tienen capacitaciones y especializaciones en cursos relacionados a sus carreras y a sus trabajos.</li> <li>● Ellos manifiestan que el conocimiento en el manejo de office no es suficiente para desenvolverse en el trabajo por lo que deciden aprender el uso de nuevos programas.</li> <li>● Los estudiantes con experiencia laboral están dispuestos a realizar asesorías a</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Implementar un filtro de selección de estudiantes con experiencia laboral de acuerdo con sus conocimientos con la finalidad de asegurarse de contar con estudiantes muy bien capacitados.</li> </ul>



---

nuestros usuarios.

---

Qué preguntas nuevas haremos	Nuevas ideas
<ul style="list-style-type: none"><li>• ¿Cuáles crees que serían las estrategias de selección para contar con los mejores estudiantes con experiencia laboral?</li><li>• ¿Estarías interesado en dictar clases a través de la aplicación <i>My First Practice</i>?</li><li>• ¿Qué esperas recibir a cambio de dictar clases por la aplicación?</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Impulsar la publicidad de la aplicación a través de las redes sociales para captar la mayor cantidad de estudiantes con experiencia laboral que deseen formar parte de <i>My First Practice</i>.</li><li>• Desarrollar filtros de selección para asegurarse de contar con estudiantes con experiencia laboral con conocimientos en diversos programas y cursos para que generen valor a la aplicación</li></ul>

---

Fuente: Elaboración propia

## ii) Principales hallazgos encontrados:

- **Resultados Pregunta N°1:** Los entrevistados manifestaron que dentro de los requisitos que las empresas estaban buscando se encontraba el conocimiento en el área disponible, algunos cursos de especialización en el área y el uso de programas informáticos ya que actualmente para las empresas es fundamental que un estudiante maneje aquellos programas para que genere valor en la empresa a través de sus capacidades y conocimientos.
- **Resultados Pregunta N°2:** Los estudiantes con experiencia laboral comentaron que los programas que utilizan dependen mucho de las funciones de cada área, sin embargo, manifestaron que los programas en los cuales tienen mayor conocimiento debido a su constante uso en la empresa son Excel, office, SAP, Python.
- **Resultados Pregunta N°3:** Los entrevistados comentaron que siguen estudiando programas informáticos como Power Bi y SQL con la finalidad de facilitar el manejo de información de las empresas en donde se encuentran laborando.

Asimismo, mencionaron que es importante para ellos llevar cursos de especialización sobre temas relacionados a las actividades de la empresa con la finalidad de estar actualizados en todos los procesos que realiza el negocio.

- **Resultados Pregunta N°4:** Los entrevistados opinan que la idea de negocio es muy atractiva y que consideran que puede ayudar a muchos estudiantes en el proceso de conseguir sus primeras experiencias laborales. Asimismo, opinan que la idea de que estudiantes con experiencia laboral asesoren a los estudiantes sin experiencia en temas relacionados a la utilización de programas y los procesos de selección en determinadas empresas les facilitaría sus experiencias durante aquellos filtros.
- **Resultados Pregunta N°5:** Los entrevistados comentaron que les agrada la idea de asesorar a los estudiantes que se encuentran en búsqueda de sus primeras prácticas porque conocen la sensación de no ser considerado apto para una empresa, asimismo, manifiestan su deseo de poder haber contado con los consejos de una persona para afrontar esas etapas y que si están en las posibilidades de apoyar a un estudiante con gusto lo harían.
- **Resultados Pregunta N°6:** Los estudiantes con experiencia laboral manifestaron su interés por pertenecer a la idea de negocio ya que consideran que su cooperación en asesorías a los estudiantes sin experiencia laboral permitiría que ellos puedan tener una mejor experiencia durante el proceso de selección en cualquier empresa.

#### → Interpretación de resultados

A partir de los resultados se logra interpretar que los estudiantes con experiencia laboral tienen muy buena predisposición para brindar asesorías y capacitaciones a los estudiantes sin experiencia laboral. Además, se logra validar que los estudiantes con experiencia laboral cuentan con los conocimientos en manejo de diversos programas, cursos de especialización y hasta del sector en donde se encuentran laborando por lo que se puede decir que manejan una gran cantidad de información que puede ser compartida y transmitida a los estudiantes interesados en pertenecer a una determinada empresa o sector. Por último, se logra concluir que los estudiantes con experiencia laboral sí generarían un valor agregado al modelo de negocio ya que manejan bastante información sobre el sector en donde se encuentran laborando y el manejo de programas informáticos.

**d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

- Aprovechar el conocimiento de los estudiantes con experiencia laboral en diversos programas informáticos y la forma en cómo lo manejan en las empresas con la finalidad de que ellos puedan transmitirlos a los estudiantes sin experiencia laboral y los preparen para futuros procesos de selección.
- Utilizar el conocimiento de los estudiantes con experiencia laboral en el rubro que se encuentran trabajando con el objetivo de transmitir la información del sector a los estudiantes que se encuentran en búsqueda de sus primeras prácticas y animarlos a postular a los siguientes procesos de selección.
- Realizar filtros de selección de estudiantes con experiencia laboral que desean formar parte de My First Practice con la finalidad de seleccionar a los más capacitados para la empresa con la finalidad de generar valor a la aplicación producto de sus conocimientos y destrezas en el manejo de diversos programas informáticos y cursos de especialización.

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

- **Entrevista N°1:**

**Entrevistado:** Álvaro de la Cruz Romero

**Centro Laboral:** Trabajador del área de Finanzas de la Empresa Textiles Romero SAC

**Carrera:** Administración y Negocios Internacionales - VIII Ciclo

**Universidad:** Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/DozeKFBqkfY>

**Entrevistador:** Piero Santana Daza

- **Entrevista N°2:**

**Entrevistado:** Georgesua Chávez Chalco

**Centro Laboral:** Trabajador del área de marketing de la empresa Creditex SAC.

**Carrera:** Administración y Negocios Internacionales - VIII Ciclo

**Universidad:** Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

**Link de la entrevista:** [https://youtu.be/r9dzy\\_NsuWM](https://youtu.be/r9dzy_NsuWM)

**Entrevistador:** Piero Santana Daza

- **Entrevista N°3:**

**Entrevistado:** Fiorella Silvana Tapia Navarro

**Centro Laboral:** Trabajadora del área de Recursos Humanos de la empresa Edward Remix SAC

**Carrera:** Administración y Negocios Internacionales - IX Ciclo

**Universidad:** Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas - UPC

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/hXHRDG1aLKE>

**Entrevistador:** Piero Santana Daza

- **Entrevista N°4:**

**Entrevistado:** Hugo Rojas da Silva

**Centro Laboral:** Asistente Administrativo en el área de personal de la empresa Global Entertainment SAC

**Carrera:** Administración y Negocios Internacionales - VIII Ciclo

**Carrera:** Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas - UPC

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/Pu5bVPyxq8I>

**Entrevistador:** Piero Santana Daza

- **OBJETIVO 2**

- a. Objetivo del experimento**

Las MYPES encuentran buen potencial en los estudiantes sin experiencia laboral.

- b. Diseño y desarrollo del experimento**

- i. Descripción del experimento**

- Fecha de elaboración del experimento:** 28/04/2021

- Método:** entrevistas a mypes y recopilación e investigación de los requisitos más solicitados por parte de estas empresas.

- Guía de entrevistas**

- ¿Podrías comentarnos las principales actividades que realiza la empresa?
        - ¿La empresa cuenta con practicantes? De ser el caso, ¿Nos podrías comentar el proceso de selección que realizan con los estudiantes sin experiencia laboral?
        - ¿Cuáles son los principales requisitos que debe cumplir un estudiante para ocupar el puesto de practicante preprofesional?
        - Por último, ¿La empresa encuentra buen potencial en los estudiantes sin experiencia laboral? ¿Por qué?

## ii. Bitácora de actividades

Tabla 21. Bitácora de actividades 11

Actividad	Tarea	Resultado
	Investigar y recopilar información acerca de los requisitos de las ofertas laborales de las mypes.	De las 10 ofertas laborales recopiladas de distintas plataformas, todas las empresas anunciantes transmiten su deseo de contar con practicantes ya que observan un buen potencial de desarrollo en ellos y lo contrastan en las funciones y requisitos que deben cumplir para ocupar la vacante.
Entrevista con representantes de las mypes.	Buscar representantes de MYPES y entrevistarlas.	Se logró contactar y acordar una reunión vía zoom con 3 empresas.
	Interpretar los resultados obtenidos en las entrevistas.	De las tres MYPES entrevistadas, ambas opinan que los estudiantes que están en busca de sus primeras prácticas tienen buen potencial por el hecho de que esa oportunidad representa su primera experiencia y comentan que tienen toda la disposición para aprender y sumar a la empresa.

Fuente: Elaboración propia

### c. Análisis e interpretación de resultados

#### i) Malla receptora:

Tabla 22. Malla receptora 11

<b>Cosas interesantes</b>	<b>Críticas constructivas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Las mypes encuentran buen potencial en los estudiantes sin experiencia laboral ya que logran observar en ellos el entusiasmo y dedicación por aprender nuevas actividades.</li> <li>● A comparación de los requisitos exigentes para prácticas por parte de las grandes empresas las pymes presentan condiciones más accesibles para los estudiantes por lo que representa una oportunidad para que puedan comenzar sus prácticas preprofesionales.</li> <li>● Las mypes consideran a los estudiantes sin experiencia laboral un valor agregado para la organización ya que tienen ideas y conocimientos actualizados en el manejo de programas que ayuden a beneficiar a la empresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Las mypes consideran que sus publicaciones sobre anuncios laborales no logran, en gran parte de las ocasiones, obtener buenos resultados ya que consideran que los estudiantes no toman mucha importancia de las ofertas de este tipo de empresa por lo que esperan mejorar sus estrategias para contar con el personal idóneo en cada una de sus vacantes disponibles.</li> </ul>
<b>Qué preguntas nuevas haremos</b>	<b>Nuevas ideas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ¿Qué condiciones debe tener un candidato ideal para las empresas mypes?</li> <li>● ¿Considera que existe una gran oferta por parte de las pymes en contar con practicantes preprofesionales? ¿Por qué?</li> <li>● ¿Cuáles crees que son las razones por las cuales se les dificulta a los estudiantes sin experiencia laboral postular a grandes empresas?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ser el nexo entre los estudiantes sin experiencia laboral y las pymes para que la empresa logre cubrir las vacantes disponibles de practicantes.</li> <li>● Ofrecer a las pymes una lista de candidatos disponibles que logren cumplir los requisitos solicitados por la empresa para que de esa forma facilitar sus procesos de selección.</li> </ul>

- 
- Contar con un espacio dentro de la aplicación con la finalidad de captar anuncios de mypes para ofrecer a los estudiantes sin experiencia laboral mayores oportunidades de iniciar con sus prácticas preprofesionales.
- 

Fuente: Elaboración propia

## **ii) Principales hallazgos encontrados:**

### **Hallazgos de las investigaciones**

- Se logró recopilar información de ofertas laborales de MYPES a través de plataformas tales como LinkedIn, CompuTrabajo, Bumeran, Indeed. A partir de ello, se logró evidenciar que todas las MYPES que publican sus ofertas laborales para prácticas preprofesionales encuentran buen potencial en los estudiantes, esto se ve reflejado en los requisitos y en las funciones que debe cumplir cada practicante en la empresa contratante. Asimismo, se evidencia que los requisitos no son tan complicados de cumplir a diferencia de las grandes empresas por lo que los estudiantes que se encuentran en búsqueda de su primera experiencia laboral tendrían mayores posibilidades de conseguir el empleo. Del mismo modo, se evidencia el interés de las empresas en contar con practicantes ya que los estudiantes cuentan con ideas y conocimientos actualizados para el desarrollo de proyectos que beneficien a la empresa.

### **Hallazgos en las entrevistas**

- **Resultados Pregunta N°1:** Son empresas que se dedican a atender a un segmento específico del mercado en donde los trabajadores deben de poseer conocimiento sobre las actividades principales en el rubro, así como también el manejo de diferentes programas informáticos con la finalidad de agilizar la toma de decisiones.
- **Resultados Pregunta N°2:** Comentaron que las empresas cuentan con practicantes preprofesionales y dentro del proceso de selección el aspecto más relevante para las empresas al momento de contratar a un estudiante es la actitud, habilidades blandas y

competencias, acompañadas del manejo de algunos programas esenciales que requiera el puesto disponible.

- **Resultados Pregunta N°3:** Mencionaron que dentro de los principales requisitos que buscan en un estudiante son las habilidades en el manejo de programas básicos, la especialización en cursos relacionados al sector y algunos otros requisitos adicionales que se relacionen con el puesto disponible y al comparar con los procesos de selección para prácticas que realizaron anteriormente los estudiantes sí cumplen con aquellos requisitos y su desenvolvimiento en la empresa es muy aceptable.
- **Resultados Pregunta N°4:** Mencionaron que sí encuentran potencial en los estudiantes que se encuentran en búsqueda de su primera experiencia laboral ya que observaron en ellos mucho compromiso y dedicación para aprender. De igual forma resaltan que los estudiantes que comienzan con sus prácticas siempre buscan lograr tener reconocimiento y para las empresas es una acción muy importante ya que impacta directamente en el desempeño laboral de cada trabajador. Además, los representantes de las mypes comentaron que es recomendable mantener comunicación con los postulantes durante todo el proceso de selección y afirmaron que esta acción es muy dificultosa debido al poco nivel de interés que tienen los estudiantes en trabajar en estos tipos de empresas.

#### → Interpretación de resultados

Luego de realizar las entrevistas a 3 mypes y a partir de los hallazgos encontrados se logra interpretar que este tipo de empresas sí encuentran potencial en los estudiantes sin experiencia laboral, esto debido a que para ellos representan un valor agregado para la organización producto de las nuevas ideas y conocimientos en diversos programas que pueden poner en práctica en la empresa. Asimismo, las mypes consideran que los estudiantes generan valor ya que tienen toda la disponibilidad y entusiasmo por aprender los procesos y las principales actividades de la empresa, aprendizaje que de una u otra manera logra impactar positivamente en los resultados organizacionales a través de su desempeño laboral.

#### **d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

- Realizar constante publicidad de la aplicación y su propósito con la finalidad de transmitir a las mypes la finalidad y su funcionalidad en el mercado laboral.



- Ofrecer un espacio donde las mypes puedan publicar sus ofertas laborales relacionadas a prácticas preprofesionales con la finalidad de captar estudiantes universitarios con las capacidades que la empresa se encuentre buscando.
- Las mypes encuentran potencial de desarrollo en los estudiantes debido al compromiso y dedicación que presentan al momento de interactuar y desarrollar sus actividades en sus respectivos trabajos.

#### **e. Sustentación de las validaciones**

- **Entrevista N°1:**

**Entrevistado:** Silvana Tapia Navarro

**Centro Laboral:** Empresa Edward Remix SAC

**Cargo:** Trabajadora del área de Recursos Humanos

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/fZJ3RDfplE4>

**Entrevistador:** Piero Santana Daza

- **Entrevista N°2:**

**Entrevistado:** Hugo Rojas

**Centro Laboral:** Empresa Familiar Global Entertainment SAC

**Cargo:** Trabajador del área de Personal

**Link de la entrevista:** [https://youtu.be/KdH5\\_uKtEGI](https://youtu.be/KdH5_uKtEGI)

**Entrevistador:** Piero Santana Daza

- **Entrevista N°3:**

**Entrevistado:** Ariadna Bernedo Marrufo

**Centro Laboral:** Empresa Pet Food SAC

**Cargo:** Sub Propietaria y Administradora

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/67ymTYKK5rc>

**Entrevistador:** Piero Santana Daza

- **Recopilación de informes de ofertas laborales**

Figura 16. Ofertas Laborales 1

**PRACTICANTE DISEÑO GRAFICO REDES SOCIALES**  
 INSTITUTO DE GERENCIA INTERCONTINENTAL - Lima, Lima  
 Beca / prácticas  
 Respondió más del 75 % de las postulaciones en los últimos 30 días; normalmente, en el transcurso de 5 días.  
 Postular

**PRACTICAS PRE PROFESIONALES**  
 ENVIAR SU CV correctamente de domicilio, teléfonos y su DNI

Nuestro instituto requiere personal señoritas o jóvenes especialistas en DISEÑO GRAFICO con estudios superiores en Universidades o Institutos de la especialidad de DISEÑO GRAFICO y Marketing Digital-Publicidad.

**REQUISITOS:**  
 - Con estudios concluidos o último ciclo en diseño grafico digital y web  
 - Dominio en Diseño gráfico programas: illustrator, corel, photoshop. - Manejo y Especialización en marketing digital y redes sociales  
 - Conocimiento en Branding, Content Manager y creación de contenidos  
 - Conocimiento en: E-COMMERCE, SEO  
 - Conocimiento de herramientas de Social Listening, Google Analytics  
 ENTRE OTROS relacionados - Conocimiento en ventas online

**COMPETENCIAS:**  
 - Responsabilidad. Liderazgo. Organización y planificación. Comunicación efectiva e interrelación personal. Dirección de equipo. Toma de decisiones. Creatividad e Innovación

**Practicante de Operaciones Aduaneras**  
 Manuchar Perú - Callao, Callao  
 Beca / prácticas  
 Postular en página de origen

Manuchar Logistics, empresa Belga-Peruana de operaciones logísticas con gran proyección de crecimiento, se encuentra en busca de un Practicante de Operaciones Aduaneras

**Funciones:**

- Revisar y actualizar información documentaria aduanera.
- Realizar la verificación de los clientes IQBF en la página SUNAT, envío del ticket a SISTEMAS para la actualización en el SAP.
- Apoyo en la ejecución de procedimientos para el mejoramiento del área.
- Elaboración de informes, reportes e indicadores de gestión del área solicitados por el jefe inmediato.
- Revisar en las páginas de SUNAT: regularización de DAMS, Levante de mercancías.
- Mantener ordenado los archivos del área.
- Revisar en el SAP los saldos de insumos fiscalizados por establecimientos.

Fuente: CompuTrabajo

Figura 17. Ofertas laborales 2

**COES SINAC**  
 San Isidro, Lima  
**PRACTICANTE DE LA DIRECCIÓN DE OPERACIONES**  
 Full-time

**Requisitos:**

- Estudiante en Ingeniería Eléctrica o Ingeniería Mecánica Eléctrica.
- Del 7mo ciclo en adelante
- Deable conocimiento en:
  - Análisis de Sistemas de Potencia
  - Sistemas de Generación de Energía Eléctrica
  - Ingeniería de Sistemas de Transmisión de Energía Eléctrica
  - Ingeniería de Subestaciones Eléctricas
  - Operación de Sistemas de Potencia
  - Estabilidad de Sistemas de Potencia
  - Protección de Sistemas de Potencia

Publicado el 8 de abril  
 San Isidro, Lima, Peru  
 Full-time  
 No especificado  
 Oficios y Profesiones  
 Presencial

**SODEXO PERU**  
 Lima, Lima  
**Practicante de Trabajo Social (Lima)**  
 Pasantía  
 Publicado el 8 de abril

Fuente: Bumeran

- **OBJETIVO 3**

- a. **Objetivo del experimento**

Daremos a conocer la aplicación My First Practice a través del Marketing Digital.

- b. **Diseño y desarrollo del experimento**

- i. **Descripción del experimento**

**Fecha de elaboración del experimento: 28/04/2021**

**Método:** Entrevistas a usuarios de la aplicación My First Practice e investigaciones sobre presupuesto SEO para publicidad en internet.

**Guía de preguntas - usuarios:**

- ¿Nos podrías comentar cuál es el medio digital que más sueles utilizar y por qué?
- ¿A través de qué medio digital te sueles informar sobre la creación de un negocio o una nueva aplicación?
- Luego de informarte sobre la idea de negocio ¿Cuál crees que es el medio digital más conveniente para dar a conocer la aplicación y por qué?
- ¿Qué otros medios digitales recomendarías para dar a conocer la aplicación My First Practice?
- ¿Crees que sería una buena idea la creación de blogs para transmitir información más precisa sobre la aplicación a través de temas relacionados a las problemáticas que se quiere solucionar?

**ii. Bitácora de actividades**

Tabla 23. Bitácora de actividades 12

Actividad	Tarea	Resultado
Seleccionar el medio más apropiado para el marketing digital de la aplicación My First Practice.	Entrevista a usuarios de la aplicación.  Comparación de presupuestos para el marketing digital	Se logró entrevistar a 2 usuarios de la aplicación a través de la plataforma de zoom. Asimismo, a partir de las entrevistas se logró obtener que es importante la creación de una página en internet, así como también la inversión en publicidad en redes sociales y el posicionamiento SEO.  Luego de comparar las inversiones que se realizaría a través de ambas opciones se logra concluir que el posicionamiento SEO permitiría a la página de la aplicación tener un

posicionamiento SEO de la aplicación.	mayor número de clics, en cambio, la publicidad a través de las redes sociales ayudaría a lograr un mayor alcance.
---------------------------------------	--

Fuente: Elaboración propia

**c. Análisis e interpretación de resultados**

**i) Malla receptora:**

Tabla 24. Malla receptora 12

<b>Cosas interesantes</b>	<b>Críticas constructivas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los usuarios tienen mayor interés en recibir información de la aplicación a través de la red social Instagram.</li> <li>• Consideran que LinkedIn es una plataforma que puede lograr atraer a usuarios, asesores y pymes interesadas en utilizar la aplicación.</li> <li>• La creación de una página oficial del negocio ayuda a ofrecer más información de la aplicación.</li> <li>• El posicionamiento SEO es una alternativa viable para mejorar la visibilidad de la aplicación a través de internet.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear una página en internet para ayudar a transmitir la información de la aplicación a los usuarios.</li> <li>• Realizar posicionamiento SEO para mejorar la visibilidad de la web.</li> <li>• Creación de blogs para capturar la atención de los usuarios de la aplicación, así como también de asesores y representantes de pymes.</li> </ul>
<b>Qué preguntas nuevas haremos</b>	<b>Nuevas ideas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuáles serían los resultados que se obtendrían a través de la publicidad en medio digitales?</li> <li>• ¿Cómo debe ser un anuncio que logre llamar la atención?</li> <li>• ¿Cuál sería la reacción de los</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de la página oficial de la empresa para realizar la inversión en posicionamiento SEO con la finalidad de mejorar la visibilidad del negocio.</li> <li>• Realizar publicidad a través de las redes sociales con la finalidad de</li> </ul>

usuarios en las diversas plataformas luego de realizar publicidad?	lograr obtener un mayor alcance de los usuarios de la aplicación.
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuánto costará conseguir un dominio en internet para la aplicación?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de blogs para capturar la atención de los usuarios y público en general.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

## ii) Principales hallazgos encontrados:

### Hallazgos de las entrevistas

- **Resultados Pregunta N°1:** Los usuarios comentaron y coincidieron que el medio digital más utilizado es Instagram y Facebook porque les permite obtener más información y entretenerse con anuncios novedosos y hasta publicaciones de amigos. Asimismo, manifestaron su interés por estos medios por la gran facilidad de postear y compartir información con sus amigos y la gran capacidad de respuesta de comentarios. Por último, algunos de los usuarios lo utilizan con la finalidad de promocionar algún producto que quieran vender o comprar algo novedoso y necesario para ellos.
- **Resultados Pregunta N°2:** Los entrevistados manifestaron que los medios digitales en los cuales logran obtener más información de un nuevo negocio son a través de Instagram y Facebook ya que son las redes sociales que utilizan frecuentemente. Asimismo, comentaron que en algunas ocasiones suelen buscar en internet sobre algún servicio o producto que consideran importante para satisfacer sus necesidades con la finalidad de obtener más información y los beneficios que pueden obtener al adquirir el bien o servicio.
- **Resultados Pregunta N°3:** Los usuarios opinaron que la plataforma más conveniente para hacer publicidad de la aplicación es Instagram ya que suele ser utilizada por muchas personas y puede obtener un mayor alcance en los usuarios. Asimismo, no descartan utilizar Facebook para la publicidad y el uso de Google Ads para mejorar la visibilidad del sitio web del negocio y de la aplicación.
- **Resultados Pregunta N°4:** Los usuarios comentan que otros medios digitales para realizar publicidad de la aplicación es LinkedIn ya que quieren dar un sentido de formalidad a la propuesta de valor del negocio. Asimismo, consideran que es una buena alternativa ya que es una plataforma laboral en donde se puede encontrar un gran

potencial de estudiantes con experiencia laboral o egresados, profesionales y hasta usuarios interesados en contar con los servicios de la aplicación.

- **Resultados Pregunta N°5:** Consideran que la creación de blogs ayudaría a informar a los usuarios la finalidad de la aplicación, así como también de la recopilación de información a través de comentarios de los usuarios con el propósito de mejorar la capacidad tecnológica de la aplicación y algunas de sus funcionalidades.

### **Hallazgos de presupuestos para publicidad en Google AdWords & Facebook**

Con la finalidad de realizar publicidad a través de internet o mediante el uso de las redes sociales se comenzó a averiguar sobre el presupuesto que se debía de tener en cuenta para la publicidad a través del medio digital. Se logró determinar que manejando un rango de 30 días con un presupuesto de 334 soles se lograría obtener los siguientes resultados: utilizando Google Ads se lograría obtener entre 460 a 990 clics durante aquel tiempo, mientras que utilizando Facebook Ads se lograría obtener entre 58 a 167 clics durante aquel periodo, sin embargo, utilizando la plataforma de Facebook se lograría llegar a 3.3 mil usuarios. A partir de ello, se puede decir que al utilizar Google Ads se lograría obtener las visitas a la página web de la aplicación mientras que al utilizar Facebook Ads se obtendría un mayor alcance.

### **→ Interpretación de resultados**

Luego de obtener los resultados de las entrevistas y de los efectos de la inversión en las redes sociales y en Google Ads se logra interpretar que es importante la publicidad a través de medios digitales ya que los usuarios utilizan con mucha frecuencia estos medios. Asimismo, se logra concluir que es importante la creación de una página en internet que informe los beneficios de la aplicación y esta acción debe estar acompañada con la inversión en Google Ads con la finalidad de mejorar la visibilidad de la página de la empresa y obtener un mayor número de clics. Además, no se descarta la opción de invertir en publicidad a través de las redes sociales ya que se logra obtener un mayor alcance en usuarios por lo que se podría transmitir la propuesta de valor del negocio a una mayor cantidad de usuarios.

#### **d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

- La publicidad a través de medio digitales es una actividad importante para dar a conocer a un mayor número de usuarios los beneficios del uso de la aplicación.
- La inversión en Google Ads ayuda a mejorar la visibilidad de la página oficial del negocio.
- Invertir en publicidad a través de las redes sociales ayudaría a obtener un mayor alcance, es decir, se lograría transmitir la información a más usuarios y a una mayor velocidad.
- Los usuarios de la aplicación suelen utilizar con mayor frecuencia las redes sociales para informarse sobre la creación de un nuevo negocio, por lo que se debe de utilizar estos medios para realizar publicidad de la aplicación.

#### **e. Sustentación de las validaciones**

- **Entrevista N°1:**

**Entrevistado:** Jans Sanchez Benitez

**Carrera:** Administración

**Universidad:** Universidad Privada Antenor Orrego (UPAO)

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/WUAuq5kjNPY>

**Entrevistador:** Piero Santana Daza

- **Entrevista N°2:**

**Entrevistado:** Daniel Vásquez Izquierdo

**Carrera:** Administración y Marketing

**Universidad:** Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/D8utgnXysjs>

**Entrevistador:** Piero Santana Daza

## Publicidad a través de Google Ads

Figura 18. Tarifario Google Ads

The screenshot displays the Google Ads setup interface. On the left, there are fields for campaign details: 'Nombre de la campaña' (My First Practice), 'Meta de la campaña' (Tráfico al sitio web), 'Tu sitio web' (https://www.practica7.com/webiste?), 'Nombre de la empresa' (My First Practice), 'Texto del anuncio' (My First Practice | Practicas Pregrofesionales | Trabaja en mypes | Conéctate con estudiantes que tienen experiencia laboral. Da un paso seguro a la vida laboral.), and 'Ubicaciones' (Perú). In the center, a preview of the ad shows the text: 'Anuncio - https://www.practica7.com/webiste... My First Practice | Practicas Pregrofesionales | Trabaja en mypes Conéctate con estudiantes que tienen experiencia laboral. Da un paso seguro a la vida laboral.' On the right, the 'Fija un presupuesto para obtener los resultados que quieres' section offers three budget options: 4 PEN (122 PEN/month), 11 PEN (334 PEN/month, selected), and 28 PEN (851 PEN/month). A 'Recomendación personalizada' icon is next to the 11 PEN option. Below these options is a radio button for 'Introducir mi presupuesto'.

Fuente: Google Ads

## Publicidad a través de Facebook Ads

Figura 19. Tarifario Facebook Ads

The screenshot shows the Facebook Ads campaign configuration interface. On the left, under 'Características del público', it specifies 'Lugar - Viviendo en Perú' and 'Edad 18 - 50'. Below this, there are options for 'Personas a las que les gusta tu página' and 'Personas a las que les gusta tu página y sus amigos', with a 'Crear nuevo' button. The 'Duración' section shows 'Días: 30' and 'Fecha de finalización: 3 jun 2021'. The 'Presupuesto total' section shows 'País, divisa: US, PEN' and a total budget of 'S/ 334,00' with an estimated reach of '1,2 mil - 3,3 mil personas por día'. On the right, the 'Todas las vistas previas' section shows 'Resultados diarios estimados' (1,2 mil - 3,3 mil personas alcanzadas, 58 - 167 clics) and a 'Resumen del pago' (Presupuesto total: S/334,00 PEN). On the far right, a 'Vista previa del anuncio' shows a promotional graphic for 'My First Practice' with text: '¡¡ Sé parte de la promoción exclusiva que tenemos para ti !! Regístrate con nosotros... Promoción válida hasta el 31/05/2021' and '¡Asegura una sesión de tu curso favorito totalmente gratis!'.

Fuente: Facebook

### ● OBJETIVO 4

#### a. Objetivo del experimento

El diseño estético y juvenil de la aplicación *My First Practice* permitirá la rápida captación de nuestros usuarios.

#### b. Diseño y desarrollo del experimento

##### i. Descripción del experimento

**Fecha de elaboración del experimento: 28/04/2021**



**Método:** entrevistas a usuarios e investigaciones sobre los diseños óptimos para una aplicación

**Guía de entrevistas usuarios**

- ¿Cuándo estás utilizando una aplicación, qué es lo que más te atrae? ¿Por qué?
- ¿Consideras que el diseño de la aplicación *My First Practice* juega un rol importante para los usuarios? ¿Por qué?
- Con respecto a la aplicación *My First Practice* ¿Qué opinas sobre los colores? ¿Qué colores te llaman más la atención? ¿Por qué?
- Con respecto a las imágenes ¿Qué características debería tener para capturar la atención de los usuarios? ¿Por qué?

**ii. Bitácora de actividades**

Tabla 25. Bitácora de actividades 13

Actividad	Tarea	Resultado
Recopilar información acerca de la importancia del diseño de una aplicación.	Entrevistas a usuarios	Se logró acordar una reunión con 4 usuarios de la aplicación logrando obtener como resultados que el diseño de la aplicación <i>My First Practice</i> logra capturar el interés de los usuarios.
	Investigaciones sobre las tendencias del diseño estético que debe tener una aplicación.	El diseño del interfaz de la aplicación es importante para captar la atención de los usuarios. Asimismo, los jóvenes aseguran que los colores deben ser agradables a la vista, en donde los colores neutros o fuertes son buenas opciones. Del mismo modo la calidad de las imágenes atrae mucho la atención de los usuarios.

Fuente: Elaboración propia

**c. Análisis e interpretación de resultados**

**i) Malla receptora:**

Tabla 26. Malla receptora 13

Cosas interesantes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Los colores que tiene la aplicación juegan un rol importante al momento que los usuarios interactúen con la app.</li> <li>● La aplicación debe ser funcional, es decir, satisfacer sus requerimientos. Además, consideran que la interfaz debe cautivar a los usuarios y tiene que ser muy tecnológica.</li> <li>● Las imágenes que presenta la aplicación deben ser de alta calidad ya que es una de la característica que más atrae a los usuarios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● La aplicación debe tener colores que llamen la atención de los usuarios, así como también deben combinar perfectamente. Asimismo, los colores deben reflejar la intención de la aplicación y que le den un diseño innovador.</li> <li>● La paleta de colores de la aplicación debe reflejar seriedad y formalidad.</li> <li>● Los logos de las aplicaciones deben reflejar la verdadera intención del negocio.</li> </ul>
Qué preguntas nuevas haremos	Nuevas ideas
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ¿Qué colores te llamarían más la atención en la aplicación? ¿Por qué?</li> <li>● ¿Cómo consideras que tiene que ser la interfaz de la aplicación <i>My First Practice</i>?</li> <li>● ¿Nos podrías comentar las características que debe tener una aplicación para ser considerada un app tecnológico e innovador?</li> <li>● ¿Consideras que el <i>chatbot</i> son parte innovadora dentro de una aplicación?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Hacer del diseño de la aplicación más formal.</li> <li>● Elegir una paleta de colores para la aplicación.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

**ii) Principales hallazgos encontrados:**

**Hallazgos de las investigaciones**

- El diseño de las aplicaciones móviles se ha vuelto cada vez más importante ya que es el puente del interior y exterior (propósito y usuario) y es éste el que asegura que la experiencia del usuario sea completa. De hecho, al momento de descargar alguna aplicación las primeras observaciones que realiza el usuario son sobre el diseño, las animaciones y sobre todo el contenido que asegure una buena experiencia del usuario.
- Actualmente, los jóvenes consideran que las aplicaciones deben ser de fácil lectura mediante el diseño de una interfaz que tenga fuentes agradables a la vista, menús interactivos y sencillos que no estén desordenados y no causen confusión, pues cuanto más fácil de usar y leer es más probable que los usuarios utilicen constantemente la aplicación. Asimismo, con respecto al diseño, los jóvenes aseguran que la interfaz debe ser agradable con colores que contrasten bien juntos y es recomendable no utilizar muchos colores pues ante la vista de los usuarios suele parecer anticuado y poco profesional, en la actualidad, la mayoría de los usuarios, y especialmente los jóvenes, prefieren colores neutros o a la combinación de dos colores no tan fuertes que sean agradables a la vista.

#### **Hallazgos en las entrevistas usuario**

- **Resultados Pregunta N°1:** Los usuarios comentaron que en una aplicación las características que más les atrae son el color de la app, las imágenes de alta calidad, la interfaz que presenta, las características innovadoras que pueda presentar como los *chatbots* y sobre todo los beneficios y la utilidad que presenta ya que todos los usuarios mencionaron que descargan una aplicación porque les ayuda a resolver problemas o a entretenerse.
- **Resultados Pregunta N°2:** Los usuarios comentaron que el diseño de la aplicación ayuda a atraer y fidelizar a los usuarios ya que la capacidad de innovación y tecnológica que presenta permite capturar la atención y no eliminar la app. Asimismo, mencionan que los colores y las imágenes ayudan a transmitir tranquilidad y confianza, como es el caso de la aplicación *My First Practice*.
- **Resultados Pregunta N°3:** Los entrevistados comentaron que los colores dependen mucho de la intención de la aplicación, es decir, del mensaje que quieren transmitir. Asimismo, mencionaron que prefieren los colores fuertes que permitan capturar la atención del usuario. Por otra parte, consideran que los colores de la aplicación *My First*

*Practice* es muy cautivadora ya que la intensidad no es muy fuerte ni tan débil por lo que no cansaría a la vista.

- **Resultados Pregunta N°4:** Con respecto a las imágenes los entrevistados comentaron que estas deben ser de alta calidad ya que permiten una mejor lectura y/o observación de las presentaciones. Asimismo, opinan que deben ser imágenes que guarden relación con la intención de la aplicación y que transmitan algún mensaje.

#### → Interpretación de resultados

El diseño estético de la aplicación *My First Practice* permite capturar la atención de los usuarios ya que presentan características que ayudan al usuario a tener una sensación de tranquilidad y confianza. Asimismo, a partir de sus comentarios se interpreta que los colores son parte fundamental de una aplicación, así como también la capacidad tecnológica e innovadora que debe poseer ya que le agrega un mayor valor a la app y permite una mejor interacción con el usuario.

#### d. Aprendizajes – Cambios a realizar

- Asegurarse que la interfaz de la aplicación sea la adecuada para los usuarios con respecto al manejo del contenido y a la información presentada.
- Con respecto al diseño de la aplicación esta debe contener colores agradables a la vista y combinar perfectamente.
- Tratar de elegir colores neutros o colores fuertes agradables a la vista del usuario.
- Utilizar imágenes de calidad y alta resolución para capturar la atención de los usuarios.
- La capacidad tecnológica e innovadora de una aplicación es muy importante para captar la atención del usuario.

#### e. Sustentación de las validaciones

- **Entrevista N°1:**

**Entrevistado:** Giancarlo Luján Caballero

**Carrera:** Administración de Negocios Internacionales

**Universidad:** Universidad San Martín de Porres (USMP)

**Link de la entrevista:** [https://youtu.be/akb\\_WPXHzI8](https://youtu.be/akb_WPXHzI8)

**Entrevistador:** Piero Santana Daza

- **Entrevista N°2:**

**Entrevistado:** Daniel Vásquez Izquierdo

**Carrera:** Administración y Marketing

**Universidad:** Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/3qTSX-aMYfc>

**Entrevistador:** Piero Santana Daza

- **Entrevista N°3:**

**Entrevistado:** Almendra Carrión

**Carrera:** Administración

**Universidad:** ESAN

**Link de la entrevista:** [https://youtu.be/AVT4Nc\\_HXeQ](https://youtu.be/AVT4Nc_HXeQ)

**Entrevistador:** Piero Santana Daza

- **Investigación N°1**

Título: La importancia del diseño en tu APP

Autor: Empresa Mobile Apps

Enlace: <https://movilapps.eu/la-importancia-del-diseno-en-tu-app/>

- **Investigación N°2**

Título: Diseño de apps: ¿Es tan importante el diseño de aplicaciones móviles?

Autor: Del Castillo, A. (2018)

Enlace: <https://mobivery.com/dise-no-de-apps-es-tan-importante-el-dise-no-de-aplicaciones-moviles/#:~:text=Para%20que%20el%20dise%C3%B1o%20de,el%20uso%20de%20la%20aplicaci%C3%B3n.>

- **Investigación N°3**

Título: ¿Qué Importancia Tiene El Diseño En El Desarrollo De Una App?

Autor: Georgina Vásquez (2019)

Enlace: <https://slashmobility.com/blog/2014/04/que-importancia-tiene-el-diseno-en-el-desarrollo-de-una-app/>

## 6.4. Validación de Socios Clave

### 6.4.1. Experimento 1

#### ● OBJETIVO 1

##### a. Objetivo del experimento 1

Los estudiantes con experiencia laboral poseen una alta predisposición para trabajar en conjunto con *My First Practice*

##### b. Diseño y desarrollo del experimento

###### i. Descripción del experimento

**Fecha de elaboración del experimento:** 28/04/2021

**Método:** entrevistas a estudiantes con experiencia laboral

###### Guía de entrevistas

- ¿Nos podrías comentar sobre los requisitos que te solicitaron para ocupar el puesto de practicante en la empresa?
- ¿Cómo te preparaste para cumplir con aquellos requisitos?
- ¿Cuáles son las habilidades o conocimientos que lograste desarrollar a partir de tu experiencia en tu trabajo? ¿Estarías dispuesto a compartirlas con otras personas a través de cursos o talleres?
- Luego de comentarle la idea de negocio ¿Te gustaría la idea de ser socio de *My First Practice*?
- Al presentar la idea de negocio, ¿Estarías dispuesto a compartir tus experiencias y brindar asesorías a los estudiantes sin experiencia que se encuentran en búsqueda de sus primeras prácticas preprofesionales?

###### ii. Bitácora de actividades

Tabla 27. Bitácora de actividades 14

Actividad	Tarea	Resultado
	Comunicarse con 4 estudiantes con experiencia laboral	Agendar una reunión vía Zoom con cada uno de los estudiantes.  Los estudiantes con experiencia laboral cuentan con conocimientos y habilidades en

Entrevista a estudiantes con experiencia laboral	Interpretar el resultado de las entrevistas	el uso de programas informáticos, así como también de cursos de especialización relacionados al sector en la cual se encuentran laborando. Del mismo modo, están en disposición de brindar asesorías a los estudiantes sin experiencia laboral para la búsqueda de prácticas preprofesionales.
--	---	--

Fuente: Elaboración propia

### c. Análisis e interpretación de resultados

#### i) Malla receptora:

Tabla 28. Malla receptora 14

Cosas interesantes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Los estudiantes con experiencia laboral tienen conocimiento en el uso de diversos programas informáticos y especializaciones en el sector donde se encuentran laborando.</li> <li>● Aseguran tener la predisposición de trabajar junto con <i>My First Practice</i>.</li> <li>● Ratifican su deseo de ayudar a los jóvenes estudiantes para que no tengan una experiencia desagradable en su búsqueda de prácticas preprofesionales.</li> <li>● Tienen interés de compartir sus vivencias y anécdotas, así como también recomendaciones y tips para superar las entrevistas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● La aplicación debe contar con filtros de selección para escoger a los mejores estudiantes con experiencia laboral con conocimientos en el uso de programas informáticos, cursos de carrera o información del sector.</li> <li>● La aplicación debería de ofrecer un espacio en donde los estudiantes con experiencia laboral logren interactuar de manera formal con los usuarios.</li> </ul>

Qué preguntas nuevas haremos	Nuevas ideas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué esperas obtener a cambio de trabajar junto con <i>My First Practice</i>?</li> <li>• ¿Cuáles serían tus objetivos al formar parte de la aplicación?</li> <li>• ¿Qué cursos estarías dispuesto a enseñar y cuál sería tu metodología de enseñanza?</li> <li>• ¿Aproximadamente cuántas veces a la semana podrías reunirte con los usuarios de la aplicación?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar filtros de selección para escoger a los estudiantes con experiencia laboral aptos para formar parte de <i>My First Practice</i>.</li> <li>• Impulsar la publicidad en redes sociales para captar el mayor interés de los estudiantes con experiencia laboral para trabajar junto con <i>My First Practice</i>.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

## ii) Principales hallazgos encontrados:

- **Resultados Pregunta N°1:** Los entrevistados comentaron que los requisitos más solicitados por las empresas a las cuales postularon se encuentra el manejo de programas informáticos, tales como Excel, office y el manejo de SAP. Comentaron, además, que el mercado laboral se ha vuelto muy exigente con la contratación de practicantes y que es necesario que los estudiantes que están en búsqueda de su primera experiencia laboral se encuentren preparados para afrontar el proceso de selección.
- **Resultados Pregunta N°2:** Los entrevistados manifestaron que tuvieron que llevar cursos relacionados al manejo de programas informáticos, especialmente en Excel, y que en la actualidad y al estar trabajando en las empresas consideran que se han vuelto más capaces de manejar de forma eficiente el programa de office ya que consideran que la práctica es esencial si se busca retener los conocimientos.
- **Resultados Pregunta N°3:** Se logró identificar que las habilidades que más desarrollaron es el manejo de diversos programas informáticos ya que están en constante uso y práctica del manejo de office. Del mismo modo, tienen muchos más conocimientos del mercado en el sector en donde se encuentran laborando y lo consideran un plus para postular a diferentes ofertas laborales en un futuro. Asimismo, consideran que están preparados para compartir sus conocimientos con las personas que les interesa conocer el manejo de diversos programas y de diversos temas del sector en la que se encuentran laborando.



- **Resultados Pregunta N°4:** Los entrevistados manifestaron que están a predisposición de colaborar y ayudar a los estudiantes que se encuentran en búsqueda de su primera experiencia laboral en temas relacionadas a las asesorías o talleres para que logren superar los procesos de selección y orientarlos para realizar cursos de especialización sobre el sector a la cual esperan pertenecer para hacer de sus entrevistas laborales su mejor experiencia. Asimismo, ratificaron su deseo de ayudar a los jóvenes ya que recuerdan sus propias experiencias para conseguir empleo y la falta de asesoría que tenían, por lo que esperan ayudar a otros estudiantes para que no tengan una experiencia desagradable en su búsqueda de prácticas preprofesionales.
- **Resultados Pregunta N°5:** Los entrevistados manifestaron su interés de compartir sus vivencias y anécdotas con los estudiantes que se encuentran en búsqueda de su primera experiencia laboral. Asimismo, se sienten capaces de compartir sus conocimientos acerca del manejo de diversos programas relacionados a temas del sector en donde se encuentran laborando y de esa forma lograr enriquecer las habilidades de los usuarios de la aplicación My First Practice.

#### → Interpretación de resultados

A partir de los resultados obtenidos en la entrevista se logra interpretar que los estudiantes con experiencia laboral sí cuentan con la predisposición de trabajar junto con My First Practice ya que consideran a la aplicación una oportunidad para que los estudiantes que se encuentran en búsqueda de sus primeras experiencias laborales puedan superar los procesos de selección, así como también presentarse a las empresas con conocimientos concretos del sector y el manejo de programas informáticos. Asimismo, los estudiantes con experiencia laboral consideran que trabajar junto con la aplicación les ayudaría a crecer profesionalmente debido a las asesorías y cursos que podrían ofrecer con respecto al sector en la cual se encuentran laborando.

#### **d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

- Aprovechar el conocimiento de los estudiantes con experiencia laboral para asesorar y capacitar a los estudiantes que se encuentran en búsqueda de su primera experiencia laboral con la finalidad de ayudarles a pasar los filtros de selección.

- El mercado laboral actual es muy exigente con respecto a los requisitos que debe cumplir un practicante preprofesional por lo que asesorar y reforzar sus conocimientos en informática y en el sector de interés es de mucha importancia.
- Los estudiantes con experiencia laboral sí cuentan con la predisposición de trabajar junto con *My First Practice* ya que lo consideran una alternativa para crecer profesionalmente y compartir sus experiencias a los usuarios de la app.

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

- **Entrevista N°1:**

**Entrevistado:** Alvaro de la Cruz Romero

**Centro Laboral:** Trabajador del área de Finanzas de la Empresa Textiles Romero SAC

**Carrera:** Administración y Negocios Internacionales - VIII Ciclo

**Universidad:** Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/7bawVbUfcCc>

**Entrevistador:** Piero Santana Daza

- **Entrevista N°2:**

**Entrevistado:** Georgesua Chavez Chalco

**Centro Laboral:** Trabajador del área de marketing de la empresa Creditex SAC.

**Carrera:** Administración y Negocios Internacionales - VIII Ciclo

**Universidad:** Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/aUyC4Vyw6Q0>

**Entrevistador:** Piero Santana Daza

- **Entrevista N°3:**

**Entrevistado:** Fiorella Tapia Navarro

**Centro Laboral:** Empresa Edward Remix SAC

**Carrera:** Administración y Negocios Internacionales

**Universidad:** Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/UdK0-rFgWFQ>

**Entrevistador:** Piero Santana Daza

- **Entrevista N°4:**

**Entrevistado:** Hugo Rojas da Silva

**Centro Laboral:** Empresa Global Entertainment SAC

**Carrera:** Administración y Negocios Internacionales

**Universidad:** Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

**Link de la entrevista:** [https://youtu.be/f\\_19TFdvz3Q](https://youtu.be/f_19TFdvz3Q)

**Entrevistador:** Piero Santana Daza

- **OBJETIVO 2**

- a. Objetivo del experimento**

- Los profesionales con amplia experiencia laboral poseen un alto nivel de interés por brindar charlas o conferencias a los estudiantes sin experiencia laboral.

- b. Diseño y desarrollo del experimento**

- i. Descripción del experimento**

- Fecha de elaboración del experimento:** 28/04/2021

- Método:** Entrevistas a profesionales

- Guía de entrevistas**

- ¿Qué opinión tiene sobre las charlas o conferencias realizadas a través de medios virtuales?
        - Luego de comentarle la idea de negocio ¿Estarías dispuesto a realizar cortas conferencias para compartir tus conocimientos y anécdotas laborales con los estudiantes sin experiencia laboral por medio de una app? ¿Por qué?
        - Si en el caso de estar interesado en realizar conferencias ¿Qué te gustaría recibir a cambio?

- ii. Bitácora de actividades**

Tabla 29. Bitácora de actividades 15

Actividad	Tarea	Resultado
Buscar profesionales de diversas	Entrevistas a profesionales	Se logró realizar un total de 5 a entrevistas para conocer el interés de los profesionales en realizar videoconferencias.

empresas.	Interpretar los resultados obtenidos en la entrevista	La mayoría de los entrevistados no están dispuestos a realizar videoconferencias en nuestra aplicación.
-----------	---	---

Fuente: Elaboración propia

**c. Análisis e interpretación de resultados**

**i) Malla receptora:**

Tabla 30. Malla receptora 15

<b>Cosas interesantes</b>	<b>Críticas constructivas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todos los entrevistados consideran que las videoconferencias son útiles al momento de compartir ideas o discutir algún tema en específico.</li> <li>• La mayoría de los entrevistados prefieren asistir a una videoconferencia en vez de realizarla.</li> <li>• Los entrevistados interesados en dar conferencias prefieren recibir un certificado o algún descuento en nuestros servicios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las videoconferencias virtuales son más efectivas en relación con tiempo y costos en comparación de las conferencias en vivo.</li> <li>• Existen incentivos mejores que los monetarios al querer recompensar el servicio de conferencias por parte de los profesionales.</li> <li>• Las videoconferencias son actividades valiosas, pero no son fundamentales en nuestro modelo de negocio.</li> </ul>
<b>Qué preguntas nuevas haremos</b>	<b>Nuevas ideas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál sería el incentivo ideal para realizar videoconferencias a alumnos sin experiencia laboral?</li> <li>• ¿Consideras que las videoconferencias son realmente importantes en nuestro modelo de negocio?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer descuentos en nuestros servicios a aquellos profesionales dispuestos a realizar videoconferencias.</li> <li>• Crear un certificado especial para otorgar a los conferencistas luego de una charla.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

## **ii) Principales hallazgos encontrados:**

- **Resultados Pregunta N°1:** Todos los entrevistados mencionaron que las charlas y videoconferencias virtuales son importantes y a la vez efectivas pues tienen como propósito compartir sobre ideas de algún tema en específico y de enseñar alguna materia que sea valorada por muchas personas. Además, las conferencias virtuales no solo dan un enfoque de cómo es la experiencia laboral, sino también al ser por plataformas virtuales ahorras en tiempo, costos, y puedes visualizar mejor los movimientos o materiales que se comparten a comparación de conferencias en vivo en el que a partir de la tercera o cuarta fila resulta difícil visualizar a los presentadores de conferencias.
- **Resultados Pregunta N°2:** La mayoría de los entrevistados mencionaron que no están dispuestas a realizar videoconferencias a través de la aplicación pues consideran que por temas de gestión de su tiempo no les conviene, ya que realizar una charla virtual requiere dedicación y preparación para que esta se realice de manera eficaz.
- **Resultados Pregunta N°3:** Del total de entrevistados, solo los entrevistados Luis Arrieta y Alen Barboza mencionaron que sí desean brindar conferencias, pero a cambio de descuentos en cursos y un certificado que valide las conferencias realizadas en *My First Practice*.

### **→ Interpretación de resultados**

Se puede observar que a pesar de que para los entrevistados las videoconferencias son importantes porque gracias a estas se puede compartir ideas o discutir temas específicos, la mayoría de los entrevistados no está dispuesto a realizarlas porque demanda tiempo y concentración. Por otro lado, para los que sí están dispuestos a dar la charla, prefieren como recompensa un certificado en vez de una retribución económica.

### **d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

- Las conferencias y charlas a pesar de ser útiles para compartir ideas y opiniones acerca de un tema en específico no son una actividad fundamental para que nuestro modelo de negocio se desarrolle eficazmente.
- No se incluirán las videoconferencias en nuestro modelo de negocios ya que la mayoría de entrevistados no está dispuesta a realizarla.

#### **e. Sustentación de las validaciones**

- **Entrevista N°1:**

**Entrevistado:** Lisset Sumozo Vega

**Centro Laboral:** Deloitte Perú

**Puesto de trabajo:** Analista senior contable

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/7x4B96aw0fQ>

**Entrevistador:** Andrea Rojas Zegarra

- **Entrevista N°2:**

**Entrevistado:** Luis Arrieta

**Centro Laboral:** Rich Products Corporation

**Puesto de trabajo:** Coordinador de sistemas

**Link de la entrevista:** [https://youtu.be/9y4n\\_HQxBxQ](https://youtu.be/9y4n_HQxBxQ)

**Entrevistador:** Andrea Rojas Zegarra

- **Entrevista N°3:**

**Entrevistado:** Alen Barboza Valdivia

**Centro Laboral:** Asistente de auditoria financiera

**Puesto de trabajo:** PricewaterhouseCoopers

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/WfF5D1JSlp4>

**Entrevistador:** Andrea Rojas Zegarra

- **Entrevista N°4:**

**Entrevistado:** Cecilia Alvarado Nuñez

**Centro Laboral:** SRK Consultores

**Puesto de trabajo:** Subgerencia Administrativa

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/-7-0hffg3PY>

**Entrevistador:** Hans Rodriguez Cáceda

- **Entrevista N°5:**

**Entrevistado:** Fernanda Gutierrez Lopez

**Centro Laboral:** Talento Perú S.A.C

**Puesto de trabajo:** Asistente comercial

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/GvvdrqDcTUI>

**Entrevistador:** Hans Rodriguez Cáceda

- **OBJETIVO 3**

- a. Objetivo del experimento**

- Las mypes poseen un alto nivel de interés para lograr alianzas estratégicas con *My First Practice*

- b. Diseño y desarrollo del experimento**

- i. Descripción del experimento**

- Fecha de elaboración del experimento:** 28/04/2021

- Método:** entrevistas a empresa pymes

- Guía de entrevistas**

- ¿Cuáles son sus estrategias para realizar el proceso de selección para una vacante de un practicante?
        - ¿A través de qué plataformas en internet publica sus ofertas laborales?
        - Luego de presentarle la idea de negocio, ¿Qué opina sobre la idea de negocio?
        - ¿Estaría dispuesto a establecer alianzas con *My First Practice* para publicar sus ofertas laborales para prácticas preprofesionales? ¿Por qué?

- ii. Bitácora de actividades**

Tabla 31. Bitácora de actividades 16

Actividad	Tarea	Resultado
Buscar representantes de empresas mypes	Contactar con MYPES para las entrevistas Interpretar los resultados obtenidos en las entrevistas	Buscar representantes de empresas mypes

Fuente: Elaboración propia

- c. Análisis e interpretación de resultados**

- i) Malla receptora:**

Tabla 32. Malla receptora 16

Cosas interesantes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Las MYPES publican sus ofertas laborales para prácticas preprofesionales a través de las redes sociales o algunas páginas de bolsas de trabajo.</li> <li>● Las mypes consideran que no logran captar la atención de los estudiantes para trabajar en la empresa.</li> <li>● Consideran a la aplicación un nexo más directo para hacer llegar sus vacantes para practicantes a la gran cantidad de usuarios que puede manejar la app.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● En los anuncios de ofertas laborales de las mypes crear un espacio para que los estudiantes tengan la opción de informarse a profundidad las actividades de la empresa a través de la creación de los perfiles de las mypes.</li> </ul>
Qué preguntas nuevas haremos	Nuevas ideas
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ¿Como mypes qué espera obtener a partir de los anuncios en la aplicación?</li> <li>● ¿Cuál es su objetivo de contar con practicantes preprofesionales?</li> <li>● ¿Considera que el espacio otorgado dentro de la aplicación es suficiente para publicar sus ofertas de trabajo?</li> <li>● ¿Qué cambios haría a la aplicación?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● En los anuncios de las ofertas laborales agregar la opción para conocer el perfil de la MYPE, así como las principales actividades y al rubro a la cual pertenece la empresa.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

**ii) Principales hallazgos encontrados:**

- **Pregunta N°1:** Los representantes de las empresas comentaron que para seleccionar a un practicante consideran en mayor proporción sus habilidades blandas a través de pruebas escritas y dinámicas. Asimismo, les interesa mucho contratar a personal que cuente con conocimientos de manejo de Excel y algunos otros programas que requiera el puesto y para eso realizan muchos filtros que les ayuda a seleccionar el adecuado.



- **Pregunta N°2:** Los representantes de las mypes entrevistadas comentaron que suelen publicar sus ofertas laborales a través de sus redes sociales, tales como Facebook e Instagram. Asimismo, manifestaron que en algunas ocasiones publican sus anuncios laborales a través de LinkedIn con la finalidad de hacer del proceso mucho más formal.
- **Pregunta N°3:** Luego de presentarles la idea de negocio a los representantes de las empresas entrevistadas nos comentaron que les atrae la idea de encontrar un nuevo espacio en donde puedan publicar sus ofertas laborales y asimismo les interesa la idea de mantener un contacto mucho más directo con estudiantes que se encuentran en búsqueda de su primera experiencia laboral y más aún si ellos se encuentran potenciando sus conocimientos y habilidades.
- **Pregunta N°4:** Los representantes de las mypes entrevistadas mencionaron que evaluarían la idea de formar alianza con la aplicación ya que de acuerdo con sus opiniones para ellos representa una alternativa de contacto más directo y un “mercado laboral” con más opciones de elegir al estudiante cuyas habilidades y conocimientos se alineen con los requisitos y los objetivos de la vacante disponible.

#### → Interpretación de resultados

A partir de las entrevistas se logra interpretar que las mypes tiene interés en encontrar una forma de llegar más directo con los postulantes para prácticas preprofesionales y tener muchas más opciones de elegir el mejor perfil para ocupar el puesto. Asimismo, se logra interpretar, a partir de sus comentarios, que si tuvieran interés en trabajar junto con la aplicación ya que encuentran buen potencial laboral en los estudiantes sin experiencia laboral.

#### **d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

- Ofrecer un espacio dentro de la aplicación para anunciar las ofertas laborales de las mypes para practicantes preprofesionales.
- Las mypes buscan la mejor alternativa de hacer llegar sus anuncios laborales a su público objetivo por lo que en muchas ocasiones utilizan sus redes sociales.
- Aprovechar la publicidad para transmitir a las mypes la propuesta de valor de la empresa con el objetivo de convertirlos en socios principales de la idea de negocio.
- Las mypes están buscando una forma de comunicación más directa con los estudiantes para anunciar sus vacantes disponibles para prácticas preprofesionales.

#### **e. Sustentación de las validaciones**

- **Entrevista N°1:**

**Entrevistado:** Fiorella Silvana Tapia Navarro

**Centro Laboral:** Empresa Edward Remix SAC

**Cargo:** Trabajadora del área de Recursos Humanos

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/mh9qMCH84lk>

**Entrevistador:** Piero Santana Daza

- **Entrevista N°2:**

**Entrevistado:** Hugo Rojas

**Centro Laboral:** Empresa Global Entertainment SAC

**Cargo:** Trabajador del área de Personal

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/QR-HKDqffEk>

**Entrevistador:** Piero Santana Daza

- **Entrevista N°3:**

**Entrevistado:** Ariadna Bernedo Marrufo

**Centro Laboral:** Empresa Pet Food SAC

**Cargo:** Sub Propietaria y Administradora

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/damSkp9NH-Q>

**Entrevistador:** Piero Santana Daza

#### **6.5. Validación de estructura de costos**

##### **6.5.1. Experimento 1**

- **Objetivo 1**

##### **a. Objetivo del experimento**

El mantenimiento y diseño de nuestra plataforma son inversiones necesarias para el óptimo funcionamiento de *My First Practice*.

##### **b. Diseño y desarrollo del experimento**

##### **i. Descripción del experimento**

**Fecha de elaboración del experimento:** 29/04/2021

**Método:** entrevistas a especialistas en desarrollo de Apps

### Guía de entrevistas

- Explícame un poco acerca del proceso de elaboración de una app.
- ¿Me podrías brindar un precio estimado de cuánto costaría una App como esta o me podrías elaborar una cotización detallada?

#### ii. Bitácora de actividades

Tabla 33. Bitácora de actividades 17

Actividad	Tarea	Resultado
Comunicarse con los especialistas	Agendar una cita vía zoom	
Buscar especialistas en desarrollo de aplicaciones móviles	Explicar nuestro modelo de negocio a través de nuestro prototipo	Obtención de recomendaciones, sugerencias, aprendizajes y cotizaciones por parte de especialistas en Apps

Fuente: Elaboración propia

#### c. Análisis e interpretación de resultados

##### i) Malla receptora

Tabla 34. Malla receptora 17

Cosas Interesantes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"><li>• El diseño de una App desde el logo que se visualiza en Play Store hasta los gráficos y colores que se observan en su interior sí influye en la descarga o no por parte de nuestro público objetivo.</li><li>• El mantenimiento es un factor muy importante para considerar, puesto que permite asegurar el correcto funcionamiento de un App.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Es vital asignar un presupuesto en mantenimiento y diseño de la App, puesto que el primero permite una eficiente interacción en nuestra App, y el segundo asegurar un mayor tiempo de instalación de nuestra App en muchos celulares móviles de nuestro segmento de mercado.</li></ul>

- 
- Una App no funciona óptimamente para siempre, puesto que requiere actualización cada cierto tiempo.
  - Mejorar los colores de nuestro diseño, puesto que no es tan atractivo.
  - Elaborar un mantenimiento cada 6 meses.

---

Qué preguntas nuevas tenemos	Nuevas ideas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Se puede adquirir algún programa de software que se encargue siempre del mantenimiento?</li> <li>• ¿Se puede realizar un sistema de codificación de data en el diseño de nuestra App para que cada cierto tiempo varíe los colores de las pestañas que se visualizan?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Considerar como una inversión necesaria el diseño como el mantenimiento de la App.</li> </ul>

---

Fuente: Elaboración propia

## ii) Principales hallazgos encontrados

- **Resultados pregunta N° 1:** Por un lado, el especialista German Ruelas comenta que requiere básicamente Android Studio, Xamarin y Firebase para el óptimo desarrollo en funcionalidades y diseño de la App. Por otro lado, el especialista Bryan Silva requiere, Android Studio, Python y Firebase para el desarrollo digital de la App, y contenido de librerías digitales para la creación del diseño de *My First Practice*. No obstante, ambos especialistas mencionan que sí se requiere el mantenimiento por parte de un especialista en informática, puesto que cada cierto tiempo Play Store, entre un rango de 8 a 9 meses, se actualiza, ocasionando que los aplicativos actualicen y mejoren también su versión, y en ese proceso se modifican o deja de funcionar algunos procesos de los Apps.
- **Resultados pregunta N°2:** El especialista German Ruelas nos brindó dos cotizaciones, la propuesta 1 nos indica que para tener nuestra App totalmente creada requiere 6 meses y un día, así como un presupuesto total de S/8730, en el cual el desarrollo de la App

móvil (incluye diseño) y la atención de expertos vía plataforma web para realizar el óptimo mantenimiento, en otras palabras, todo el front-end posee un costo total de S/6000. Además, el back end, el cual incluye el administrador completo y notificaciones en tiempo real posee un desembolso total de S/ 2,500; y el hosting y dominio, el cual es el repositorio por un año tendrá un costo de S/230. La segunda propuesta que es mucho más económica nos indica que en un mes y con una inversión quincenal de S/700 tendremos un prototipo mucho más mejorado en la cual sí se puede lanzar a Play Store, pero que su interacción es mucho más limitada, puesto que esta propuesta no te brinda la App totalmente terminada, sino que una mejor versión, para identificar de forma más precisa el nivel de aceptación de nuestro público objetivo. Por otro lado, el especialista Bryan Silva menciona que en un tiempo de 6 meses y con un presupuesto total de S/7000 tendrá nuestra App totalmente terminada, en dicho presupuesto consideró como diseño los siguientes componentes: animación de bienvenida, pantalla/actividad inicial, 10 botones e ítems, diseño de layouts según mockup y diseño de pasarela de pagos; y con relación a mantenimiento se incluyó en los componentes etapa de pruebas y publicación en Play Store.

#### → Interpretación de los resultados

En base a los resultados obtenidos se puede interpretar que en un rango de periodo de 6 meses se obtendría nuestra aplicación totalmente terminada, sin embargo, brindar entre 3 meses hasta 6 meses más para asegurar y arreglar a tiempo cualquier cambio o imperfección que se pueda visualizar en el desempeño del aplicativo. Además, tanto el mantenimiento como el diseño de nuestra plataforma sí son inversiones necesarias, y en base a las cotizaciones obtenidas se debe realizar un único desembolso en diseño por un monto total estimado de S/1298, mientras que, para realizar el mantenimiento se debe realizar cada nueve meses un desembolso total estimado de S/ 518.52.

#### **d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

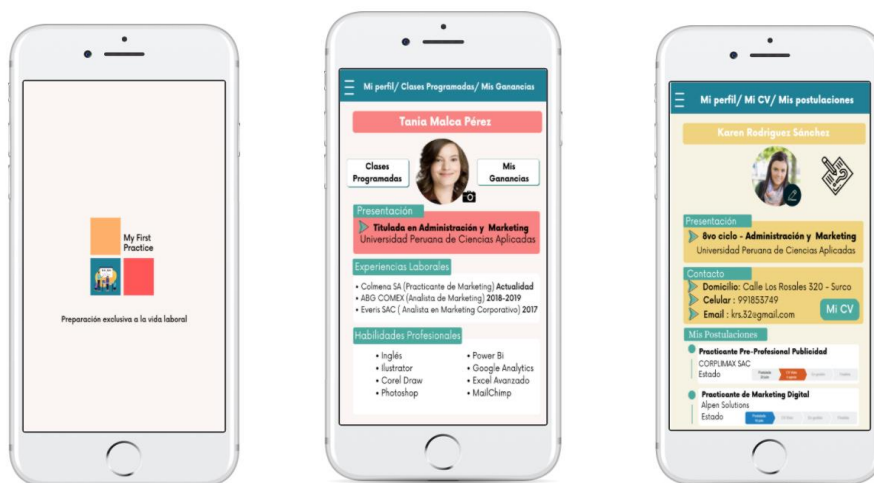
- Android Studio y las librerías digitales aseguran un atractivo diseño en un aplicativo móvil.
- El mantenimiento es una inversión necesaria que cada año se deberá realizar.
- El diseño, desde el logo de la App que aparece en el recuadro de Play Store, influye e incentiva altamente a los usuarios a descargarlo.

- Tener una aplicación totalmente lista, no asegura que funcionará óptimamente bien para siempre.
- Se debe invertir un monto total estimado de S/1298 para el diseño de nuestra aplicación
- Se debe invertir cada nueve meses un desembolso total estimado de S/ 518.52 para realizar un eficiente mantenimiento.

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

- **Segundo prototipo de nuestra App en Marvel**

Figura 20. Segundo prototipo de My First Practice



Fuente: Elaboración propia

Link del prototipo:

<https://marvelapp.com/prototype/63idaj9/screen/78947816>

- **Entrevista N°1 – Especialista en desarrollo de Apps**

**Entrevistado:** Germán Ruelas Castillo

**Perfil:** Gerente General de Icebull Tech Solutions.

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/9o9bYsyFwAw>

**Nombre y apellido del entrevistador:** Estefany Alfaro Salcedo

- **Entrevista N°2 – Especialista en desarrollo de Apps**

**Entrevistado:** Bryan Silva Diestra

**Perfil:** Bachiller en Ingeniería de Software, 2 años de experiencia en el área de ingeniería de software, 3 años de experiencia laboral en el área de desarrollo webs y apps. Además, posee habilidades en programación en HTML, Python y Java.

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/txxV2PFraUk>

**Nombre y apellido del entrevistador:** Andrea Rojas Zegarra

- **Cotización detallada de la aplicación**

**Elaborado por:** German Ruelas Castillo

**Perfil:** Gerente General de *Icebull Tech Solutions*

Figura 21. Cotización de la aplicación

### PROPUESTA 1:

Esta propuesta está pensada en un presupuesto total por el total del proyecto:

MÓDULO /CARACT.		TIEMPO	COSTO
Front-end	<ul style="list-style-type: none"><li>• App Móvil.</li><li>• Web</li></ul>	90 días	S/6000.00
Back end	<ul style="list-style-type: none"><li>• Administrador completo.</li><li>• Notificaciones en tiempo real.</li></ul>	90 días	S/2500.00
Hosting y Dominio	<ul style="list-style-type: none"><li>• Repositorio por un año</li></ul>	1 día	S/230.00
Total:		181 días	S/8730.00

Fuente: Icebull Tech Solutions

Figura 22. Segunda cotización de la aplicación

## PROPUESTA 2:

Esta propuesta está centrada en un pago quincenal obteniendo los siguientes beneficios

MÓDULO /CARACT.	TIEMPO	COSTO
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 programadores en el proyecto.</li> <li>• 25 horas semanales.</li> <li>• 2 reuniones semanales.</li> <li>• Maquetación y análisis antes del desarrollo.</li> <li>• Mantenimiento y actualización continua de los sistemas.</li> </ul>	15 días	S/700.00
Total:	15 días	S/700.00

Fuente: Icebull Tech Solutions

- **Cotización detallada de la aplicación**

**Elaborado por:** Bryan Silva, Maxy y Rodrigo Chávez

**Perfil:** Representantes y cofundadores de la empresa Wolf's Gate Tech

Figura 23. Cotización Wolfs Gate Tech.

Lista de Actividades solicitadas para la aplicación My Practice:

- Diseño de animación de bienvenida
- Pantalla/Actividad Inicial
- 10 Botones e Intents
- Integrar APIs de Social Login (x2)
- Intent para Registro (x2)
- Backend de Logins (x2)
- Actividad: Selección por Experiencia
- Backend de Registro
- Integración de Chabot
- Gestión de notificaciones
- 2 ComboBox
- Diseño de layouts según MockUp
- 1 checkbox
- Enlace de la información con la Base de Datos
- Listas de información
- Vistas con Cards
- Solicitud de recursos de galería o cámara
- Lista con filtro
- CardViews
- Integración y MVVM
- Etapa de Pruebas
- Publicación en Play Store
- Lista dividida en Cards
- Diseño de layout e integración de Pasarela de Pagos
- Actividad con 3 fragmentos
- Integración de video en vivo y su guardado en la nube, sin considerar el costo adicional por uso del servidor Firestore

Tiempo Total	6 meses
Costo Total	7000 nuevos soles peruanos

Fuente: Wolfs Gate Tech



- **OBJETIVO 2**

- a. **Objetivo del experimento**

La publicidad en redes sociales (Facebook e Instagram) es un costo primordial para atraer a nuestro público objetivo

- b. **Diseño y desarrollo del experimento**

- i. **Descripción del experimento**

**Fecha de elaboración del experimento:** 3/04/2021

**Método:** Investigación de fuentes secundarias

**Fuentes secundarias para consultar**

- Sitio web oficial de Facebook
- Sitio web oficial de Facebook for Business
- Sitio web oficial de Instagram
- Sitio web oficial de Antevenio: Marketing digital

- ii. **Bitácora de actividades**

Tabla 35. Bitácora de actividades 18

<b>Actividad</b>	<b>Tarea</b>	<b>Resultado</b>
Identificar las páginas oficiales de información de Facebook e Instagram	Recopilar información relevante en relación con la publicidad pagada que brindan	Interpretar los resultados obtenidos

Fuente: Elaboración propia

- c. **Análisis e interpretación de resultados**

- i) **Malla receptora**

Tabla 36. Malla receptora 18

<b>Cosas Interesantes</b>	<b>Críticas constructivas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Facebook posee en total 6 tipos de publicación, en el cual cada una de ellas brinda diversos beneficios para aumentar el número de ventas y clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Instagram debería poseer más diversidad de tipos de publicaciones.</li> </ul>

- 
- Facebook te devuelve el dinero invertido de una publicación en caso no logre alcanzar los resultados esperados por la empresa.
  - Instagram permite adaptar tu publicación manualmente para que brinde un enfoque más específico en el segmento de mercado al cual una empresa se está dirigiendo
  - Instagram te permite elaborar publicaciones para alcanzar 3 objetivos: más visitas al sitio web, al perfil y más mensajes.
  - Facebook debería brindar la libertad de seleccionar el monto mínimo en todos los tipos de publicidad que ofrece.
- 

#### Qué preguntas nuevas tenemos

#### Nuevas ideas

- 
- |  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● ¿Cómo puedo obtener descuentos de publicidad en Facebook e Instagram?</li> <li>● ¿Instagram me devuelve el dinero en caso no logre obtener los resultados obtenidos?</li> <li>● ¿Una vez realizado el pago, existe oportunidad de cambiar o modificar el anuncio publicitario?</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Tanto Instagram como Facebook deberían brindar un día de prueba de promoción de publicidad totalmente gratis.</li> </ul> |
|--|---|
- 

Fuente: Elaboración propia

#### ii) Principales hallazgos encontrados

##### ● **Análisis de la publicidad pagada mediante Facebook:**

Según el sitio web oficial de Facebook y Antevenio, la publicidad en Facebook o más conocida como Facebook Ads brinda dos beneficios principales a toda empresa virtual:

- ❖ La facilidad de alcanzar un número y un tipo de segmento de mercado específico.
- ❖ La cantidad máxima posible de reacciones, interacciones y comentarios de un determinado público objetivo según las preferencias de publicidad escogida por las empresas, tales como: el tipo de anuncio publicitario o el evento de optimización seleccionado

En total Facebook Ads ofrece 7 tipos de anuncios según objetivos, los cuales a continuación serán detallados:

- ❖ **Anuncios automatizados:** Son aquellos anuncios que se ajustan con el tiempo de mayor captación del público objetivo para así conseguir mejores resultados. Además, sugieren contenido publicitario personalizado según el modelo de negocio. Asimismo, este tipo de anuncios aumenta el número de visitas de un sitio web e incrementa los clientes potenciales; por ello previamente identifican el objetivo de la empresa, para luego ayudar en el desarrollo de anuncios ofreciendo lo siguiente: varias versiones del anuncio, recomendaciones de público, presupuesto recomendado para obtener resultados y notificaciones sobre los resultados de los anuncios en el momento preciso. Cabe resaltar, que el precio diario mínimo para obtener este tipo de publicación es de S/4 logrando un alcance estimado entre 431 - 1,2 mil personas por día, y el precio diario máximo es de S/300 logrando un alcance estimado entre 18,5 mil - 53,6 mil personas por día. (**Anexo 1**)
  
- ❖ **Recibir más mensajes:** Consiste en que todo cliente potencial interesado en el anuncio promocionado por una empresa pueda hacer clic en dicho anuncio para obtener una conversación automática con dicha empresa. Este tipo de anuncio no solo permite ofrecer información específica a clientes potenciales respecto a un producto o servicio determinado, sino también aumenta el número de interacciones, alcanza a un mayor número de personas, ofrece atención personalizada respondiendo preguntas y ofreciendo ayuda de forma óptima. Cabe resaltar, que este tipo de publicación con un mínimo de 4 días que es lo que recomienda Facebook para obtener mejores resultados, se debe pagar en total S/16 como mínimo para obtener un alcance estimado entre 431 - 1,2 mil personas por día, y el precio diario máximo por solo 4 días es de un total de S/2000 logrando un alcance estimado entre 29 mil - 83,7 mil personas por día. (**Anexo 2**)
  
- ❖ **Conseguir más clientes potenciales:** Como su propio nombre lo dice, este tipo de publicidad tiene como finalidad principal atraer y retener a clientes potenciales mediante la creación de anuncios atractivos e interactivos. Además, permite aumentar el número de ventas, así como el grado de interés por parte de los usuarios hacia los productos o servicios que ofrece una determinada empresa. Cabe resaltar, que este tipo de publicación con un mínimo de 4 días que es lo que recomienda Facebook para obtener mejores resultados, se debe pagar en total S/ 25 como mínimo para obtener un alcance estimado entre 379 - 1,1 mil personas por día, y el precio diario máximo por

solo 4 días es de un total de S/1000 logrando un alcance estimado entre 11,9 mil - 34,4 mil personas por día. **(Anexo 3)**

- ❖ **Promocionar una publicación:** Permite atraer a usuarios que no solo les guste las publicaciones, sino que también las comentan y comparten, contribuyendo así con el marketing de la empresa que publicó dicho anuncio. Además, mediante su sistema de avanzada segmentación permite enfocarse en su público específico, así como alcanzar a públicos difíciles de conectar. Este tipo de publicación con un mínimo de 4 días que es lo que recomienda Facebook para obtener mejores resultados, se debe pagar en total S/ 15.44 como mínimo que logra un alcance estimado entre 374 - 1,1 mil personas por día, y el precio diario máximo por solo 4 días es de un total de S/ 500 logrando un alcance estimado entre 12,1 mil - 35 mil personas por día. **(Anexo 4)**
- ❖ **Promocionar tu página:** Como su propio nombre lo dice posee la finalidad de aumentar el reconocimiento del modelo de negocio de una empresa mediante publicaciones en la cual brinda información específica, puntual y de interés para el público objetivo al cual la empresa desea dirigirse. Cabe resaltar, que este tipo de publicación con un mínimo de 4 días que es lo que recomienda Facebook para obtener mejores resultados, se debe pagar en total S/16 como mínimo para obtener un alcance estimado entre 554 - 1,6 mil personas por día, y el precio diario máximo por solo 4 días es de un total de S/2000 logrando un alcance estimado entre 30,3 mil - 87,5 mil personas por día. **(Anexo 5)**
- ❖ **Promocionar tu sitio web:** Básicamente este tipo de publicidad permite no solo un mayor número de búsquedas en el sitio web de una determinada empresa, sino también un incremento en el número de clics, tiempo e interacción que el usuario realice dentro de ella. Los principales beneficios que brinda este tipo de publicidad en Facebook son: dar a conocer el modelo de negocio de una empresa, incrementar las ventas, denotar profesionalismo a los usuarios, mayor alcance de público objetivo, hasta inclusive permite conseguir nuevos colaboradores. Este tipo de publicación con un mínimo de 4 días que es lo que recomienda Facebook para obtener mejores resultados, se debe pagar en total S/16 como mínimo para obtener un alcance estimado entre 476 - 1,4 mil personas por día, y el precio diario máximo por solo 4 días es de un total de S/2000 logrando un alcance estimado entre 59,5 mil - 171,8 mil personas por día. **(Anexo 6)**

Todos los tipos de publicidad que ofrece Facebook, te brinda una estimación aproximada del número de alcance de usuarios y los resultados de interacción que se

pueda obtener. Además, brinda notificaciones durante y después de una campaña publicitaria; con el fin de que cada empresa pueda dar seguimiento al impacto que ha obtenido su anuncio publicitario. Cabe resaltar, que Facebook te devuelve tu dinero, en caso no pueda ofrecerte los resultados que estimó.

- **Análisis de la publicidad pagada mediante Instagram:**

Según un estudio elaborado por el grupo Kanzar, de las 100 empresas más reconocidas mundialmente, el 90% de ellas posee una cuenta oficial en Instagram. Dicho estudio, evidencia la relevancia que posee dicha red social en las empresas. Instagram posee más de un billón de usuarios activos y más de 500 millones activos diariamente, y del total de la población mundial el 72% de usuarios se conecta frecuentemente, y el 63% lo hace reiteradas veces en un día.

Por ello, crear anuncios en Instagram brinda los siguientes beneficios a las empresas: aumenta el tráfico web, incrementa el nivel de interacción por parte de los usuarios hacia la marca y al contenido que publica, permite que el público objetivo pueda conocer a las personas que se encuentran realizando un determinado modelo de negocio, ayuda a tener una cercanía con la audiencia esperada, así como de nueva audiencia, permite generar ventas a costos bajos, hasta inclusive ayuda a reclutar al mejor talento humano.

El proceso para conseguir una publicidad en Instagram o Instagram Ads, es seleccionar una determinada publicación que desees promocionar, luego dicha red social te solicita seleccionar uno de los tres objetivos que ofrece, los cuales son: más visitas al perfil, más visitas en el sitio web o más mensajes. Después, te indica seleccionar un tipo de público objetivo entre las dos opciones que ofrece, los cuales son: automático, en el cual Instagram se dirigirá a aquellos usuarios similares a los seguidores que la empresa tiene en Instagram; y la otra opción es crear el tuya, en el cual se debe ingresar manualmente las opciones de segmentación de preferencia de cada empresa. Por último, se debe seleccionar el presupuesto y tiempo de duración de la publicidad, Instagram Ads posee como presupuesto mínimo S/4 por un día de duración de la publicidad y con un alcance estimado entre 84-220 personas al día, y el presupuesto máximo durante un día es de S/2,000 con un alcance estimado entre 42,000- 110,000 personas al día. (**Anexo 7**). Cabe resaltar, que Instagram sugiere invertir como mínimo S/ 10 en una publicidad, para ver un resultado relevante en el nivel de captación del público objetivo.

### → Interpretación de los resultados

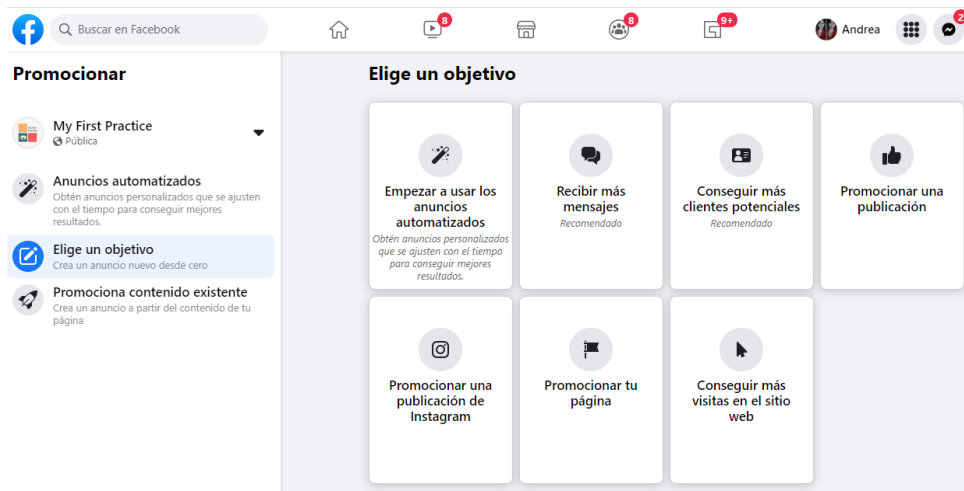
En base a los resultados obtenidos mediante nuestro análisis de fuentes secundarias se puede validar que la publicidad en redes sociales es un costo primordial para atraer a nuestro público. Tanto Facebook como Instagram Ads permiten atraer a una gran audiencia relacionada con nuestro segmento de mercado, puesto que permiten elaborar anuncios publicitarios atractivos y que generen curiosidad hacia ellos. Cabe resaltar, que Facebook brinda una mayor diversidad tanto en tipos de anuncios como en tarifas. No obstante, a pesar de que Instagram solo posee un solo tipo de publicación, este posee resultados de interacción muy positivos para la empresa. En conclusión, se puede interpretar que la inversión en ambas redes sociales es vital para incrementar las ventas, tener un mayor alcance en aquel público objetivo donde sea difícil contactar, reducir costos, tener una mayor penetración sobre la información de nuestro modelo de negocio, hasta inclusive facilita la búsqueda de nuevos colaboradores.

#### **d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

- Facebook e Instagram permiten captar a una gran audiencia de personas interesadas en determinados productos o servicios que ofrece una empresa.
- Facebook ofrece una variedad de tipos de publicación y tarifas.
- En Instagram se debe invertir como mínimo S/10 para poder visualizar respuestas notables en las publicaciones.
- Una publicación en Facebook debe mantenerse activa al menos 4 días para visualizar mejores resultados de tráfico web.
- Conseguir más clientes potenciales y promocionar tu página son los tipos de publicación de Facebook que nos permitirá atraer a una gran cantidad de usuarios que poseen el perfil adecuado para ser nuestro público objetivo e incrementar nuestras ventas.
- Al momento de crear una publicación en Instagram, seleccionar la opción “crear el tuyo” en la sección de público objetivo para asegurar que la publicación se enfoque exclusivamente en nuestro segmento de mercado.

#### **e. Sustentación de las validaciones**

Figura 24. Objetivo de la publicidad Facebook



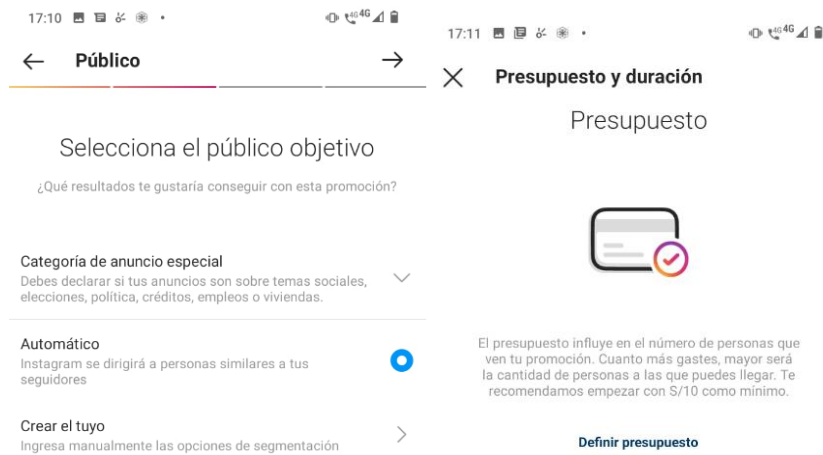
Fuente: Facebook

Figura 25. Objetivo de la publicidad en Instagram



Fuente: Instagram

Figura 26. Presupuesto de promoción en Instagram



Fuente: Instagram

- **Objetivo 3**

- a. **Objetivo del experimento**

El pago de comisiones a estudiantes con experiencia es indispensable para lograr un trabajo en conjunto con My First Practice.

- b. **Diseño y desarrollo del experimento**

- i. **Descripción del experimento**

**Fecha de elaboración del experimento:** 2/05/2021

**Método:** entrevistas a estudiantes con experiencia laboral

**Guía de entrevistas**

- ¿Te agrada la idea de enseñar cursos cortos de especialización a estudiantes sin experiencia laboral por medio de una App móvil a cambio de una comisión? ¿Por qué?
- En caso tu respuesta fuera afirmativa, ¿Del precio total del curso que se cobre cuánto del % de comisión consideras que es justo recibir?
- Y, por último, ¿te gustaría recibir otro tipo de incentivo o beneficio en nuestra App a cambio de dictar cursos cortos especializados?

- ii. **Bitácora de actividades**

Tabla 37. Bitácora de actividades 19



<b>Actividad</b>	<b>Tarea</b>	<b>Resultado</b>
Reunir a estudiantes con experiencia laboral	Entrevistar a estudiantes con experiencia laboral	Obtención de información en relación con beneficios e incentivos que desean recibir

Fuente: Elaboración propia

### c. Análisis e interpretación de resultados

#### i) Malla receptora

Tabla 38. Malla receptora 19

<b>Cosas Interesantes</b>	<b>Críticas constructivas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los estudiantes con experiencia laboral poseen un alto grado de empatía hacia aquellos estudiantes que aún no consiguen prácticas.</li> <li>• Además, les agrada la idea de enseñar a estudiantes con su mismo rango de edad, puesto que ellos ya han enseñado cursos de la universidad a algunos de sus amigos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que a los estudiantes con experiencia laboral también se les permita publicar ofertas laborales en la bolsa de trabajo de <i>My First Practice</i>.</li> </ul>
<b>Qué preguntas nuevas tenemos</b>	<b>Nuevas ideas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué penalidades económicas consideras pertinente que implementemos en caso un estudiante con experiencia laboral no realice las clases cuando previamente ya se había comprometido a dictarlas?</li> <li>• ¿Estarías de acuerdo que la comisión te sea entregada mensualmente?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que se brinde un certificado que valide que se ha brindado servicios de enseñanza a través de la aplicación <i>My First Practice</i>.</li> <li>• Que se permita publicar tanto las ofertas laborales donde trabajan actualmente, así como las ofertas de sus emprendimientos propios.</li> </ul>

- 
- Que se brinde un código de descuento a los estudiantes con experiencia laboral para que ellos los compartan con sus allegados.
- 

Fuente: Elaboración propia

## ii) Principales hallazgos encontrados

- **Resultados pregunta N° 1:** Todos los estudiantes con experiencia laboral que fueron entrevistados comentaron que sí estarían dispuestos a dictar clases en la App *My First Practice*, pero no solo por el incentivo monetario que son las comisiones, sino que todos ellos manifestaron que en realidad les gustaría fomentar la empatía, puesto que a todos los entrevistados también les fue difícil encontrar sus primeras prácticas laborales, por ende ahora que lo consiguieron, les gustaría ayudar a otros estudiantes también a conseguir sus prácticas.
- **Resultados pregunta N°2:** Todos los estudiantes con experiencia laboral que fueron entrevistados comentaron que sería justo recibir un 30% de comisión por cada alumno matriculado.
- **Resultados pregunta N°3:** Todos los estudiantes con experiencia laboral que fueron entrevistados comentaron que aparte de la comisión que recibirán, les gustaría recibir un reconocimiento por parte de la App por haber brindado su servicio de enseñanza. Cabe resaltar, que algunos entrevistados mencionaron también que se brinde un código de descuento a los profesores para que ellos lo compartan con sus allegados y de esa forma aumentar su número de alumnos. Asimismo, que ellos también tengan la oportunidad de publicar ofertas laborales de las empresas donde laboran actualmente, así como de las ofertas laborales de sus emprendimientos personales.

### → Interpretación de los resultados

En base a los resultados obtenidos se puede interpretar que el pago de comisiones a estudiantes con experiencia laboral es vital para lograr un trabajo en conjunto, siendo el 30% la comisión justa a recibir. Asimismo, brindar códigos de descuentos para compartirlos con sus allegados, que se les brinde un documento que valide su servicio de enseñanza en la App y que tengan la libertad de publicar ofertas laborales en donde

están trabajando actualmente, así como ofertas laborales de sus propios emprendimientos, incentivaría y se vería aún más atractivo la propuesta de dictar clases en la App My First Practice.

#### **d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

- Pagar un 30% de comisión a los estudiantes con experiencia laboral para que enseñen en nuestra App.
- Incorporar un auto generador de código en las cuentas de cada estudiante con experiencia laboral que dicte cursos.
- Permitir a los estudiantes con experiencia laboral que publiquen en nuestra bolsa de trabajo las ofertas laborales en donde trabajan actualmente, así como las ofertas laborales de sus propios emprendimientos.
- Brindar un certificado que valide sus horas de servicio de enseñanza en la aplicación My First Practice.

#### **e. Sustentación de las validaciones**

- **Entrevista N°1 – Estudiante con experiencia laboral**

**Entrevistado:** Elizabeth Rojas León

**Lugar de trabajo:** Lima Expresa

**Cargo:** Practicante preprofesional de gestión administrativa

**Estudios:** Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)- Administración y Negocios Internacionales- 10° ciclo

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/FHXFv0bQ1hY>

**Nombre y apellido del entrevistador:** Andrea Rojas Zegarra

- **Entrevista N°2 – Estudiante con experiencia laboral**

**Entrevistado:** Carlos Samamé Barrientos

**Lugar de trabajo:** Pesquera Hayduk S.A.

**Cargo:** Practicante preprofesional de administración

**Estudios:** Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)- Administración y Negocios Internacionales- 9° ciclo

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/sQMip1DpSUU>

**Nombre y apellido del entrevistador:** Andrea Rojas Zegarra

- **Entrevista N°3 – Estudiante con experiencia laboral**

**Entrevistado:** Gustavo Gonzalez Ramirez

**Lugar de trabajo:** Gloria S.A.

**Cargo:** Practicante preprofesional de logística

**Estudios:** Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)- Administración y Negocios Internacionales- 7°ciclo

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/PIWwUE4-Df8>

**Nombre y apellido del entrevistador:** Andrea Rojas Zegarra

- **Entrevista N°4 – Estudiante con experiencia laboral**

**Entrevistado:** Gerald Anaya Maccha

**Lugar de trabajo:** Banco de Crédito del Perú (BCP)

**Cargo:** Practicante preprofesional de economía

**Estudios:** Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP)- Economía- 8°ciclo

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/Jj1pMAuBznc>

**Nombre y apellido del entrevistador:** Andrea Rojas Zegarra

- **Entrevista N°5 – Estudiante con experiencia laboral**

**Entrevistado:** Maryfer Ugarte Añazco

**Lugar de trabajo:** Corporación Cargill

**Cargo:** Practicante preprofesional de marketing

**Estudios:** Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)- Administración y Marketing- 9°ciclo

**Link de la entrevista:** <https://youtu.be/wQo5gD0ONfw>

**Nombre y apellido del entrevistador:** Andrea Rojas Zegarra

- **Objetivo 4**

- a. **Objetivo del experimento**

Los costos intangibles es un gasto necesario que se debe cubrir para asegurar el óptimo funcionamiento de My First Practice

## **b. Diseño y desarrollo del experimento**

### **i. Descripción del experimento**

**Fecha de elaboración del experimento:** 2/05/2021

**Método:** Investigación y análisis de fuentes secundarias

### **ii. Bitácora de actividades**

Tabla 39. Bitácora de actividades 20

<b>Actividad</b>	<b>Tarea</b>	<b>Resultado</b>
Búsqueda de fuentes secundarias confiables que expliquen los costos intangibles necesarios para ofrecer servicios mediante una App móvil	Análisis e interpretación de fuentes secundarias	Evidencias que validan la importancia de cubrir los costos intangibles en un aplicativo móvil

Fuente: Elaboración propia

## **c. Análisis e interpretación de resultados**

### **ii) Malla receptora**

Tabla 40. Malla receptora 20

<b>Cosas Interesantes</b>	<b>Críticas constructivas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El registro de una marca impide que otras marcas se adueñen del logo y nombre corporativo creado.</li> <li>• La reserva de razón social facilita el proceso de constitución de una empresa.</li> <li>• Los estatutos sientan las bases normativas de una empresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se debería reducir los trámites para que una empresa inicie sus operaciones, puesto que desmotiva el establecimiento de nuevas empresas al visualizar los diversos trámites y documentos a realizar y presentar ante instituciones competentes.</li> </ul>

- La escritura pública ante un notario público genera obligaciones en cada uno de los accionistas.
- La licencia de funcionamiento brinda la autoridad legal de operar o comercializar en un determinado establecimiento.

Qué preguntas nuevas tenemos	Nuevas ideas
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ¿Qué ocurriría si una empresa no cubre los costos intangibles de una empresa?</li> <li>● ¿Todos los trámites de costos intangibles se podrán realizar de forma virtual?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Que el Gobierno del Perú organice charlas de orientación sobre los procesos de cada trámite que se requiere realizar para que una empresa empiece a operar de manera óptima.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

## ii) Principales hallazgos encontrados

Según la página oficial de INDECOP (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual), el registro de una marca es de suma importancia, puesto que brinda seguridad legal que obstaculiza que otras personas copien o imiten características propiamente de una marca. Además, dicho registro permite utilizar a la marca como un para obtener crédito en entidades financieras. Cabe mencionar, que el costo de registro de marca ante INDECOPI es de S/ 534.99.

En la página oficial de SUNARP (Superintendencia de Registros Públicos), menciona que es recomendable la reserva de la razón social o denominación de una empresa, puesto que impide durante 30 días que ninguna otra empresa utilice dicho nombre; lo cual ayuda a facilitar con los trámites de inscripción y constitución de una nueva compañía. Cabe resaltar, que el costo de dicha reserva ante SUNARP es de S/25.

Otro aspecto identificado en costos intangibles, son los costos de estatuto de una empresa, según la página oficial de Ramón Asociados, una compañía enfocada en asesorar a otras empresas, menciona que es importante cubrir dicho costo puesto que orientan a sentar las bases normativas legislativas de una empresa, principalmente, su establecimiento oficial de operaciones, su razón social, los procesos para realizar

acuerdos y la forma del reparto de dividendos. Cabe resaltar que, según la página oficial del Gobierno del Perú, el costo de estatuto de una empresa es de S/150.

Un costo intangible que también es relevante es la escritura pública corporativa ante un notario, puesto que, según la página oficial de Gerardo Lara Said, licenciado en derecho corporativo, la escritura pública de una compañía tiene un alto valor legal que compromete y genera una serie de obligaciones a cumplir a cada uno de los socios. Cabe resaltar que según el Gobierno del Perú el trámite para la elaboración de una escritura pública corporativa ante un notario es de S/500 aproximadamente

Y un último costo identificado es la licencia de funcionamiento otorgado por la municipalidad. Según Taem Perú Consulting, empresa líder en consultoría a empresas, menciona que es importante dicha licencia porque ofrece la autoridad legal para operar y comercializar en un determinado establecimiento. En este caso, la oficina central de My First Practice se encontrará en San Isidro debido a la cercanía para nosotros, los 5 inversionistas, y en base al diario Gestión el costo de licencia de funcionamiento en la Municipalidad de San Isidro es de S/76.50.

#### → Interpretación de los resultados

En base a los resultados obtenidos se puede interpretar que los principales costos intangibles necesarios que debe cubrir My First Practice son: registro de marca en INDECOPI, reserva de razón social o denominación en SUNARP, estatuto de la empresa, la escritura pública corporativa ante notaria; y el licenciamiento de funcionamiento para la oficina central de la empresa.

#### **d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

- El registro de marca ante INDECOPI tiene un costo total de S/ 535.
- La reserva de razón social o denominación corporativa ante SUNARP posee un costo total de S/25.
- Realizar el trámite para el estatuto de una empresa tiene un monto total de S/ 150.
- S/500 es el costo total aproximado para realizar el proceso de escritura pública corporativa ante un notario.
- Y la licencia de funcionamiento por parte de la municipalidad en San Isidro es de S/500, puesto que en dicho distrito estará ubicada la oficina central de My First Practice.

**e. Sustentación de las validaciones**

Las fuentes secundarias utilizadas para validar los costos intangibles se pueden visualizar en la sección de bibliografía ubica al final de informe.

● **Objetivo 5**

**a. Objetivo del experimento**

Las remuneraciones del personal administrativo se encontrarán en un rango promedio, que permita a la empresa incluirlo en su presupuesto mensual.

**b. Diseño y desarrollo del experimento**

**i. Descripción del experimento**

Se realizará una investigación en los diversos portales de empleo de las remuneraciones promedio del personal administrativo que se encontrará en planilla (Gerente General, analista de RRHH, analista de Contabilidad y jefe de Marketing), la cual se requiere para el funcionamiento de nuestra plataforma digital y que vaya acorde al perfil que se busca.

**ii. Bitácora de actividades**

Tabla 41. Bitácora de actividades 21

<b>Actividad</b>	<b>Tarea</b>	<b>Resultado</b>
Búsqueda en los diversos portales de empleo (Computrabajo, Indeed, entre otros.)	Análisis y comparación de los diversos estudios realizados por los portales de empleo, acerca de los sueldos asignados de cada puesto de las diversas áreas de las organizaciones.	Se obtuvieron los sueldos base promedios actualizados al 2021 del Gerente General, analistas de RRHH y Marketing y el Contador, los cuales estuvieron en un rango promedio de 5000 y 1800 soles.

Fuente: Elaboración propia

**c. Análisis e interpretación de resultados**

**i) Malla receptora.**



Tabla 42. Malla receptora 21

<b>Cosas interesantes</b>	<b>Críticas constructivas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todos los sueldos base se encuentran en el rango promedio esperado.</li> <li>• Las remuneraciones van acorde a los perfiles y funciones a cumplir.</li> <li>• El sueldo de un gerente oscila en un rango de 4000 a 5500 soles.</li> <li>• Las remuneraciones de los analistas no superan los 2100 soles en el mercado laboral.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No se debe enfocar la investigación solo consultando con plataformas de trabajo.</li> <li>• Se debe hacer un comparativo con los sueldos de las empresas más demandadas.</li> </ul>
<b>Qué preguntas nuevas haremos</b>	<b>Nuevas ideas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuáles son los criterios base para la asignación de sueldos en el Perú?</li> <li>• ¿Se debe consultar de igual forma con un especialista en compensaciones y remuneraciones?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de perfiles de puesto de acuerdo a funciones y/o desempeño.</li> <li>• Contar con una segunda opinión con un especialista de remuneraciones y compensaciones.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

**ii) Principales hallazgos.**

- El sueldo promedio obtenido para el Gerente General estuvo en un rango de 4000 a 5500 soles, esto varía de acuerdo al rubro de negocio, así como el perfil requerido y las funciones que establezca la empresa.
- En cuanto a los sueldos de contadores en el Perú, se estima un promedio de 2200 soles, esto no es fijo, ya que depende mucho de que si es profesional o técnico, además de analizar si es conveniente contratar bajo modalidad de servicios, es decir por pago por honorarios.

- Por último, en cuanto a los analistas de Recursos Humanos y Marketing, sus salarios oscilan en un rango de 1800 y 2100 soles al mes, los cuales se acoplan a los perfiles y posiciones que se requieren.

### **iii Interpretación de resultados.**

Los sueldos base obtenidos son estimaciones promedio con referencia a los puestos que se requiere, en base a la recopilación de usuarios, empresas y empleados más demandados y especializados en el rubro del negocio, esto nos ha permitido obtener cifras promedio, pero acertadas y realistas de las remuneraciones de nuestro personal administrativo para plantear en nuestro presupuesto las cantidades que se deben tomar en cuenta. Es importante mencionar, que en base a las investigaciones y los conocimientos con los que contamos, hemos podido definir el sueldo de nuestro personal, el cual está en el rango de 5000 a 1800 soles, lo cual varía según la posición. Se pudo determinar que el sueldo más elevado sería el del Gerente General, el cual está en unos 5000 soles aproximadamente y los analistas, los cuales están entre los 1800 y 2200 soles, según su importancia y funciones a realizar.

#### **d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

- Es necesario realizar un análisis e investigación previa de los sueldos más demandados de las diversas posiciones en un área de trabajo, para determinar remuneraciones efectivas.
- Se debe realizar perfiles de puesto de nuestro personal administrativo que permitan definir las cantidades exactas y equivalentes en cuanto a sueldo y las funciones a realizar.
- La asignación de sueldos depende mucho de la demanda de mercado, área y puesto y funciones a realizar.

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

Las fuentes secundarias utilizadas para validar los costos intangibles se pueden visualizar en la sección de bibliografía ubica al final de informe.

- **Objetivo 6**

- a. Objetivo del experimento**

Elegir el lugar óptimo para la oficina central de My First Practice. Se evaluará el distrito, espacio, tamaño y demás características necesarias para tener un ambiente cómodo y apto para reuniones ejecutivas.

- b. Diseño y desarrollo del experimento**

- i. Descripción del experimento**

Se realizará una búsqueda de distintos alquileres, amoblados o no amoblados, para identificar cual sería la mejor opción para comenzar las operaciones de My First Practice. En este caso, se hará tal acción mediante páginas web con este tipo de recomendaciones sobre alquileres en diversas zonas de Lima Metropolitana.

- ii. Bitácora de actividades**

Tabla 43. Bitácora de actividades 22

<b>Actividad</b>	<b>Tarea</b>	<b>Resultado</b>
Búsqueda en páginas web de recomendaciones de alquileres, tales como LaEncontré, TuVivienda Perú, Urbania, Trovit, etc.)	Análisis y comparación de precios, características y dimensiones de los espacios de alquiler para la oficina central de My First Practice.	Los alquileres en su mayoría se encontraban en los distritos de San Borja, San Isidro, Miraflores y La Molina. Entre ellos los precios en soles son entre 2,000 a 6,000.

Fuente: Elaboración propia

**c. Análisis e interpretación de resultados**

**i. Malla receptora**

Tabla 44. Malla receptora 22

<b>Cosas interesantes</b>	<b>Críticas constructivas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>● Es más sencillo encontrar alquileres de oficinas sin estar amobladas y en pisos altos.</li><li>● La mayoría de las oficinas son compartidas, es decir, varias empresas y dueños se encuentran en un mismo edificio solo que en diferentes pisos y secciones.</li><li>● Algunas cobran en dólares y se requiere un adicional de mantenimiento.</li><li>● La mayoría de las oficinas de alquiler se encuentran en zonas céntricas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Es necesario primero tener comunicación con aquellos que alquilan las oficinas y realizar una visita previa para verificar que las oficinas son limpias, cómodas y óptimas para los trabajadores.</li><li>● Realizar una evaluación de la zona de cada posible oficina para que sea céntrico para los trabajadores y que tenga diversos servicios necesarios para estos como res</li></ul>
<b>Qué preguntas nuevas haremos</b>	<b>Nuevas ideas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>● ¿Qué nos beneficia, una oficina amoblada o sin amoblar?</li><li>● ¿Qué distrito es más seguro para tener nuestras oficinas?</li><li>● ¿Cómo se deberían repartir los espacios de las oficinas?</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Se aceptarán recomendaciones de personas cercanas para la selección del lugar de alquiler</li><li>● Es necesario que en los alquileres amoblados tengan internet.</li></ul>

Fuente: Elaboración propia

**ii. Principales hallazgos.**

- Las oficinas amobladas brindan lo siguiente:
  - Acceso a nuestra red global
  - Uso de nuestras zonas comunes (cocina, cafetería SIN zona de espera)

- Wifi de alta velocidad
  - Conexión a Internet por cable
  - Línea telefónica
  - Asistencia administrativa
  - Servicio de recepción
  - Gestión de correspondencia/paquetería
  - Recepción de visitantes/clientes
  - Acceso de invitados a sus oficinas
  - Uso de la sala de reuniones de la comunidad
  - Acceso al centro todos los días, las 24 horas
  - Servicio de limpieza/luz/aire incluidos
  - Acceso a nuestros eventos comunitarios, promociones y descuentos
- Las oficinas son compartidas; por lo que, un detalle principal de esto, es que se tienen que respetar espacios y saber convivir con diferentes empleados. Además, hay una sala principal en común, en donde pueden compartir, y funciona como zona de descanso.
  - Los precios del alquiler van entre 2,000 a 6,000 soles. Algunos necesitan mantenimiento, el cual puede ascender a 3,000 soles, y algunos se cobran en dólares. Las zonas en donde hay más oficinas en: San Isidro.

### **iii. Interpretación de resultados.**

Los alquileres encontrados brindan diversos beneficios que contribuyen con el objetivo propuesto: tener una oficina central óptima para comenzar la operatividad de My First Practice. Entre los amoblados y los no amoblados, los primeros de estos cuentan con mayores beneficios, ya que brindan servicios extras como internet de alta velocidad, ingreso las 24 horas, servicios generales, servicios de limpieza, acceso a eventos, etc. Por otro lado, se considera que la mejor zona para nuestra oficina sería en San Isidro, ya que es más céntrico para los trabajadores, hay mayor tránsito y áreas comerciales. Por lo que, se seleccionó la oficina de 2,016 soles.

### **d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

- Realizar una rigurosa evaluación de los alquileres

- Al momento de firmar el contrato, verificar cada condición y el estado en el que se encuentra la oficina a alquilar.

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

La sustentación de las validaciones del alquiler del local se puede encontrar en las fuentes bibliográficas.

## **7. VALIDACIÓN DEL INTERÉS DE COMPRA**

### **7.1. Experimento 1**

#### **a. Objetivo del experimento**

Dar a conocer el servicio que ofrece My First Practice al público objetivo para determinar el nivel de satisfacción y el interés de utilizar la aplicación.

#### **b. Diseño y desarrollo del experimento**

##### **i. Descripción del experimento**

Se realizó una simulación de una clase de Excel, la cual fue promocionada a través de las redes sociales de My First Practice para medir el interés del público objetivo de tomar los cursos especializados que ofrece la aplicación.

**Fecha de elaboración del experimento:** jueves 3 de junio

**Método:** Realizar un webinar con participación de nuestro público objetivo.

**Curso:** Introducción al Excel: operaciones básicas

#### **Encuesta de satisfacción:**

- En una escala del 1 al 5, ¿Qué tan satisfecho te encuentras con la clase dictada? (En donde 1 es insatisfecho y 5 es satisfecho)
- ¿A qué plan de paga te suscribirías?
- ¿Te gustan los precios para los planes de pago?
- ¿Recomendarías My First Practice?

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

**Estrategia de promoción y fidelización:** Descuento del 50% a los primeros que se inscriben al curso, lo cual se promociona a través de las redes sociales (Facebook e Instagram).

**Precio:** clase libre 20 soles, pero se ofreció un descuento para los 10 primeros participantes.

### iii. Bitácora de actividades

Tabla 45. Bitácora de actividades 23

Actividad	Tarea	Resultado
Realizar la simulación de una clase de uno de los cursos especializados más solicitados por las empresas.	Publicar un post promocionando el curso a través de las redes sociales (Facebook e Instagram).	La publicación en Facebook tuvo un alcance de 288 personas, con 54 reacciones y comentarios solicitando más información sobre el curso y en Instagram se logró un alcance de 97 personas con 134 impresiones, ganando 6 nuevos seguidores.
	Captar estudiantes interesados en tomar el curso.	Se logró contar con 10 participantes en el curso de especialización (Introducción al Excel).
	Realizar una encuesta de satisfacción a los participantes.	Todos los participantes realizaron la encuesta y se obtuvo que el 100% estaba interesado en usar la aplicación e inscribirse a los diferentes paquetes que se ofrecen, además, de que todos recomiendan la aplicación.

Fuente: Elaboración propia

## Análisis e interpretación de resultados

### i. Malla receptora

Tabla 396. Malla receptora 23

<b>Cosas interesantes</b>	<b>Críticas constructivas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Los participantes se mostraron muy satisfechos con el webinar realizado.</li><li>• El realizar un webinar con uno de los cursos más solicitados hoy en día en las organizaciones despierta el interés en nuestro público objetivo.</li><li>• El lanzar promociones de cursos hace que los consumidores tengan mayor intención de tomar el servicio.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hacer publicaciones más interactivas con los cursos más demandados para así lograr mayor interés del público objetivo.</li><li>• Indicar el nombre y la experiencia con la que cuenta el profesor que dictará la clase, como parte de la publicación, para lograr mayor confiabilidad del público</li><li>• Mejorar la encuesta con preguntas referentes a qué cursos les gustaría que se dicten y que se debería mejorar en las clases.</li></ul>
<b>Qué preguntas nuevas haremos</b>	<b>Nuevas ideas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• ¿Qué nuevos cursos se deben dictar en un webinar para llamar la atención del público objetivo?</li><li>• ¿Se deben seguir lanzando descuentos o promociones en cuanto a los precios de los cursos a dictar?</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lanzar una encuesta previa sobre qué cursos les gustaría que se dicten y cuales consideran que deberían tener una promoción.</li></ul>

Fuente: Elaboración propia

### ii. Principales hallazgos encontrados

- Todos los participantes tienen intención de descargar la aplicación y suscribirse a un paquete antes de tomar solo un curso libre.
- El 60% de los participantes tienen intención de suscribirse al plan estándar, el 20% al plan básico y el otro 20% al plan premium.



- Todos los participantes consideran que los precios de los planes (básico, estándar y premium) son accesibles y tuvieron gran aceptación.
- Los participantes se encontraron 100% satisfechos con la clase dictada por un estudiante con experiencia laboral y especialista en el curso.
- Tuvo un gran alcance en las redes sociales (Facebook e Instagram) al promocionar el webinar.
- La promoción del 50% a los diez primeros participantes fue un gran impulso para las inscripciones.

### **iii. Interpretación de los resultados**

Consideramos que nuestro público objetivo se mostró muy interesado en la aplicación My First Practice, debido a que se dictaran los cursos especializados más solicitados por las empresas hoy en día, además se pudo identificar que la clase dictada fue del agrado de todos los participantes siendo un impulso para que estos se muestren interesados no solo en tomar cursos libres sino en tener intención de suscribirse a los diversos paquetes que se ofrecen, ya que consideran que los precios son accesibles. Además, la gran aceptación que hubo hacia el expositor, quien fue un estudiante con experiencia laboral y especialista en el curso, hizo que la clase resultará más dinámica y enfocada en los puntos clave del curso. Por último, se pudo comprobar que la promoción lanzada y los canales utilizados para promocionar el curso fueron los más adecuados, ya que tuvo una gran acogida.

### **d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

- Los cursos especializados que se brindan son uno de los aspectos más relevantes por la cual nuestro público objetivo tiene intención de descargar la aplicación.
- El brindar webinars donde los consumidores vivan la experiencia del servicio que se brinda, ayuda a que estos conozcan más a fondo la aplicación y tengan mayor intención de utilizarla.
- El contar con promociones en los servicios brindados despierta mayor interés en los consumidores para tomar el servicio.

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

### Instagram

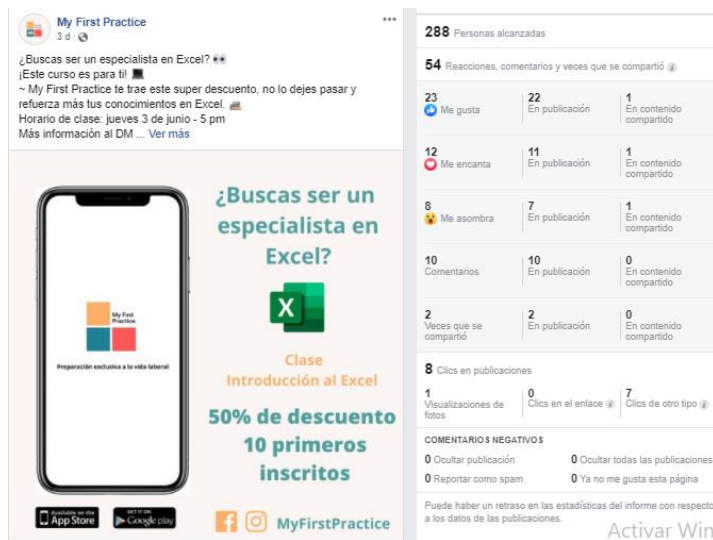
Figura 27. Publicidad del webinar en Instagram



Fuente: Instagram

### Facebook

Figura 28. Publicidad del webinar en Facebook

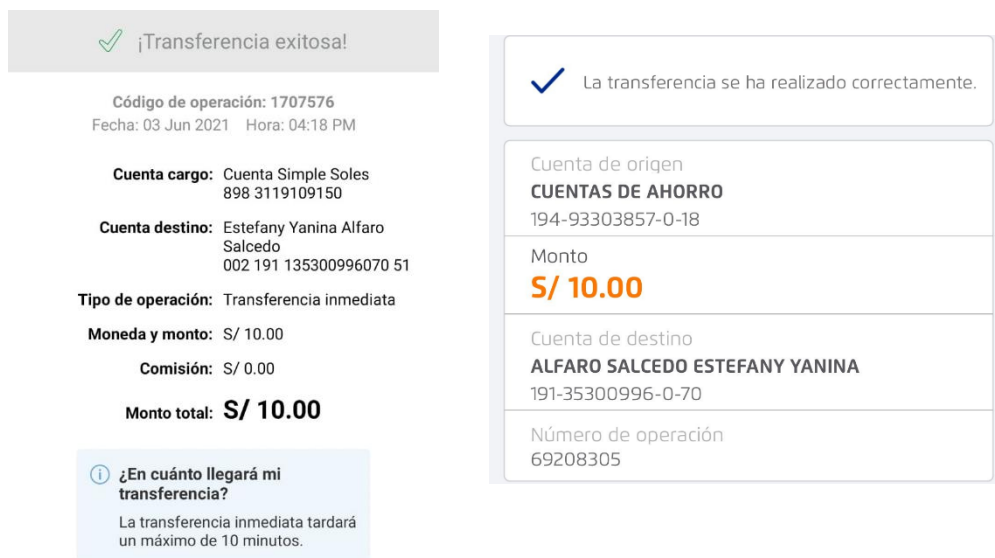


Fuente: Facebook

Link del webinar: <https://www.youtube.com/watch?v=OZoTtGS6VFA>

## Comprobantes de pago

Figura 29. Comprobantes de pago por el webinar dictado



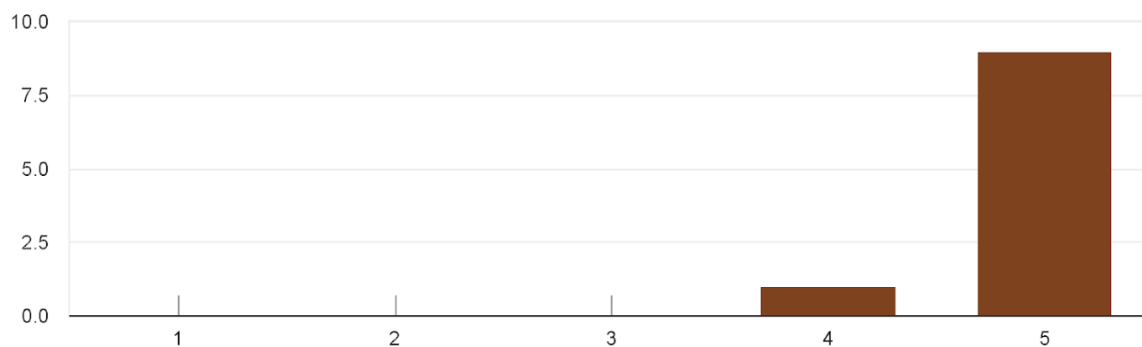
Fuente: Interbank y BCP

## Resultados de la encuesta

Figura 30. Nivel de satisfacción de la clase dictada

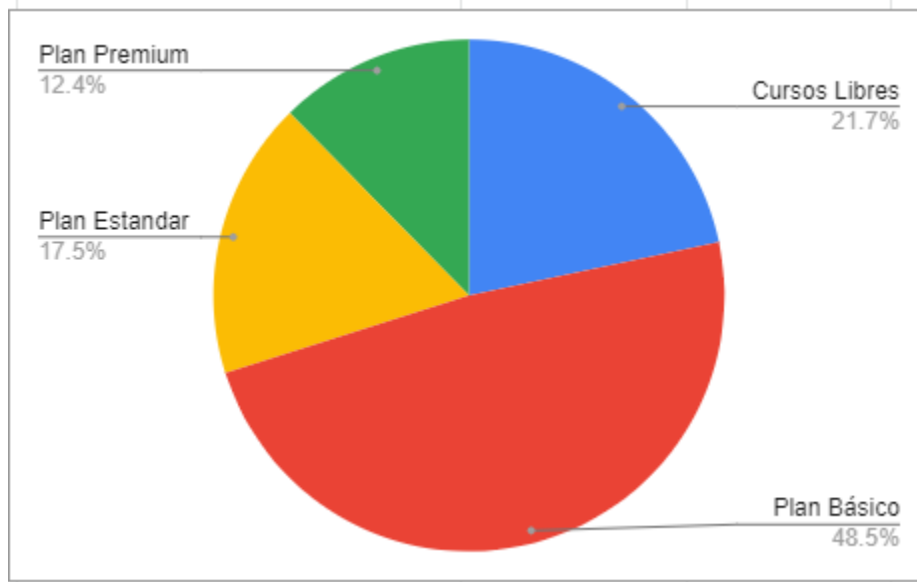
En una escala del 1 al 5, ¿qué tan satisfecho te encuentras con la clase dictada? (En donde, 1 es insatisfecho y 5 es satisfecho)

10&nbsp;respuestas



Fuente: Google Forms

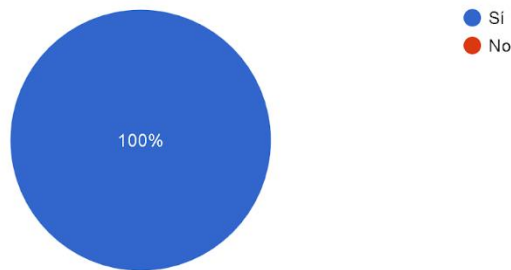
Figura 31. Distribución porcentual de planes de suscripción según preferencia



Fuente: Google Forms

Figura 32. Distribución porcentual de recomendación según los estudiantes

¿Recomendarías My First Practice?  
10 respuestas



Fuente: Google Forms

## 7.2. Experimento 2

### a. Objetivo del experimento

El objetivo del experimento es la recolección de correos de las personas interesadas en contar con la aplicación My First Practice a través de la creación de un Landing Page cuyo enlace fue publicado en las redes sociales, tales como Instagram y Facebook, de la aplicación. Esta actividad se realizará con la finalidad de lograr obtener y conocer el interés del público objetivo con la aplicación.

## b. Diseño y desarrollo del experimento

### i. Descripción del experimento

**Método:** Para el experimento, en primer lugar, se diseñó un Landing Page de la aplicación My First Practice con mensajes que ayuden a capturar la atención de nuestro público objetivo. Posteriormente, se realizaron publicaciones en las redes sociales de la aplicación a través de Facebook e Instagram a través de posts atractivos en la cual dentro del contenido se encontraba el enlace del Landing Page. Por último, se recogieron los correos de las personas interesadas con la aplicación por medio del enlace publicado en las redes sociales con el objetivo de medir las interacciones y observar la intención de compra del público objetivo.

**Fecha de elaboración del experimento:** 23/05/2021 - 18/06/2021

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

**Estrategia de promoción:** Aquellas estrategias estaban enfocadas en promocionar el Landing page a través de las redes sociales con la finalidad de lograr recolectar correos electrónicos de personas interesadas en la aplicación.

### iv. Bitácora de actividades

Tabla 47. Bitácora de actividades 24

Actividad	Tarea	Resultados
	Creación del Landing Page de la aplicación My First Practice.	Se creó el Landing page de la aplicación My First Practice para la recolección de información.
	Publicación de un post en Facebook promocionando la aplicación en donde incluye el enlace del Landing page y medición de las interacciones.	La publicación logró obtener un alcance de 1232 personas, 286 interacciones, 212 reacciones y comentarios a la publicación. Las interacciones representaron el 23,21% y las reacciones y/o comentarios representaron un 17,21% del total. Además, se logró obtener 83 comentarios pidiendo más información de la aplicación y 63

---

las redes sociales de la aplicación, con la finalidad de conocer la intención de compra de los usuarios.

Recolección de correos y análisis de estadísticas del Landing Page

clics directos en el enlace del Landing Page.

A partir de las publicaciones en Facebook se logró recolectar 63 correos en el Landing Page de personas interesadas en contar con la aplicación My First Practice. Asimismo, del total de usuarios que ingresaron al Landing page el 90% registraron sus correos. Además, se logró evidenciar que 45 usuarios ingresaron a la página a través de enlaces directos dejados en los mensajes en comentarios en Facebook, mientras que 25 usuarios lo hicieron a través del enlace directo del Landing Page dejado en Facebook.

---

Fuente: Elaboración propia

## **Análisis e interpretación de resultados**

### **1. Malla receptora**

Tabla 48. Malla receptora 24

---

**Cosas interesantes**

**Críticas constructivas**

---

- 
- A través de las publicaciones en Facebook en donde se encontraba el enlace del Landing page se logró obtener un mayor alcance de usuarios interesados en la aplicación, en donde, las reacciones y comentarios representaron más del 15% de los usuarios alcanzados.
  - La gran cantidad de comentarios por parte de usuarios manifiestan el elevado interés de contar con la aplicación My First Practice.
  - El 90% de usuarios que ingresaron al Landing Page demuestran su interés en la aplicación por medio del registro de sus correos electrónicos.
  - En el transcurso de las 4 semanas se logró obtener 63 correos registrados en el Landing Page de usuarios interesados en la aplicación.
  - Las promociones en las redes sociales son parte importante para captar la atención de los usuarios y disminuir las tasas de pérdidas de clientes potenciales en una aplicación.
  - Enfatizar en los beneficios que tiene la aplicación para lograr capturar la mayor cantidad de intención de compra por parte de usuarios a través de la recolección de correos electrónicos.
- 

#### **Qué preguntas nuevas haremos**

- ¿Qué debemos considerar para lograr obtener una mayor cantidad de correos de usuarios potenciales?
- ¿Cuáles son las características más importantes a considerar al momento de desarrollar y diseñar un Landing page atractivo?
- ¿Qué acciones debemos tomar para disminuir la tasa de pérdida de usuarios en el Landing Page?

#### **Nuevas ideas**

- Realizar mayores actividades de promoción para captar la atención de los usuarios y así disminuir la tasa de pérdida en la Landing Page de usuarios que no registraron sus correos electrónicos.
-

## **ii. Principales hallazgos encontrados**

- A través de publicaciones en Facebook, en donde se encontraba el enlace del Landing Page, se logró llegar a más de 1200 usuarios interesados en la aplicación.
- Por medio de esta publicación se logró obtener más de 280 interacciones y más de 210 reacciones, de las cuales 70 personas hicieron clic en el enlace del Landing Page.
- Se registraron 83 comentarios de personas interesadas en la aplicación My First Practice las cuales pidieron más información, logrando evidenciar el interés de contar con la aplicación.
- A través del Landing Page, y gracias a las publicaciones realizadas en Facebook, se logró recolectar 63 correos de usuarios interesados con la aplicación.
- Se logró evidenciar que 45 usuarios ingresaron al Landing Page a través de enlaces directos, mientras que 25 usuarios lo hicieron a través del enlace directo del Landing Page dejado en Facebook.
- De los 70 usuarios que ingresaron al Landing Page solamente 7 de ellos decidieron no dejar sus correos electrónicos.

## **iii. Interpretación de los resultados**

La publicación realizada en Facebook permitió que la información de la aplicación alcance a una gran cantidad de usuarios, en donde benefició al Landing Page por medio del acceso de los usuarios al enlace directo a la página. A través de Facebook se logró obtener 70 clics en el enlace de la página del Landing Page, en donde se registró un total de 63 correos de usuarios interesados en My First Practice. El total de visitantes al Landing Page de la aplicación fueron de 70 usuarios, de las cuales 45 usuarios ingresaron a la página a través del enlace directo y 25 usuarios a través del enlace del Landing page publicada en Facebook, pero solamente 63 usuarios registraron sus correos dejando un balance positivo de interés de los usuarios que representó más del 90%. Por otra parte, se logró evidenciar que solamente 7 usuarios que ingresaron a la página del Landing Page no registraron sus correos reflejando, de esa manera, una tasa de pérdida del 10% de los usuarios totales que ingresaron a la página. Por otra parte, del total del público objetivo que ingresó a Landing Page el 90% lo hizo por primera vez, mientras que la diferencia representó a los usuarios que volvieron a ingresar a la página. Finalmente, analizando e interpretando el tráfico de visitas a lo largo del tiempo,



se logró evidenciar que se tuvo mucha interacción entre el usuario y la aplicación durante los días de la semana que se lanzó la promoción, demostrando de esa forma el gran potencial de interés por parte de usuarios en adquirir los servicios y beneficios de la aplicación My First Practice

**d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

- La promoción realizada en Facebook permite lograr alcanzar una gran cantidad de personas del público objetivo, así como también ayuda a reflejar el interés de los usuarios con la aplicación a través de sus reacciones y comentarios.
- El Landing Page es una herramienta importante para la obtención de información de los usuarios interesados en obtener la aplicación por la cual promover su promoción a través de los medios más demandados del público objetivo permitiría una mayor interacción.
- Promover y realizar mayores publicaciones en las redes sociales, por un periodo más extenso, en donde el enlace del Landing page se encuentre activo con la finalidad de lograr obtener mayor tráfico de visitas e información de los usuarios interesados en la aplicación.

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

**Resultados Landing Page**

Figura 33. Tráfico de visitas al landing page a lo largo del tiempo



Fuente: Landing Page

Figura 34. Sitios referentes y retención de visitas en el landing page



Fuente: Landing Page

Figura 35. Correos electrónicos obtenidos a través del landing page

<input type="checkbox"/>	Nombre	Email	Teléfono	Dirección	Última actividad
<input type="checkbox"/>	J jordisantana0499@gma...	jordisantana0499@...			14 jun 2021
<input type="checkbox"/>	J jorpisan@hotmail.com	jorpisan@hotmail.com			14 jun 2021
<input type="checkbox"/>	A alitzha_26@hotmail.com	alitzha_26@hotmail...			13 jun 2021
<input type="checkbox"/>	C claudia.huatuco@gmail...	claudia.huatuco@g...			9 jun 2021
<input type="checkbox"/>	A ashleyfyd@gmail.com	ashleyfyd@gmail.com			7 jun 2021

Fuente: Landing Page

### 7.3. Experimento 3

#### a. Objetivo del experimento

Recopilación de data cuantitativa de la intención de compra de nuestro público objetivo respecto a las tarifas de los planes que ofrece My First Practice.

#### b. Diseño y desarrollo del experimento

##### i. Descripción del experimento

**Fecha de elaboración del experimento:** 09/06/2021- 19/06/2021

**Método:** Uso de Google Forms para la elaboración de una encuesta, puesto que es un software que a parte que administra encuestas, brindan un análisis gráfico de los resultados obtenidos.

- **Diseño de la encuesta**

1. Nombres y Apellidos
2. Universidad
3. Ciclo

4. Correo electrónico
5. ¿A qué plan te gustaría suscribirte?

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

El link de la encuesta diseñada en Google Forms se promocionó de manera orgánica en la página oficial de Facebook y en la cuenta oficial de Instagram de My First Practice a través de una publicación que informaba de manera totalmente gratuita sobre los 5 errores más comunes que se visualiza en un CV; con el fin de incentivar con la fidelización de nuestro público objetivo, y así lograr obtener la mayor cantidad de respuestas en la encuesta diseñada.

### iii. Bitácora de actividades

Tabla 49. Bitácora de actividades 25

Actividad	Tarea	Resultado
Diseñar encuesta en Google Forms	Elaborar una publicación que fidelice a nuestro público objetivo	La publicación obtuvo en Facebook un total de 29 reacciones y 13 comentarios, mientras que Instagram obtuvo 40 reacciones y 10 comentarios.
	Promocionar el link de la encuesta en las redes sociales de Facebook e Instagram.	La promoción en Facebook e Instagram generó un total de 97 encuestas debidamente llenadas.

Fuente: Elaboración propia

### Análisis e interpretación de resultados

#### i) Malla receptora

Tabla 50. Malla receptora 25

Cosas interesantes	Críticas constructivas

- 
- Facebook e Instagram son buenas herramientas para identificar la intención de compra de nuestro público objetivo.
  - En Instagram se tiende a reaccionar más con likes y me encanta, mientras que con Facebook se suele comentar más.
  - En Facebook se realizan comentarios más largos, mientras que en Instagram son con comentarios con una extensión de una o dos palabras.
  - Diseñar encuestas breves asegura un óptimo llenado y obtención de data auténtica.
  - Diseñar más publicaciones que brinden algunos beneficios gratuitos, para así incentivar la fidelización de nuestro público objetivo.
  - Colocar el link de la encuesta al inicio para asegurar una correcta visibilidad por parte de los usuarios.
  - Utilizar en las descripciones de las publicaciones más emojis y palabras como “aprovecha” o “no dejes pasar esta gran oportunidad” para atraer la vista de los early adopters.
- 

### Qué preguntas nuevas haremos

### Nuevas ideas

- 
- |  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es el principal motivo por el cual te atrajo el plan de servicio que escogiste?</li> <li>• ¿Te gustan más las publicaciones estáticas o los videos interactivos?</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar una encuesta para promocionarla en Facebook e Instagram, pero junto una publicación de un video interactivo acerca de My First Practice App.</li> </ul> |
|--|---|
- 

Fuente: Elaboración propia

## ii) Principales Hallazgos

### • Resultados de la encuesta en Google Forms:

A través de la encuesta en Google Forms se obtuvo un total de 97 respuestas, en la cual todo nuestro público objetivo con la intención de compra de nuestros planes eran estudiantes

universitarios de diversas universidades, tanto de Lima como provincia, tales como: la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Universidad Privada Antenor Orrego (UPAO), Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), entre otras. Además, todos los estudiantes universitarios que completaron la encuesta cursaban los últimos ciclos de sus carreras, asimismo la mayoría de ellos seleccionaron el plan estándar o el plan premium como el tipo de plan al cual les gustaría suscribirse.

### **iii) Interpretación de resultados**

En base a los resultados obtenidos en el experimento, podemos interpretar en primer lugar, que las encuestas en Google Forms sí es una óptima herramienta para recopilar data cuantitativa. Además, en base a los resultados obtenidos en dicha encuesta, se pueda interpretar que nuestro público objetivo con intención de compra en su totalidad son estudiantes universitarios, tanto de Lima como de provincia, cursando entre el octavo, noveno o décimo ciclo de su carrera; siendo sobre todo los estudiantes universitarios que cursan el octavo ciclo de su carrera los que poseen una intención de compra mayor por los planes que ofrece My First Practice. Asimismo, la mayoría de nuestros early adopters presentan un alto interés de compra principalmente por el plan estándar y premium.

#### **d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

- Google Forms es una herramienta ideal para recopilar data cuantitativa, además de la cualitativa.
- Realizar publicaciones con ofertas, descuentos o tips contribuye a fidelizar a nuestro público objetivo e incentiva a interactuar con los posts, pero con un mayor grado de interés y curiosidad.
- Realizar más publicaciones enfocadas en los planes estándar y premium, que son los planes que poseen un mayor interés de compra por parte de nuestro público objetivo.
- Brindar promociones especiales para estudiantes universitarios de octavo ciclo, puesto que son nuestro público objetivo que poseen un mayor interés de compra en los planes de My First Practice App.

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

**Link de la encuesta diseñada en Google Forms**

<https://cutt.ly/6nUrxmC>

## Publicación en Facebook junto con el link de Google Forms

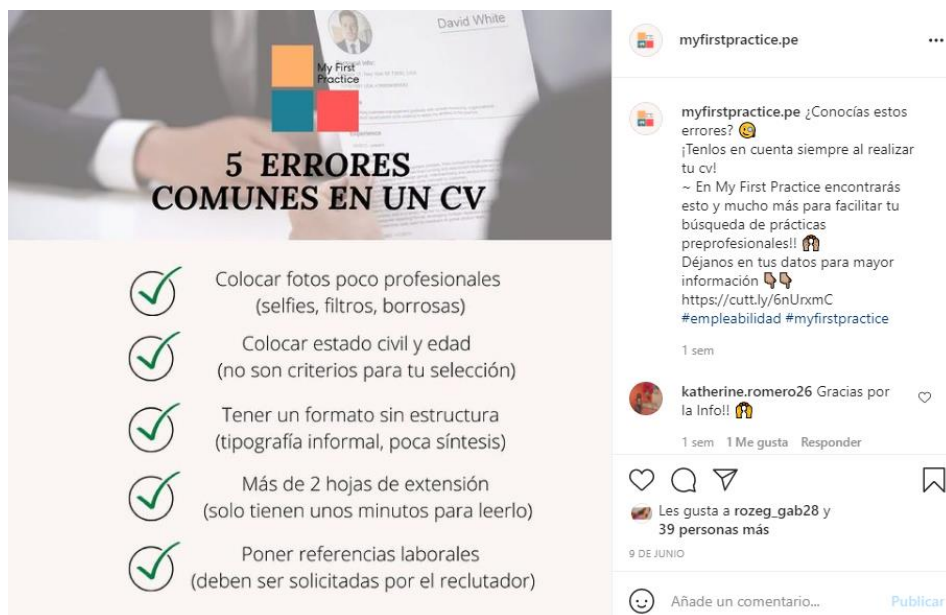
Figura 36. Publicación de registro en Facebook



Fuente: Facebook

## Publicación en Instagram junto con el link de Google Forms

Figura 37. Publicación de registro en Instagram



Fuente: Instagram

## Resumen de los resultados obtenidos en Google Forms

Figura 38. Resultados en Google Forms

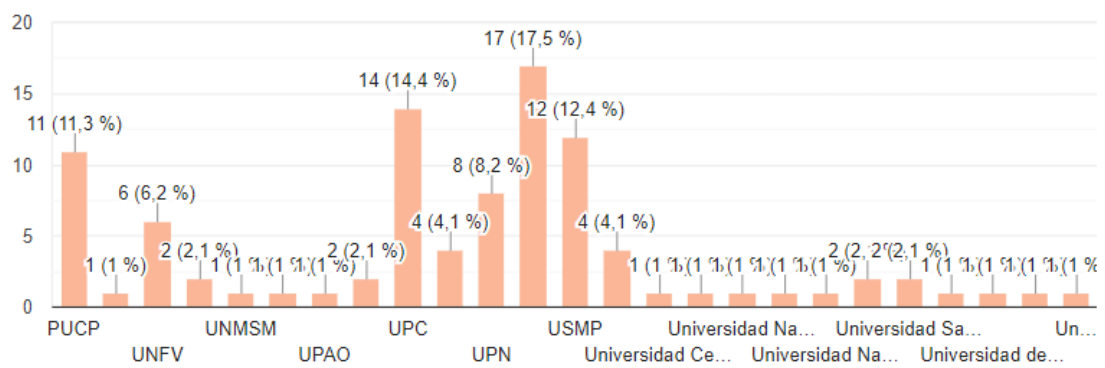
Nombres y Apellidos  
97 respuestas

Fiorella Tapia Navarro
Rodrigo García
Jorge Cabrera
Fabrizio Salas
Nicole Ventura
Fabrizio Nuñez
Alberto Pérez
Georgesua Chávez
Hugo Rojas

Fuente: Google Forms

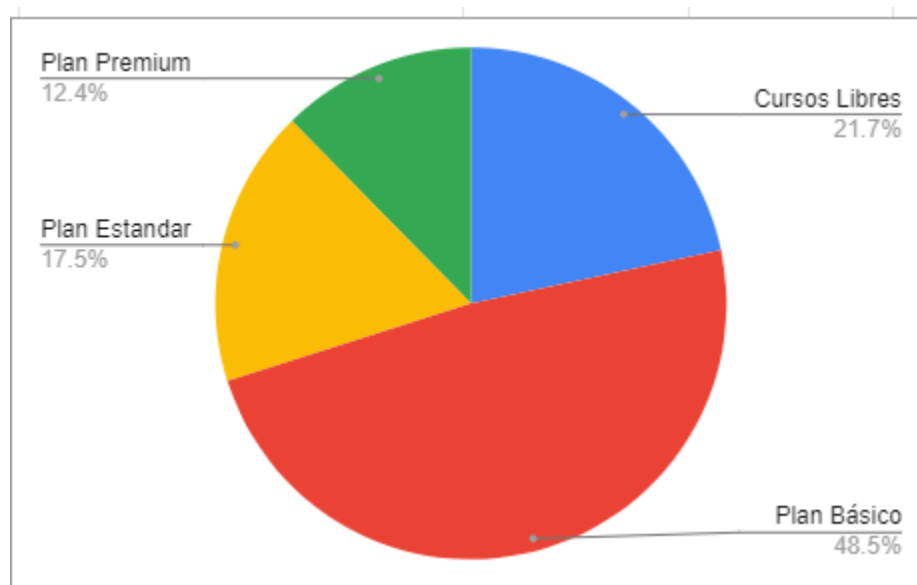
Figura 39. Resultados en Google Forms

Universidad  
97 respuestas



Fuente: Google Forms

Figura 40. Planes más solicitados por los usuarios



Fuente: Google Forms

#### 7.4. Experimento 4

##### a. Objetivo del experimento

Recopilación de comentarios y dm 's mediante Instagram y Facebook para medir el interés de suscripción y la intención de suscripción en los planes que ofrece la aplicación.

##### b. Diseño y desarrollo del experimento

###### i. Descripción del experimento

**Fecha de elaboración del experimento:** 02/06/2021- 19/06/2021

**Método:** Se realizaron diversas publicaciones en Instagram y Facebook promocionando la aplicación y mostrando los planes de suscripción. Además, se hicieron ofertas, en donde los usuarios pidieron información sobre precios.

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

Estrategia de fidelización: Mediante las redes sociales, Instagram y Facebook, se fortaleció el valor de nuestra marca My First Practice. De esta manera, se generó interés en la fecha de estreno, los beneficios de cada plan, los precios por la suscripción y demás. Esto se evidenció en la cantidad de comentarios y mensajes privados en ambas plataformas.

###### iii. Bitácora de actividades



Tabla 51. Bitácora de actividades 26

Actividad	Tarea	Resultado
Realizar diversas publicaciones e historias de 24 horas en Instagram y Facebook para comunicar el valor de My First Practice	Publicar un post en Instagram promocionando la pronta publicación de la aplicación y los beneficios que brinda a los estudiantes universitarios sin prácticas preprofesionales	La publicación tuvo un alcance de 99 cuentas, 110 impresiones, 18 visitas al perfil después de la publicación y 25 me gusta. Por otro lado, se obtuvieron 28 comentarios pidiendo más información sobre el app e interés sobre futuras promociones.
	Realizar historias de 24 horas en Instagram con los precios de planes de suscripción	Las 4 historias tuvieron mensajes directos para pedir más información según el plan escogido. Tuvieron, además, un alcance de 43 cuentas y entre 2 a 3 nuevas visitas al perfil por cada historia.
	Publicar un post en Facebook promocionando la pronta publicación de la aplicación y los beneficios que brinda a los estudiantes universitarios sin prácticas preprofesionales	La publicación tuvo un alcance de 1251 personas de forma orgánica. Además, tuvo 115 reacciones y se compartió 7 veces. Por otro lado, hubo 57 comentarios pidiendo más información sobre los precios, cursos e inscripciones a la aplicación. Asimismo, hubo comentarios con interés de más información sobre la propuesta de valor.

Fuente: Elaboración propia

### c. Análisis e interpretación de resultados

#### i. Malla receptora

Tabla 52. Malla receptora 26

<b>Cosas interesantes</b>	<b>Críticas constructivas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Las redes sociales con mayor interacción y más conocidas por el público funcionan como grandes promotores de diversos nuevos emprendimientos; no solo para hacer conocer precios y el producto/servicio, sino el valor de la marca y que los diferencia.</li><li>• Para nuestro público objetivo, estudiantes de últimos ciclos (8vo, 9no y 10mo), es recomendable que usen Instagram y Facebook, ya que son los más usados por jóvenes en Perú.</li><li>• Desde la creación de las páginas en ambas plataformas, My First Practice tiene un total de 113 seguidores en Instagram y 94 me gusta en Facebook. Además, las interacciones con las publicaciones siguen en crecimiento, tanto en comentarios, clics y reacciones.</li><li>• Los comentarios son una manera sencilla y rápida de pedir información. Es el medio por donde se evaluó la intención de compra. Asimismo, para otro tipo de preguntas más específicas, los mensajes privados fueron de gran ayuda.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Se debe subir constantemente contenido extra que ayude a los jóvenes a mejorar sus posibilidades de encontrar sus prácticas preprofesionales, tales como tips y citas de otros autores.</li><li>• Empezar a utilizar la opción ‘en vivo’, en conjunto con profesionales en recursos humanos o influencers de esta rama. Para así tener respaldo de especialistas.</li></ul>
<b>Qué preguntas nuevas haremos</b>	<b>Nuevas ideas</b>

- 
- ¿Se debería invertir en publicidad pagada en ambas redes sociales para aumentar la cantidad de visitas?
  - ¿En qué otra aplicación se puede promocionar y comunicar el valor de la marca?
  - ¿Se deberían seguir dando promociones de cursos o cada cierto tiempo?
  - Elaborar una guía en la página de Instagram con información básica dentro de las historias destacadas.
- 

Fuente: Elaboración propia

## **ii. Principales hallazgos encontrados**

Se obtuvo mayor alcance de usuarios mediante Facebook, del 26 de mayo al 22 de junio hay un total de 2041 alcance en publicaciones, 470 interacciones y 39 nuevos me gusta a la página. Además, cada publicación tiene entre 20 a 80 comentarios.

Instagram destacó por los mensajes privados, ya que se obtuvo un total de 10 respuestas a las historias. Esto se debe a que los usuarios se sienten más familiarizados con las herramientas de interacción de esta red social, tales como cuestionarios, preguntas, encuesta y demás. Del mismo, hubo una gran cantidad de comentarios pidiendo información.

## **iii. Interpretación de los resultados**

Según lo obtenido en las semanas de experimentación, Instagram y Facebook han podido comunicar efectivamente el valor de My First Practice mediante las herramientas de interacción que brindan. Además, el formato de ambas redes sociales facilita visualmente a que más usuarios deseen saber más de My First Practice. Sin embargo, cada una destaca a su manera; es decir, mediante Facebook se logró medir el interés mediante comentarios en las publicaciones, mientras en Instagram mediante comentarios y mensajes privados.

## **d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

- Para mejorar la presentación de la página de Instagram se debe utilizar la sección de historias destacadas para especificar información general, tal como precios, beneficios, promociones, y demás, que ayuden con la interacción y captar mayores usuarios en la aplicación.
- Seguir comunicando el valor de la marca mediante publicaciones que hagan notar la diferenciación. Además, fortalecer el mensaje mediante publicidad pagada en ambas redes. De esta manera, más estudiantes sabrán que My First Practice es su mejor opción para conseguir prácticas preprofesionales.
- Invitar a profesionales o influencers interesados en empleabilidad para que den charlas gratis mediante la opción de ‘en vivo’ de Instagram, para que comunique promociones, tips y haga publicidad a la aplicación. De esta manera, incrementaremos el nivel de confianza de los estudiantes.

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

**Comentarios en Instagram**

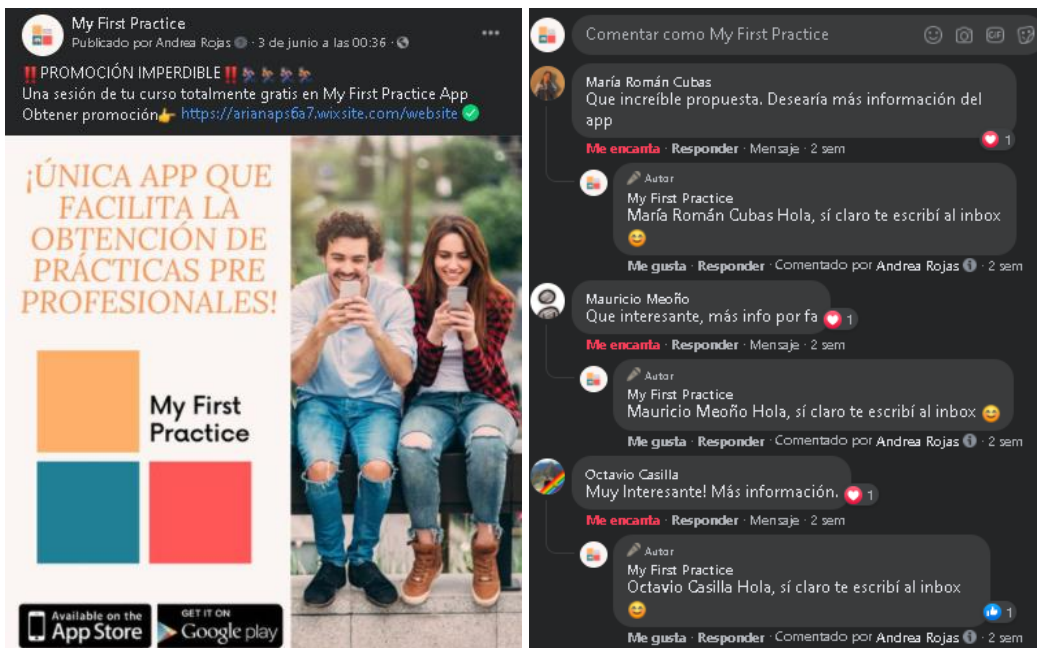
Figura 41. Comentarios en Instagram sobre los beneficios de la aplicación



Fuente: Instagram

## Comentarios en Facebook

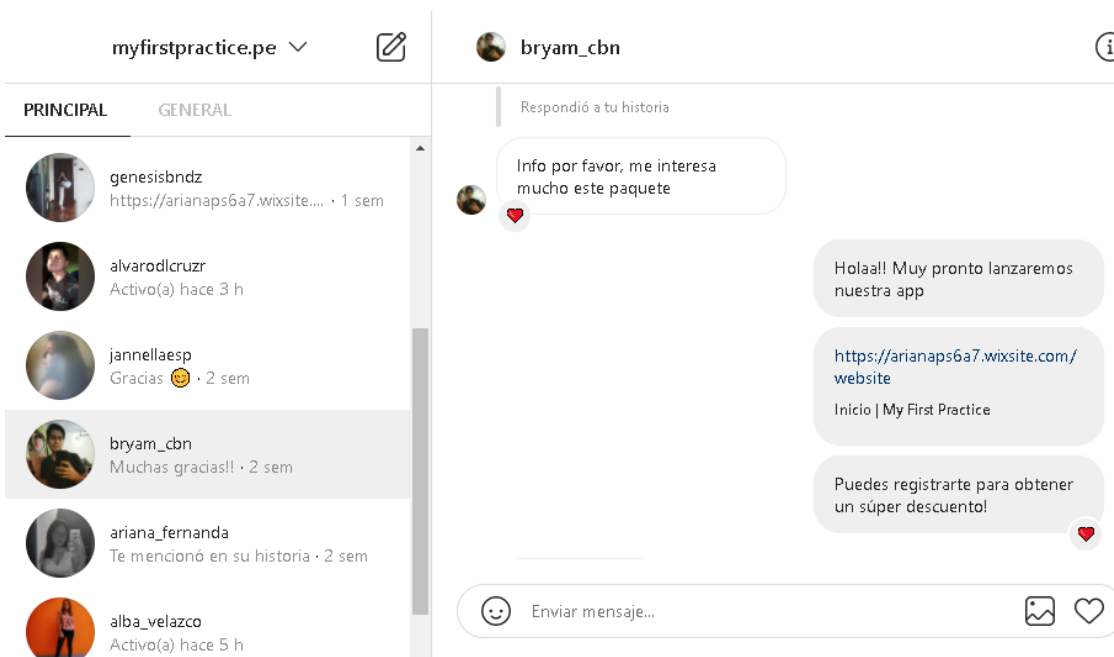
Figura 42. Comentario sobre la aplicación en Facebook



Fuente: Facebook

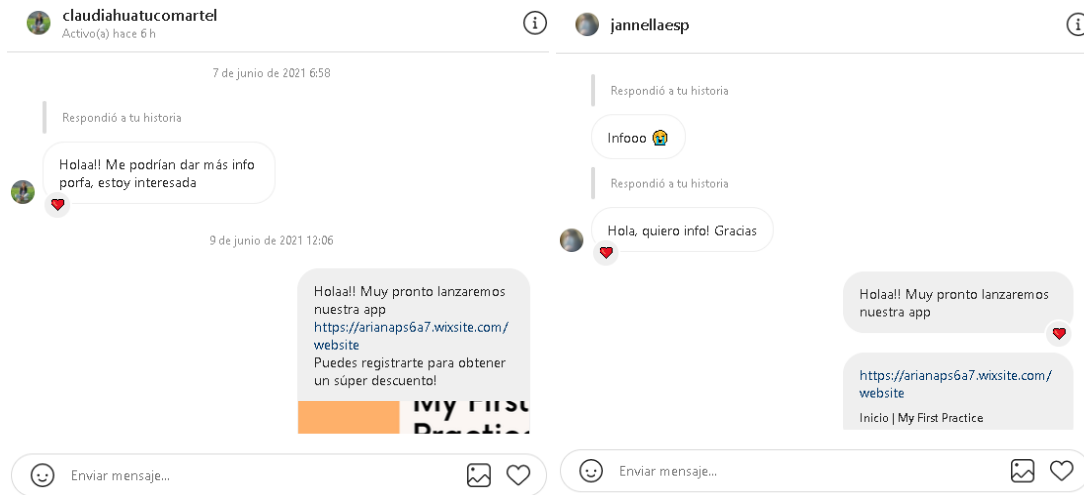
## Mensajes directos de Instagram

Figura 43. Mensajes directos de My First Practice



Fuente: Instagram

Figura 44. Buzón de mensajes en las redes sociales de My First Practice



Fuente: Instagram

## 8. PLAN FINANCIERO

### 8.1. Proyección de ventas

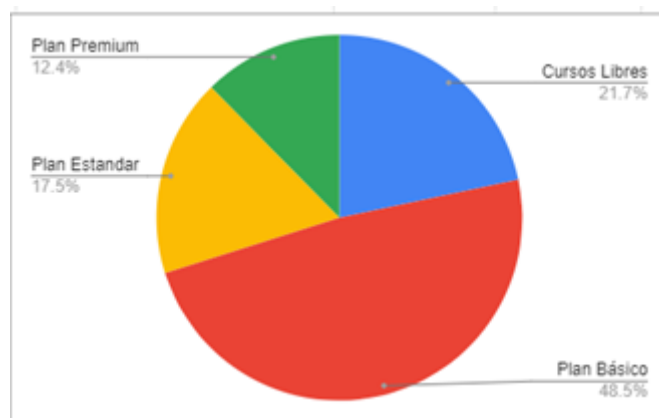
Para realizar la proyección de ventas, previamente calculamos la intención de compra en base a los experimentos elaborados. En el primer experimento, el cual fue la creación del webinar para brindar una clase de introducción al Excel, se pudo obtener 10 potenciales clientes con una alta intención de compra de nuestros servicios. En el segundo experimento el cual fue la creación del Facebook e Instagram oficial de My First Practice App se obtuvo respectivamente un total de 27 y 51 potenciales clientes con una alta intención de compra. En el tercer experimento, en el cual se hizo uso de la herramienta digital Wix se creó un landing page, en el cual se obtuvo un total de 63 usuarios con una alta intención de compra. Y en el último experimento, se utilizó la herramienta digital Google Forms para diseñar encuestas virtuales, las cuales tuvieron una alta interacción, puesto que generó un total de 97 encuestas debidamente llenadas por parte de early adopters con una alta intención de compra. Cabe mencionar, que este último experimento fue el que recolectó el mayor número de intenciones de compra. A continuación, se presentará el cuadro con el registro de intenciones de compra según tiempo y tipo de experimento:

Tabla 53. Registro de Intención de Compras

	MAYO	MAYO- JUNIO	JUNIO	JUNIO	
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	<b>Total</b>
Webinar	0	10	0	0	10
Comentarios de fb	0	7	8	12	27
Comentarios de ig	0	8	15	28	51
Landing page	17	11	14	21	63
Forms	0	0	32	65	97
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>36</b>	<b>69</b>	<b>126</b>	<b>248</b>

Fuente: Elaboración Propia

Figura 46. Distribución de preferencias de planes por parte de usuarios



Fuente: Elaboración Propia

Tabla 54. Cantidad de usuarios registrados por planes

Tipo de servicio	Porcentaje	Total
Cursos Libres	21.65%	54
Plan Básico	48.45%	120
Plan Estandar	17.53%	43
Plan Premium	12.37%	31
	<b>100.00%</b>	<b>248</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 55. Crecimiento de usuarios interesados en la aplicación por semanas

Tipo de plan	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Total
Cursos Libres	3	8	15	28	54
Plan Básico	11	21	35	53	120
Plan Estandar	2	4	10	27	43
Plan Premium	1	3	9	18	31
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>36</b>	<b>69</b>	<b>126</b>	<b>248</b>

Fuente: Elaboración Propia

Luego de determinar las cifras de intención de compra de nuestro público objetivo, se procedió a elaborar la proyección de ventas bajo el método de regresión lineal, dentro del cual se pudo determinar las siguientes funciones respecto a cada tipo de plan ofrecido:

Tabla 56. Proyección de ventas a partir de regresión lineal por planes

<b>Regresión Lineal:</b>	
<b>Cursos Libres:</b>	<b><math>Y = -7 + 8.2(X)</math></b>
<b>Plan Básico:</b>	<b><math>Y = -5 + 14(X)</math></b>
<b>Plan Estándar:</b>	<b><math>Y = -9.5 + 9.1(X)</math></b>
<b>Plan Premium:</b>	<b><math>Y = -6,5 + 5.7(X)</math></b>

Fuente: Elaboración Propia

Estas ecuaciones lograron determinar la proyección de unidades vendidas por cada tipo de plan a lo largo de los siguientes meses del año. Luego se agregó el precio de venta de cada plan para poder calcular los ingresos mensuales por cada tipo de plan.

A continuación, se presentará la proyección de ventas final obtenido, en base al procedimiento previamente explicado:



Tabla 57. Proyecciones de ventas- planes

Planes	Planes (Unidades)											
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Cursos Libres	54	185	316	448	579	710	841	972	1,104	1,235	1,366	1,497
Plan Básico	120	344	568	792	1,016	1,240	1,464	1,688	1,912	2,136	2,360	2,584
Plan Estándar	53	199	344	490	635	781	927	1,072	1,218	1,363	1,509	1,655
Plan Premium	31	122	213	305	396	487	578	669	761	852	943	1,034

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 58. Proyecciones de ventas- precios

Planes	Precios (S/.)											
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Cursos Libres	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Plan Básico	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Plan Estándar	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Plan Premium	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 59. Proyecciones de ventas- ingresos

Planes	Ingresos (S/.)											
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Cursos Libres	915	3,139	5,363	7,586	9,810	12,034	14,258	16,481	18,705	20,929	23,153	25,376
Plan Básico	3,051	8,746	14,441	20,136	25,831	31,525	37,220	42,915	48,610	54,305	60,000	65,695
Plan Estándar	2,246	8,415	14,585	20,754	26,924	33,093	39,263	45,432	51,602	57,771	63,941	70,110
Plan Premium	1,708	6,731	11,755	16,779	21,803	26,826	31,850	36,874	41,897	46,921	51,945	56,969
<b>Total</b>	<b>7,919</b>	<b>27,031</b>	<b>46,143</b>	<b>65,255</b>	<b>84,367</b>	<b>103,479</b>	<b>122,591</b>	<b>141,703</b>	<b>160,814</b>	<b>179,926</b>	<b>199,038</b>	<b>218,150</b>

Fuente: Elaboración Propia

Asimismo, en base a fuentes secundarias de investigación, se tuvo el conocimiento de que existirá un crecimiento de mercado de las aplicaciones móviles educativas. La compañía tecnológica Technavio calculó que la tasa de crecimiento anual de este mercado será de 26% hasta el 2024. Por lo que se logró calcular los ingresos de los siguientes años:

Tabla 60. Ingresos por tres años de operación

<b>Proyección de ventas</b>	<b>Ingresos (S/.)</b>
<b>Año 1</b>	1,356,417
<b>Año 2</b>	1,709,085
<b>Año 3</b>	1,879,994

Fuente: Elaboración Propia

## **8.2. Presupuesto de inversión del proyecto**

El presupuesto de inversión de My First Practice App lo hemos realizado a través de una investigación y análisis de los gastos preoperativos a incurrir, puesto que dichos gastos están estrechamente relacionados con las inversiones necesarias requeridas para que nuestro modelo de negocio funcione óptimamente. Como primera inversión a cubrir se encuentra los costos para la creación de la App, las cuales, en bases a las cotizaciones obtenidas por parte de 2 empresas especialistas en el desarrollo de aplicaciones móviles, se decidió optar por la cotización realizada por la empresa Wolfs Gate Tech debido a que su propuesta detalla las actividades a realizar para crear la aplicación de My First Practice. A continuación, se presentará la cotización elaborada por dicha empresa especializada en aplicaciones móviles:

Figura 47. Cotización de Wolf's Gate Tech para la elaboración de la aplicación móvil

Lista de Actividades solicitadas para la aplicación My Practice:

- Diseño de animación de bienvenida
- Pantalla/Actividad Inicial
- 10 botones e Intents
- Integrar APIs de Social Login (x2)
- Intent para Registro (x2)
- Backend de Logins (x2)
- Actividad: Selección por Experiencia
- Backend de Registro
- Integración de Chabot
- Gestión de notificaciones
- 2 ComboBox
- Diseño de layouts según MockUp
- 1 checkbox
- Enlace de la información con la Base de Datos
- Listas de información
- Vistas con Cards
- Solicitación de recursos de galería o cámara
- Lista con filtro
- CardViews
- Integración y MVVM
- Etapa de Pruebas
- Publicación en Play Store
- Lista dividida en Cards
- Diseño de layout e integración de Pasarela de Pagos
- Actividad con 3 fragmentos
- Integración de video en vivo y su guardado en la nube, sin considerar el costo adicional por uso del servidor Firestore

Tiempo Total	6 meses
Costo Total	9700 nuevos soles peruanos

Fuente: Elaboración Propia

La segunda inversión necesaria que se identificó fueron los gastos de constitución, en el cual se encuentra la obtención de RUC a través de SUNAT (Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria), y el registro de marca a través **de INDECOPI** (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual). Respecto a los gastos a incurrir para obtener el RUC como persona jurídica es de 0 soles, puesto que el trámite para obtenerlo es totalmente gratuito. Sin embargo, se espera incurrir en gastos relacionados a la reserva del nombre de la empresa para garantizar que ésta no sea copiada por otras compañías, por lo que el gasto sería de S/.25.00.

Figura 48. Cuadro de requisitos para obtener RUC como persona jurídica según SUNAT

¿Cuáles son los requisitos?

Requisitos para la inscripción al RUC de las empresas		
Persona Natural con negocio	Persona Jurídica	
Inscripción a través del RUC DIGITAL por SUNAT VIRTUAL (www.sunat.gob.pe) o por el APP Personas SUNAT. (Solo para personas naturales identificadas con DNI)	Llenar y adjuntar la "Guía para la inscripción o reactivación de Personas Jurídicas".	
Si la dirección que va a registrar es la misma que figura en el DNI. No aplicable para el RUC DIGITAL. YO puedo colocar una nueva dirección distinta a la del DNI y no adjunto nada.	Si la dirección que va a registrar no es la misma que figura en el DNI	Indicar en la solicitud el número de Partida Registral, así como la Zona y Oficina Registral.
No necesita adjuntar sustento para el domicilio fiscal	No necesita adjuntar sustento para el domicilio fiscal (*)	Adjuntar documento privado o público escaneado, en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara.

(\*) SUNAT se reserva el derecho de verificar el domicilio fiscal

Fuente: Sunat

Con relación al registro de marca en INDECOPI, previamente se identificó que el tipo de marca de My First Practice es una marca mixta, por **ende**, sólo se debe cubrir una inversión total de S/539.99. Cabe mencionar, que es sólo una única inversión, puesto que el registro de marca no posee fecha de caducidad.

Figura 49. Información sobre marcas mixtas según INDECOPI

- Las marcas mixtas: conformadas por la unión de una palabra o combinaciones de palabras y de elementos figurativos, por ejemplo:



Fuente: INDECOPI

Figura 50. Información sobre las tarifas del registro de una marca en INDECOPI

**5<sup>to</sup> PASO** Paga la tasa y presenta la solicitud en Mesa de Partes

**Si solicitas el registro en una sola clase,** debes depositar la suma de **S/. 534.99 nuevos soles**, si solicitas en más de una clase, **por cada clase adicional, deberás abonar la suma de S/. 533.30 nuevos soles.**

El depósito puede hacerlo en el Banco de la Nación, en moneda nacional, al número de cuenta 000-282545 . Existe una sucursal en la sede central del Indecopi. También puede realizar el depósito en el Banco de Crédito, en moneda nacional, al número de cuenta 193-1161125-0-34.

**Finalmente,** adjunta el comprobante de pago a los dos ejemplares de la solicitud de registro y preséntalos en Mesa de Partes del Indecopi.

Fuente: INDECOPI

Otra inversión inicial identificada para que My First Practice App inicie sus operaciones, es el monto a pagar para que la aplicación sea publicada en Google Play Store, puesto que es el intermediario indispensable para comercializar los servicios que ofrece nuestro modelo de negocio. Según dicha tienda virtual, se realiza una única inversión de S/98 por cada App que se publica, y una vez subido a la plataforma de Google Play Store puede estar todo el tiempo indefinido que así lo disponga el creador de la App.

Figura 51. Costo de publicación de una aplicación en Google Play Store

Google play | Developer Console

Inicia sesión con tu cuenta de Google → **Acepta el Acuerdo para desarrolladores** → Paga la cuenta de registro → Rellena la información de tu cuenta

HAS INICIADO SESIÓN COMO...

**@gmail.com**

Esta es la cuenta de Google que se asoció a tu consola para desarrolladores. Si quieres utilizar otra cuenta, puedes seleccionarla en las opciones que aparecen a continuación. Si eres una empresa, considera la posibilidad de registrar una nueva cuenta de Google en lugar de utilizar una cuenta personal.

[Iniciar sesión con otra cuenta](#) [Crear una cuenta nueva de Google](#)

ANTES DE CONTINUAR...

- Consulta y acepta el [Acuerdo de distribución para desarrolladores de Google Play](#).
- Consulta los países de distribución en los que puedes vender y distribuir aplicaciones. Si planeas vender aplicaciones o productos integrados en aplicaciones, comprueba si tienes una cuenta de comerciante en tu país.
- \$25** Asegúrate de tener tu tarjeta de crédito preparada para pagar la cuenta de registro (25 USD) en el siguiente paso.

Acepto las condiciones y quiero asociar el registro de la cuenta con el Acuerdo de distribución para desarrolladores de Google Play

Fuente: Google Play Store

Otras de las inversiones identificadas son los gastos de pre-marketing, en el cual se consideraron los costos en publicaciones de Facebook e Instagram Ads, con relación a la

inversión en publicidad pagada en Facebook e Instagram, se decidió en invertir en la estrategia cuyo objetivo maximiza los mensajes de las publicaciones, lo cual según la investigación realizada previamente para validar el canal a través de las principales redes sociales, se obtuvo que dicho tipo de publicación es el más óptimo para potenciar un mayor alcance y contacto con nuestro público objetivo, sobre todo de aquellos donde se nos difícil captar su atención, por ello, se decidió que nuestro presupuesto mensual sería de \$310.88, el cual, al convertirlo al tipo de cambio actual, el cual es S/3.86; se obtiene que el monto mensual en moneda nacional es S/1,200.00.

Asimismo, se van a realizar las inversiones en activos intangibles, las cuales estarán conformados por registro de la marca, reserva del nombre, estatutos de la empresa, escritura pública y licencia de funcionamiento. Por otra parte, la inversión en activos tangibles estará conformada por la compra de equipos de oficina, tales como laptops e impresoras. Con respecto al alquiler de la oficina central se decidió por alquilar un ambiente de 50 metros cuadrados en el distrito de San Isidro; el ambiente se encuentra amueblado y los gastos de servicios públicos y de limpieza vienen incluidos en el contrato, el alquiler forma parte de la inversión debido a que el contrato de arrendamiento estipula que se deja una garantía para alquilar el local y el pago de la renta como mes adelantado. Finalmente, se necesitaría contar con materiales de oficina y de limpieza, todo esto con la finalidad de hacer que las operaciones de My First Practice comiencen desde el primer mes, aquellos gastos se pueden evidenciar en las siguientes tablas:

Tabla 61. Inversión en activos intangibles

<b>Activos Intangibles</b>	<b>Q</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<u>Registro de marca</u>	1	S/.535.00	S/.535.00
Reserva de Nombre (Razón Social o Denominación – SUNARP).	1	S/.25.00	S/.25.00
Estatutos de la Empresa.	1	S/.150.00	S/.150.00
Escritura Pública ante Notario.	1	S/.500.00	S/.500.00
Licencia Municipal de funcionamiento San Isidro	1	S/.76.50	S/.76.50
	<b>TOTAL</b>		
	<b>INTANG.</b>	<b>S/.1,286.50</b>	<b>S/.1,286.50</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 62. Inversión en activos tangibles

Equipos (Activos tangibles)	Q	P.U	C.U	C.T
Laptops	5	S/.999.00	S/.846.61	S/.4,233.05
Impresora	2	S/.599.00	S/.507.63	S/.1,015.25
			<b>TOTAL TANGIBLE</b>	<b>S/.5,248.31</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 63. Alquiler de oficina

Alquiler Oficina principal	IGV = 5%	Costo Unitario Soles
<u>Oficina 50 m2</u>	S/.100.80	S/.2,016.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 64. Inversión en materiales de oficina

MATERIALES PARA LA OFICINA					
CARACTERÍSTICAS	Q	P.U	PRECIO TOTAL	COSTO TOTAL	PROVEEDOR
<u>Papel hoja bond A4 paquete de 500</u>	3	S/.9.80	S/.29.40	S/.24.92	Tai Loy
<u>Engrapadora Artesco</u>	5	S/.11.40	S/.57.00	S/.48.31	Tai Loy
<u>Grapas 500 und (6)</u>	5	S/.2.80	S/.14.00	S/.11.86	Tai Loy
<u>Lapiz titan Faber Castell 12 unidades</u>	5	S/.4.70	S/.23.50	S/.19.92	Tai Loy
<u>Corrector Liquido Artesco</u>	5	S/.1.60	S/.8.00	S/.6.78	Tai Loy
<u>Archivador Plastificado oficina</u>	5	S/.4.60	S/.23.00	S/.19.49	Tai Loy
<u>Click metálicos 100 und</u>	5	S/.1.00	S/.5.00	S/.4.24	Tai Loy
<u>Lapiceros Faber Castle 12 unidades</u>	5	S/.8.20	S/.41.00	S/.34.75	Tai Loy
<u>Notas Adhesivas Artesco</u>	6	S/.11.00	S/.66.00	S/.55.93	Tai Loy
<u>Pizarra de corcho</u>	2	S/.47.90	S/.95.80	S/.81.19	Tai Loy
Calculadora científica	5	S/.69.00	S/.345.00	S/.292.37	CoolBox
Resaltadores	5	S/.1.40	S/.7.00	S/.5.93	Ripley
<b>TOTAL</b>			<b>S/.714.70</b>	<b>S/.605.68</b>	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 65. Inversión en materiales de limpieza

<b>MATERIALES PARA LA LIMPIEZA</b>					
<b>CARACTERÍSTICA</b>	<b>Q</b>	<b>P.U</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>Proveedor</b>
<a href="#">Paño absorbente</a>	4	S/ 15.90	S/ 63.60	S/ 53.90	<b>Sodimac</b>
<a href="#">Gel Antibacterial</a>	3	S/ 18.90	S/ 56.70	S/ 48.05	<b>Sodimac</b>
Alcohol Frasco 1000ml	2	S/ 9.50	S/ 19.00	S/ 16.10	<b>Inkafarma</b>
Mascarilla KN 95	2	S/ 30.00	S/ 60.00	S/ 50.85	<b>Inkafarma</b>
<b>TOTAL</b>			<b>S/.199.30</b>	<b>S/.168.90</b>	

Fuente: Elaboración Propia

En base a todas las inversiones requeridas previamente sustentadas, se puede determinar, que el presupuesto total para invertir en nuestro proyecto es la suma de los siguientes gastos: creación de la aplicación, la publicación en Google Play Store, gastos de pre-marketing, registro de la marca, reserva del nombre, estatutos de la empresa, escritura pública, licencia de funcionamiento, compra de máquinas de oficina, materiales de oficina y de limpieza; cuya sumatoria nos da una inversión total de **S/ 22,339.00**

### **8.3. Ingresos y Egresos**

Con relación a los ingresos, como se mencionó previamente a través de nuestro Business Model Canvas, la principal y única fuente de ingresos de My First Practice son la venta de sus planes que contienen diversos beneficios con un alto valor agregado para nuestro público objetivo. Dichos planes poseen las siguientes tarifas:

Tabla 66. Cuadro de tarifas de los planes de servicio de My First Practice

<b>INGRESOS</b>	<b>SOLES</b>
Cursos Libres	20.00
Plan Básico	30.00
Plan Estándar	50.00
Plan Premium	65.00

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, respecto a los egresos, a parte de los gastos preoperativos mencionados previamente; también se identificó egresos a realizar de manera constante. Tenemos los costos de



mantenimiento, el monto a cubrir mensualmente es de S/697.62; dicha cifra fue obtenida, gracias a que previamente se definió que se trabajará con la empresa Wolf's Gate Tech para la elaboración de nuestra aplicación; por ende se decidió también contratar sus servicios de mantenimiento, puesto que por unanimidad concordamos que es la alternativa más idónea, ya que ellos conocerán más que otros especialistas en Apps como se desarrolla y funciona My First Practice App debido a que ellos mismo lo desarrollarán. También, está el pago de comisiones a los asesores, se identificó a través de los experimentos realizados previamente para validar los recursos claves; que el 30% es el porcentaje justo a recibir de comisión por cada alumno matriculado; por ende, por mayoría de votos se decidió otorgar dicha comisión porcentual. Asimismo, los sueldos al personal administrativo que pertenecerá a nuestra planilla, han sido determinados según una investigación y validación en base a estudios de bolsas de trabajo, lo cual nos ha permitido tener un sueldo base para nuestros colaboradores, este monto suma un total de S/13,449 mensuales, lo cual estará dividido entre el Gerente General que tiene un sueldo de S/6,113, el analista de Recursos Humanos con un salario de S/2,201, el analista de Marketing con S/2,445 y el contador con S/2,690; todas estas remuneraciones incluyen los beneficios y retenciones laborales determinados por ley. Además, se consideró la contratación de un Community Manager, el cual no se encontrará en planilla, es decir se le pagará por recibo por honorarios, la cantidad de S/ 450. Luego, se tomó en consideración la compra de materiales de oficina teniendo un promedio de gasto trimestral de S/143 y gastos de materiales de limpieza mensuales de S/ 126. También, como parte de los gastos mensuales está la publicidad en redes sociales, tanto en Facebook como Instagram, que incurre en un total de S/ 600 soles por cada red social, esto nos permitirá captar a nuestro público objetivo en plataformas que son de su constante uso, asegurando que nuestra aplicación sea conocida por ellos. Por último, tenemos el gasto del alquiler del local, el cual para obtener un espacio adecuado, realizamos una búsqueda de los mejores lugares en cuanto a ubicación y priorizamos que sea un ambiente cómodo y seguro, además, de que se prefirió optar por un espacio que sea amoblado y que cuente con todos los servicios incluidos tales como: luz, agua, internet y servicios de limpieza, obteniendo una oficina con el costo de S/ 2,016 mensuales.

Tabla 67. Cuadro de egresos a incurrir en My First Practice

EGRESOS	SOLES	# VECES DE GASTOS
Mantenimiento	697.62	Mensual
Pago de comisiones a asesores	30% de comisión por cada alumno matriculado.	Mensual
Publicidad pagada en Facebook	600.00	Mensual
Publicidad pagada en Instagram	600.00	Mensual
Registro de marca en INDECOPI	534.99	Única inversión
Sueldos al personal administrativo	13,449.00	Mensual
Community Manager	450.00	Mensual
Alquiler del local	2,016.00	Mensual
Materiales de oficina	143.00	Trimestral
Material de limpieza	126.00	Mensual

Fuente: Elaboración propia.

#### 8.4. Flujo de caja y Estado de Resultados

Previamente al desarrollo del flujo de caja libre del proyecto se realizó el análisis del capital de trabajo neto. Para el cálculo del CTN del proyecto se utilizó el método del déficit acumulado máximo, para ello se calculó los egresos acumulados hasta el periodo en donde el proyecto logre obtener flujos positivos de dinero ya que es a partir de eso que se logra determinar la cantidad de dinero que se debe tener en caja para hacer frente a los gastos que se va incurrir hasta el periodo en donde se evidencie que la caja obtenga ingresos. De ese modo se determinó que el capital de trabajo neto para el presente proyecto es de S/.46,609.96

Tabla 68. Capital de Trabajo Neto del proyecto

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Ingresos	S/.7,919	S/.27,031	S/.46,143	S/.65,255	S/.84,367	S/.103,479	S/.122,591	S/.141,703	S/.160,814	S/.179,926	S/.199,038	S/.218,150
<b>Ingresos totales</b>	<b>S/.7,919.49</b>	<b>S/.27,031.36</b>	<b>S/.46,143.22</b>	<b>S/.65,255.08</b>	<b>S/.84,366.95</b>	<b>S/.103,478.81</b>	<b>S/.122,590.68</b>	<b>S/.141,702.54</b>	<b>S/.160,814.41</b>	<b>S/.179,926.27</b>	<b>S/.199,038.14</b>	<b>S/.218,150.00</b>
Pago Asesores	-S/.2,376	-S/.8,109	-S/.13,843	-S/.19,577	-S/.25,310	-S/.31,044	-S/.36,777	-S/.42,511	-S/.48,244	-S/.53,978	-S/.59,711	-S/.65,445
Gerente general	-S/.6,113	-S/.6,113	-S/.6,113	-S/.6,113	-S/.8,683	-S/.6,113	-S/.6,113	-S/.6,113	-S/.6,113	-S/.6,113	-S/.8,683	-S/.6,113
Analista de RR.HH	-S/.2,201	-S/.2,201	-S/.2,201	-S/.2,201	-S/.3,126	-S/.2,201	-S/.2,201	-S/.2,201	-S/.2,201	-S/.2,201	-S/.3,126	-S/.2,201
Contabilidad	-S/.2,690	-S/.2,690	-S/.2,690	-S/.2,690	-S/.3,820	-S/.2,690	-S/.2,690	-S/.2,690	-S/.2,690	-S/.2,690	-S/.3,820	-S/.2,690
Marketing	-S/.2,445	-S/.2,445	-S/.2,445	-S/.2,445	-S/.3,473	-S/.2,445	-S/.2,445	-S/.2,445	-S/.2,445	-S/.2,445	-S/.3,473	-S/.2,445
Alquiler	-S/.2,016	-S/.2,016	-S/.2,016	-S/.2,016	-S/.2,016	-S/.2,016	-S/.2,016	-S/.2,016	-S/.2,016	-S/.2,016	-S/.2,016	-S/.2,016
Útiles de oficina	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	-S/.143	S/0	S/0	S/0	S/0	S/0	-S/.143
Útiles de Limpieza	-S/.126	-S/.126	-S/.126	-S/.126	-S/.126	-S/.126	-S/.126	-S/.126	-S/.126	-S/.126	-S/.126	-S/.126
Pago Mantenimiento												
App	-S/.698	-S/.698	-S/.698	-S/.698	-S/.698	-S/.698	-S/.698	-S/.698	-S/.698	-S/.698	-S/.698	-S/.698
Pago Publicidad												
Facebook	-S/.600	-S/.600	-S/.600	-S/.600	-S/.600	-S/.600	-S/.600	-S/.600	-S/.600	-S/.600	-S/.600	-S/.600
Pago Publicidad												
Instagram	-S/.600	-S/.600	-S/.600	-S/.600	-S/.600	-S/.600	-S/.600	-S/.600	-S/.600	-S/.600	-S/.600	-S/.600
Pago Community												
Manager	-S/.450	-S/.450	-S/.450	-S/.450	-S/.450	-S/.450	-S/.450	-S/.450	-S/.450	-S/.450	-S/.450	-S/.450
IGV x pagar	-S/.123	-S/.123	-S/.123	-S/.123	-S/.123	-S/.149	-S/.123	-S/.123	-S/.123	-S/.123	-S/.123	-S/.149
<b>Egresos totales</b>	<b>-S/.20,438.20</b>	<b>-S/.26,171.76</b>	<b>-S/.31,905.32</b>	<b>-S/.37,638.88</b>	<b>-S/.49,025.22</b>	<b>-S/.49,274.30</b>	<b>-S/.54,839.56</b>	<b>-S/.60,573.12</b>	<b>-S/.66,306.68</b>	<b>-S/.72,040.23</b>	<b>-S/.83,426.57</b>	<b>-S/.83,675.65</b>
<b>Ingresos - Egresos</b>	<b>-S/.12,518.71</b>	<b>S/.859.60</b>	<b>S/.14,237.90</b>	<b>S/.27,616.21</b>	<b>S/.35,341.73</b>	<b>S/.54,204.52</b>	<b>S/.67,751.12</b>	<b>S/.81,129.43</b>	<b>S/.94,507.73</b>	<b>S/.107,886.04</b>	<b>S/.115,611.56</b>	<b>S/.134,474.35</b>
<b>Total acumulado</b>	<b>-S/.12,518.71</b>	<b>-S/.11,659.11</b>	<b>S/.2,578.79</b>	<b>S/.30,194.99</b>	<b>S/.65,536.73</b>	<b>S/.119,741.24</b>	<b>S/.187,492.36</b>	<b>S/.268,621.79</b>	<b>S/.363,129.52</b>	<b>S/.471,015.56</b>	<b>S/.586,627.12</b>	<b>S/.721,101.47</b>
<b>Egresos Acumulados</b>	<b>-S/.20,438.20</b>	<b>-S/.46,609.96</b>	<b>-S/.78,515.28</b>	<b>-S/.116,154.16</b>	<b>-S/.165,179.37</b>	<b>-S/.214,453.67</b>	<b>-S/.269,293.23</b>	<b>-S/.329,866.35</b>	<b>-S/.396,173.02</b>	<b>-S/.468,213.26</b>	<b>-S/.551,639.83</b>	<b>-S/.635,315.48</b>

Fuente: Elaboración Propia

Luego de determinar los ingresos, los gastos operativos y preoperativos y el capital de trabajo neto del proyecto se desarrolló el flujo de caja libre del primer año. Por otra parte, para los activos intangibles se consideró realizar una depreciación lineal, la vida útil de estos activos es de 5 años, de igual manera, se realizó la amortización de los intangibles en donde se consideró los activos intangibles del proyecto y la aplicación.

Tabla 69. Flujo de caja del primer año

	FLUJO DE CAJA AÑO 1												TOTAL
	INICIO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	
Ventas	S/ 7,919.49	S/ 27,031.36	S/ 46,143.22	S/ 65,255.08	S/ 84,366.95	S/ 103,478.81	S/ 122,590.68	S/ 141,702.54	S/ 160,814.41	S/ 179,926.27	S/ 199,038.14	S/ 218,150.00	S/ 1,356,417
Costos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pago Asesores	-	2,376	8,109	13,843	19,577	25,310	31,044	36,777	42,511	48,244	53,978	59,711	65,445
Gérente General	-	6,113	6,113	6,113	6,113	6,113	6,113	6,113	6,113	6,113	6,113	6,113	6,113
Analista de RR.HH	-	2,201	2,201	2,201	2,201	2,201	2,201	2,201	2,201	2,201	2,201	2,201	2,201
Contabilidad	-	2,690	2,690	2,690	2,690	2,690	2,690	2,690	2,690	2,690	2,690	2,690	2,690
Marketing	-	2,445	2,445	2,445	2,445	2,445	2,445	2,445	2,445	2,445	2,445	2,445	2,445
Alquiler	-	2,016	2,016	2,016	2,016	2,016	2,016	2,016	2,016	2,016	2,016	2,016	2,016
Útiles de oficina	-	-	-	-	-	-	143	-	-	-	-	-	143
Útiles de Limpieza	-	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126
Pago Mantenimiento App	-	698	698	698	698	698	698	698	698	698	698	698	698
Pago Publicidad Facebook	-	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
Pago Publicidad Instagram	-	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
Pago Community Manager	-	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450
Depreciación	-	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Amortización	-	305	305	305	305	305	305	305	305	305	305	305	305
<b>EBIT</b>	-	12,788	590	13,969	27,347	35,073	53,961	67,482	80,860	94,239	107,617	115,342	134,231
Impuesto Renta	-	-	174	4,121	8,067	10,346	15,918	19,907	23,854	27,800	31,747	34,026	39,598
Depreciación	-	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Amortización	-	305	305	305	305	305	305	305	305	305	305	305	305
<b>FLUJO EFECTIVO NETO</b>	-	12,395	809	10,241	19,672	25,119	38,435	47,967	57,399	66,831	76,263	81,709	95,025
Creación de app	-	9,700											
Publicación Play Store	-	98											
Pre Marketing	-	1,200											
Activos Intangibles	-	1,287											
Activos Tangibles	-	5,248											
Otros Gastos Pre Operativos	-	4,807											
CTN	-	46,610											
<b>FCL</b>	-	68,949	12,395	809	10,241	19,672	25,119	38,435	47,967	57,399	66,831	76,263	81,709
Acumulado	-	68,949	81,345	80,536	70,295	50,623	25,504	12,931	60,899	118,298	185,129	261,391	343,100

Fuente: Elaboración Propia

En base al cuadro anterior, se puede apreciar los flujos de efectivo al final de cada mes, dando como resultado un flujo negativo en el primer mes debido a la creación de la empresa y a los bajos niveles de ingresos del mes; sin embargo, para los siguientes meses de operación se evidencia flujos positivos y crecientes debido al crecimiento porcentual de las ventas que reflejan el potencial de escalabilidad de la aplicación.

Así como se calculó los flujos del primer año de operación del proyecto, se realizó el análisis de los flujos para el segundo y tercer año de operación, los resultados demuestran que existe un crecimiento en los flujos de cajas totales en cada año debido al crecimiento en las ventas y al bajo aumento en costos de operación.

Tabla 70. Flujo de caja de los 3 años de operación

	INICIO	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3	
Ventas		S/ 1,356,417		S/ 1,709,085		S/ 1,879,994	
Costos		S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	
Pago Asesores		✓-S/ 406,925		-S/ 512,726		-S/ 563,998	
Gerente General		-S/ 78,499		-S/ 78,499		-S/ 78,499	
Analista de RR.HH		-S/ 28,260		-S/ 28,260		-S/ 28,260	
Contabilidad		-S/ 34,540		-S/ 34,540		-S/ 34,540	
Marketing		-S/ 31,400		-S/ 31,400		-S/ 31,400	
Alquiler		-S/ 24,192		-S/ 24,192		-S/ 24,192	
Útiles de oficina		-S/ 285		-S/ 285		-S/ 285	
Útiles de Limpieza		-S/ 1,511		-S/ 1,511		-S/ 1,511	
Pago Mantenimiento App		-S/ 8,371		-S/ 8,371		-S/ 8,371	
Pago Publicidad Facebook		-S/ 7,200		-S/ 7,200		-S/ 7,200	
Pago Publicidad Instagram		-S/ 7,200		-S/ 7,200		-S/ 7,200	
Pago Community Manager		-S/ 5,400		-S/ 5,400		-S/ 5,400	
Depreciación		-S/ 1,050		-S/ 1,050		-S/ 1,050	
Amortización		✓-S/ 3,662		-S/ 3,662		-S/ 3,662	
<b>EBIT</b>		S/ 717,923		S/ 964,790		S/ 1,084,426	
Impuesto Renta		-S/ 215,560		-S/ 284,613.19		-S/ 319,905.81	
Depreciación		S/ 1,050		S/ 1,050		S/ 1,050	
Amortización		S/ 3,662		S/ 3,662		S/ 3,662	
<b>FLUJO EFECTIVO NETO</b>		S/ 507,075		S/ 684,889		S/ 769,232	
Creación de app	-S/ 9,700						
Publicación Play Store	-S/ 98						
Pre Marketing	✓-S/ 1,200						
Activos Intangibles	-S/ 1,287						
Activos Tangibles	-S/ 5,248						
Otros Gastos Pre Operativos	-S/ 4,807						
CTN	-S/ 46,610						
<b>FCL</b>	-S/ 68,949	S/ 507,075		S/ 684,889		S/ 769,232	

Fuente: Elaboración Propia

Con respecto al desarrollo del estado de resultados de My First Practice del primer año de operación se puede evidenciar que en el primer mes se obtiene una utilidad negativa y que a partir del segundo mes las utilidades son positivas y crecientes a medida que pasa el tiempo. Además, de acuerdo con el análisis vertical el margen bruto obtenido de todo el año es del 70%, los sueldos son los mayores gastos en los que se incurre en el proyecto siendo equivalente al 12.73% de las ventas obtenidas el primer año, el gasto en publicidad y mantenimiento de la aplicación representan el 2.08% de las ventas del primer año. Por último, el margen neto obtenido en el proyecto al finalizar el primer año es equivalente al 37.04% de las ventas del periodo.

Tabla 71. Estado de resultados del primer año de operación

MESES	ESTADO DE RESULTADOS AÑO 1												TOTAL	
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	Análisis Vertical 2022
Ventas	S/ 7,919	S/ 27,031	S/ 46,143	S/ 65,255	S/ 84,367	S/ 103,479	S/ 122,591	S/ 141,703	S/ 160,814	S/ 179,926	S/ 199,038	S/ 218,150	S/ 1,356,417	100.00%
Costo Ventas (Pago Asesores)	-S/ 2,376	-S/ 8,109	-S/ 13,843	-S/ 19,577	-S/ 25,310	-S/ 31,044	-S/ 36,777	-S/ 42,511	-S/ 48,244	-S/ 53,978	-S/ 59,711	-S/ 65,445	-S/ 406,925	-30.00%
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>S/ 5,544</b>	<b>S/ 18,922</b>	<b>S/ 32,300</b>	<b>S/ 45,679</b>	<b>S/ 59,057</b>	<b>S/ 72,435</b>	<b>S/ 85,813</b>	<b>S/ 99,192</b>	<b>S/ 112,570</b>	<b>S/ 125,948</b>	<b>S/ 139,327</b>	<b>S/ 152,705</b>	<b>S/ 949,492</b>	<b>70.00%</b>
Gerente general	-S/ 6,113	-S/ 6,113	-S/ 6,113	-S/ 6,113	-S/ 6,683	-S/ 6,113	-S/ 6,113	-S/ 6,113	-S/ 6,113	-S/ 6,113	-S/ 6,683	-S/ 6,113	-S/ 78,499	-5.79%
Analista de RR.HH	-S/ 2,201	-S/ 2,201	-S/ 2,201	-S/ 2,201	-S/ 3,126	-S/ 2,201	-S/ 2,201	-S/ 2,201	-S/ 2,201	-S/ 2,201	-S/ 3,126	-S/ 2,201	-S/ 28,260	-2.08%
Contabilidad	-S/ 2,690	-S/ 2,690	-S/ 2,690	-S/ 2,690	-S/ 3,820	-S/ 2,690	-S/ 2,690	-S/ 2,690	-S/ 2,690	-S/ 2,690	-S/ 3,820	-S/ 2,690	-S/ 34,540	-2.55%
Marketing	-S/ 2,445	-S/ 2,445	-S/ 2,445	-S/ 2,445	-S/ 3,473	-S/ 2,445	-S/ 2,445	-S/ 2,445	-S/ 2,445	-S/ 2,445	-S/ 3,473	-S/ 2,445	-S/ 31,400	-2.31%
Alquiler	-S/ 2,016	-S/ 2,016	-S/ 2,016	-S/ 2,016	-S/ 2,016	-S/ 2,016	-S/ 2,016	-S/ 2,016	-S/ 2,016	-S/ 2,016	-S/ 2,016	-S/ 2,016	-S/ 24,192	-1.78%
Útiles de oficina	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	-S/ 143	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	-S/ 143	-0.02%	
Útiles de Limpieza	-S/ 126	-S/ 126	-S/ 126	-S/ 126	-S/ 126	-S/ 126	-S/ 126	-S/ 126	-S/ 126	-S/ 126	-S/ 126	-S/ 126	-S/ 1,511	-0.11%
Pago Mantenimiento App	-S/ 698	-S/ 698	-S/ 698	-S/ 698	-S/ 698	-S/ 698	-S/ 698	-S/ 698	-S/ 698	-S/ 698	-S/ 698	-S/ 698	-S/ 8,371	-0.62%
Pago Publicidad Facebook	-S/ 600	-S/ 600	-S/ 600	-S/ 600	-S/ 600	-S/ 600	-S/ 600	-S/ 600	-S/ 600	-S/ 600	-S/ 600	-S/ 600	-S/ 7,200	-0.53%
Pago Publicidad Instagram	-S/ 600	-S/ 600	-S/ 600	-S/ 600	-S/ 600	-S/ 600	-S/ 600	-S/ 600	-S/ 600	-S/ 600	-S/ 600	-S/ 600	-S/ 7,200	-0.53%
Pago Community Manager	-S/ 450	-S/ 450	-S/ 450	-S/ 450	-S/ 450	-S/ 450	-S/ 450	-S/ 450	-S/ 450	-S/ 450	-S/ 450	-S/ 450	-S/ 5,400	-0.40%
Depreciación	-S/ 87	-S/ 87	-S/ 87	-S/ 87	-S/ 87	-S/ 87	-S/ 87	-S/ 87	-S/ 87	-S/ 87	-S/ 87	-S/ 87	-S/ 1,050	-0.08%
Amortización	-S/ 305	-S/ 305	-S/ 305	-S/ 305	-S/ 305	-S/ 305	-S/ 305	-S/ 305	-S/ 305	-S/ 305	-S/ 305	-S/ 305	-S/ 3,662	-0.27%
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>-S/ 12,788</b>	<b>S/ 590</b>	<b>S/ 13,969</b>	<b>S/ 27,347</b>	<b>S/ 35,073</b>	<b>S/ 53,961</b>	<b>S/ 67,482</b>	<b>S/ 80,860</b>	<b>S/ 94,239</b>	<b>S/ 107,617</b>	<b>S/ 115,342</b>	<b>S/ 134,231</b>	<b>S/ 717,923</b>	<b>52.93%</b>
Ingreso Financiero	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	0.00%
Gasto Financiero	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	0.00%
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	<b>-S/ 12,788</b>	<b>S/ 590</b>	<b>S/ 13,969</b>	<b>S/ 27,347</b>	<b>S/ 35,073</b>	<b>S/ 53,961</b>	<b>S/ 67,482</b>	<b>S/ 80,860</b>	<b>S/ 94,239</b>	<b>S/ 107,617</b>	<b>S/ 115,342</b>	<b>S/ 134,231</b>	<b>S/ 717,923</b>	<b>52.93%</b>
Impuesto a la Renta	S/ 0	-S/ 174	-S/ 4,121	-S/ 8,067	-S/ 10,346	-S/ 15,918	-S/ 19,907	-S/ 23,854	-S/ 27,800	-S/ 31,747	-S/ 34,026	-S/ 39,598	-S/ 215,560	-15.89%
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>-S/ 12,788</b>	<b>S/ 416</b>	<b>S/ 9,848</b>	<b>S/ 19,280</b>	<b>S/ 24,726</b>	<b>S/ 38,043</b>	<b>S/ 47,575</b>	<b>S/ 57,006</b>	<b>S/ 66,438</b>	<b>S/ 75,870</b>	<b>S/ 81,316</b>	<b>S/ 94,633</b>	<b>S/ 502,363</b>	<b>37.04%</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 8.5. Indicadores Financieros

Con la finalidad de determinar los indicadores financieros del proyecto se va hacer uso del Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno y el Punto de Equilibrio. Es a partir de aquellos indicadores que se logrará determinar si el proyecto es rentable en su ejecución o no lo es.

En primer lugar, para poder determinar la viabilidad del presente proyecto se tuvo que incurrir al cálculo del valor actual neto utilizando una tasa de descuento del 15% para poder determinar los valores presentes de los flujos de entrada y salidas. Es a partir de ello que se calculó el VAN del proyecto para el primer año de operación y luego se analizó el VAN del horizonte del proyecto.

Tabla 72. Cálculo del VAN del primer año del proyecto

Primer Año de Operación	
VNA	S/ 77,939
TASA DESCUENTO	15%
TASA INTERNA RETORNO	26%
PERIODO RECUPERO INVERSIÓN (meses)	5.66

Fuente: Elaboración Propia

A partir del cálculo de los indicadores financieros, como el VAN y TIR, del primer año de operación se logra evidenciar que el valor actual neto del proyecto es S/.77,939 lo cual es positivo por lo que indica que el proyecto genera rentabilidad. Asimismo, la tasa interna de retorno de 26% refleja la rentabilidad del proyecto ya que esta es mayor a la tasa de descuento que se está utilizando para el cálculo de la rentabilidad.

Además, a partir del VAN obtenido de los tres años de evaluación se logra concluir que My First Practice genera rentabilidad debido a que su valor es mayor a cero y la tasa interna de retorno obtenida también, refleja aquel sustento.

Tabla 73. Cálculo del VAN de acuerdo con el horizonte del proyecto

Tiempo del proyecto	3 Años
Inversión	-S/ 68,949
Flujo de caja Año 1	S/ 507,075
Flujo de caja Año 2	S/ 684,889
Flujo de caja Año 3	S/ 769,232
VNA	S/.1,395,642.71

Fuente: Elaboración Propia

Con respecto al desarrollo del punto de equilibrio y luego de los cálculos realizados se puede apreciar que, para poder alcanzarlo, en el año 1 se deberán vender en total 6912 planes de servicio, es decir, al vender esta cantidad de planes la utilidad obtenida será cero. Asimismo, a continuación, se detallará la cantidad que se debe vender por cada tipo de plan para lograr alcanzar el punto de equilibrio:

Tabla 74. Punto de equilibrio

Punto de Equilibrio					
<b>Unidades</b>	187	1,487	3,893	1,345	<b>6,912</b>
<b>Comprobación:</b>	<b>Cursos libres</b>	<b>Basicos</b>	<b>Estandar</b>	<b>Premium</b>	<b>Total</b>
Ventas	3,746	44,601	194,633	87,426	330,406
Costo variable	1,124	13,380	58,390	26,228	99,122
				Mg Contribución	231,284
				Costos Fijos	231,284
				<b>Utilidad</b>	<b>0</b>

Fuente: Elaboración Propia

En base a los cálculos anteriores, se puede apreciar que se deberán vender 187 planes de cursos libres, 1487 planes básicos, 3893 planes estándar y 1345 planes premium para que la empresa llegue al punto de equilibrio en el primer año, dando como resultado un total de 6912 planes.

## 8.6. Financiamiento

Por último, con relación al financiamiento, dado que nuestro modelo de negocio actualmente se encuentra en la fase de gestación, se ha determinado que utilizaremos nuestros propios recursos monetarios para solventar el modelo de negocio de My First Practice. Por ello, en una cuenta bancaria se recaudará un monto total de U\$18,500; en el cual al tipo de cambio actual de S/3.86; se obtendrá un monto total en moneda nacional de S/.71,410, monto necesario para operar hasta el mes en la que se obtiene flujo de caja positivo ya que se espera que los ingresos sean obtenidas durante el transcurso del mes y los pagos se realicen al inicio, intermedio o final de cada mes de operación, dependiendo del gasto en la cual se está incurriendo en el periodo. No obstante, adicional a la inversión total requerida, se determinó establecer un capital de reserva total de S/.2,463; con el fin de prevenir cualquier dificultad o complicación que pueda afrontar nuestro modelo de negocio a futuro.

Figura 52. Monto total en dólares de los accionistas



Fuente: Elaboración Propia



## 9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 9.1. CONCLUSIONES

- Nuestra idea de negocio tiene como principal objetivo aumentar las posibilidades de un estudiante sin experiencia de ser elegido en el proceso de selección de personal gracias al acceso de nuevas habilidades obtenidas de estudiantes que ya se encuentran laborando, asimismo se compartirán experiencias obtenidas a lo largo de los años de empresas de distintos sectores.
- Los principales motivos por los cuales nuestro público objetivo no consigue prácticas preprofesionales se deben a una errónea presentación de su hoja de vida, falta de cursos de cursos de ofimática e idiomas enfocados en su carrera, mal desenvolvimiento gestual y comunicativo durante las evaluaciones de selección, el engaño durante las entrevistas y la omisión de habilidades, premios o voluntariados.
- Nuestra bolsa exclusivamente para mypes, los cursos cortos especializados según carrera profesional y el test de orientación para saber en qué rama de sus respectivas carreras los estudiantes sin experiencia laboral deben enfocarse, son los valores diferenciales y únicos que nos hacen destacar frente a nuestros principales competidores: LinkedIn, Bumeran y CompuTrabajo.
- Implementar nuestro modelo de negocio mediante un aplicativo móvil facilita el rápido acceso e interacción de nuestro público objetivo.
- En base al análisis de especialistas en desarrollo de aplicativos móviles la app *My First Practice* sí es viable y alcanzable de realizar solo si se invierte como máximo S/9000, se brinda un tiempo de un año y se hace uso de los programas Android Studio, Xamarin, Firebase y Python.
- El *chatbot*, la pasarela de pagos y la bolsa de trabajo exclusiva para mypes son los principales componentes que aumentan el tiempo de desarrollo de nuestra App.
- Los estudiantes con experiencia laboral tienen toda la predisposición para formar parte de *My First Practice* a través de las asesorías y capacitaciones en diversos temas relacionados a sus actividades laborales con la finalidad de potenciar las habilidades de los estudiantes sin experiencia laboral y ser el apoyo moral y motivacional para que este grupo de estudiantes logren alcanzar sus objetivos.
- La combinación del *chatbot* junto con el botón “envíanos un email” aseguran una atención personalizada a cada uno de nuestros usuarios.

- Las tarifas ofrecidas en nuestros planes son precios muy competitivos, los cuales aumentan el nivel de curiosidad y su nivel de compra para adquirir uno de nuestros planes.
- Nuestra App posee una estructura funcional óptima que les permite la fácil navegación e interacción a nuestro público objetivo. Además, las clases en vivo y grabadas permite brindar una eficiente enseñanza y aprendizaje a ellos.
- Nuestro segmento de mercado prefiere y se inclina más por suscribirse a nuestros planes estándar y premium, puesto que brindan más beneficios a precios bastante accesibles.
- La combinación de paleta de colores entre tonalidades claras y oscuras en el diseño de nuestra App es atractivamente visual para nuestro público objetivo.
- La publicidad a través de las redes sociales, principalmente Facebook e Instagram, serán actividades clave para transmitir la propuesta de valor de la aplicación, así como también de sus funcionalidades y beneficios, a un mayor número de usuarios disponibles e interesados en descargar la app.
- El logo que aparece en el recuadro de Play Store aumenta la curiosidad e influye en el nivel de descarga de los usuarios.
- Las mypes encuentran valor en los estudiantes sin experiencia laboral debido a que logran evidenciar el gran compromiso y dedicación en las actividades laborales. Asimismo, consideran que son ellos los que generan valor a la empresa ya que tiene nuevos conocimientos e ideas en el manejo de diversos programas informáticos. A partir de eso las mypes tienen mayor interés en formar alianzas con *My First Practice*, ya que consideran que la aplicación les permitiría tener un mayor número de potenciales usuarios y un mayor alcance de sus ofertas laborales a estudiantes con las habilidades y competencias necesarias para ocupar las vacantes disponibles en la empresa.
- Las ofertas laborales de prácticas en mypes sí poseen un menor nivel de dificultad para conseguirlas a comparación de las grandes empresas, puesto que el nivel de exigencia en sus requisitos para poder acceder a la vacante de practicante es menor.
- Los filtros de búsqueda facilitan el proceso de hallar ofertas laborales que se adecuen a sus expectativas. Asimismo, la sección de valoraciones que se realizan a la forma de enseñanza de cada uno de los estudiantes con experiencia laboral facilita la elección de con quién experto en el campo laboral deben matricularse cada uno de nuestro público objetivo.

- Los cursos cortos de especialización que ofrecerá My First Practice sí permitirá que nuestros usuarios destaquen frente a otros candidatos durante un proceso de selección, según indican los expertos en el ámbito de empleabilidad.
- Y, por último, los estudiantes con experiencia laboral sí generarán un valor agregado a My First Practice, puesto que sin ellos no se podrían dictar clases, y por ende nuestro modelo de negocio no sería rentable. Por ello, se debe brindar una comisión del 30% que es el porcentaje que consideran justo recibir.

## 9.2. RECOMENDACIONES

- Los especialistas en el ámbito de empleabilidad recomiendan que My First Practice oferte más cursos de ofimática tales como Excel, Power Bi, SAP, entre otros, además de cursos de idiomas, puesto que estos cursos son requisitos fundamentales en un proceso de selección de personal, dado que aumenta la probabilidad de encajar con las habilidades requeridas en los puestos de practicante.
- Nuestro público objetivo nos recomendó no solo el test de orientación para conocer a qué rama de especialización enfocarse según su carrera profesional, sino también ofrecer un día de prueba gratis, que las ofertas laborales sean organizadas según giro o rubro comercial de las mypes, y en la sección planes y tarifas incorporar un botón donde se pueda visualizar todas las promociones y descuentos que se brinden en los planes. Cabe resaltar, que en base a las entrevistas a nuestro público objetivo hemos identificado que es recomendable lanzar promociones y descuentos entre los meses de diciembre a marzo, y en el mes de julio; puesto que nuestro segmento de mercado posee mayor disponibilidad de tiempo en dichos meses, por lo que demandan es alta en inscribirse en cursos cortos especializados en su carrera.
- Por otro lado, nuestros usuarios mencionaron que es necesario mantener una estructura y diseño atractivo a la vista. Por ello, recomendaron que en la página principal de la app se visualice el buscador de ofertas de trabajo de las MYPES con los respectivos filtros, ya que el diseño propuesto muestra demasiadas opciones que sobrecarga la página principal, es decir, no consideran atractivo, o incluso creen que es fastidioso, tener que ver siempre los planes y tarifas, y planes y cursos registrados. Asimismo, mencionaron que el chatbot debería diferenciarse mejor, ya que no se nota bien por los colores y parece más una opción sin función en la app.
- Los especialistas en desarrollo de aplicativos móviles nos sugirieron que nuestro aplicativo móvil sea compatible principalmente con Android, puesto que es el sistema comercial más usual que poseen las personas en sus celulares móviles. Además, recomiendan utilizar el programa Python para un óptimo funcionamiento del *machine learning* que se incluirá en nuestro chatbot. Asimismo, sugieren que las ofertas laborales que se publiquen en nuestra bolsa de trabajo exclusivamente para mypes se realice a través de alianzas de trabajo en conjunto que se obtengan con medianas y pequeñas empresas, puesto que así se evitaría grandes inversiones en recursos, no solo

monetarias sino también de talento humano especializado en software avanzado en aplicativos móviles.

- Dentro de la validación de canales, las redes sociales utilizadas como medios publicitarios si tienen efecto en nuestro público objetivo; por lo que, se recomienda mantener la interacción mediante historias, tanto en Facebook como Instagram, en donde se realicen cuestionarios, preguntas, encuestas y demás para medir cuánto saben los usuarios acerca de la app y las promociones que ofrecemos; estas historias se deben hacer al menos una por día. Por otro lado, con respecto a las publicaciones también son esenciales, ya que de esta forma se transmite el valor nuestra app.
- En base a las fuentes secundarias consultadas en relación con los costos de publicidad en Facebook, se recomienda pagar como mínimo por los siguientes tipos de publicaciones en Facebook: promocionar tu página y conseguir más clientes potenciales, puesto que permitirá atraer una gran cantidad de usuarios relacionados con nuestro segmento de mercado. Además, que en el tipo de publicación de promocionar tu página se invierta como mínimo S/25 y en el tipo de publicación conseguir más clientes potenciales se invierta como mínimo S/16, para que ambas publicaciones se mantengan activas durante 4 días, que es el tiempo mínimo que sugiere Facebook Ads para visualizar mejores resultados de tráfico web.
- Por otro lado, en base a las fuentes secundarias consultadas con relación a los costos de publicidad en Instagram, se recomienda pagar como mínimo S/ 10 para poder visualizar notables cambios en las publicaciones. Además, Instagram Ads sugiere utilizar la opción “crear el tuyo” en la sección de seleccionar público objetivo; con el fin de asegurar que las publicaciones estén enfocadas en nuestro público objetivo.
- En base a las entrevistas realizadas a profesionales se recomienda quitar la opción de brindar conferencias y charlas, puesto que no estarían interesados debido a que no poseen mucho tiempo disponible.
- Y, por último, los estudiantes con experiencia laboral nos recomendaron que aparte de brindar el beneficio de comisiones, también se brinde un código de descuento en el cual ellos puedan compartirlo con sus allegados y de esa forma aumentar su número de alumnos inscritos. Además, desean que se brinde un certificado que valide que han brindado sus servicios de enseñanza en la App My First Practice. Asimismo, que se les permita publicar en nuestra bolsa exclusiva para MYPES las ofertas laborales donde trabajan actualmente, así como las ofertas laborales de sus propios emprendimientos.

- Se recomienda enfocarse más en realizar promociones o descuentos al plan estándar y premium; con el fin de tener una mayor posibilidad de maximizar nuestra rentabilidad, puesto que dichos planes fueron los más preferidos por nuestro público objetivo.
- Se sugiere a mediano plazo asistir a ferias o concursos de financiamiento internacionales; con el fin de tener la oportunidad de diversificar nuestro modelo de negocio hacia nuevos mercados.
- Además, se aconseja realizar concursos o sorteos donde se ofrezcan planes gratuitos en el cual sólo podrán participar los usuarios que frecuentemente interactúan con la App de My First Practice; con el objetivo de incentivar a más usuarios a utilizar nuestro aplicativo móvil.
- Asimismo, recomendamos reinventar el diseño y las gráficas de la aplicación de manera constante para mantener el número de descargas de My First Practice App de manera constante.
- Finalmente, se recomienda invertir en dicho modelo de negocio porque es rentable y escalable; dado que no se requiere incurrir en varios egresos, y porque al ser un modelo de negocio virtual es fácil de replicar en diversos mercados extranjeros.

## 10. BIBLIOGRAFÍA

- Antevenio. (28 de enero de 2015). *5 ventajas de anuncios en Facebook*. Antevenio. [Blog]. Recuperado de: <https://www.antevenio.com/blog/2015/01/5-ventajas-de-anunciarse-en-facebook/> [Consulta: 05 de mayo 2021].
- Antevenio. (30 de septiembre de 2016). *Cómo colgar una aplicación en Google Play*. Antevenio. [Blog]. Recuperado de: <https://www.antevenio.com/blog/2016/09/como-colgar-una-aplicacion-en-google-play/> [Consulta: 17 de junio de 2021]
- Bumeran. (2021). *Empleos de prácticas preprofesionales*. Portal de empleo Perú. Recuperado de: <https://www.bumeran.com.pe/empleos-busqueda-practicas-pre-profesionales.html> [Consulta: 02 de mayo 2021].
- CompuTrabajo. (2021). *Trabajos de prácticas preprofesionales*. Portal de empleo Perú. Recuperado de: <https://www.computrabajo.com.pe/trabajo-de-practicas-pre-profesionales?q=practicas%20pre%20profesionales> [Consulta: 02 de mayo 2021].
- Business for Instagram. (2021). *Consolida tu empresa en Instagram*. Instagram. Recuperado de: [https://business.instagram.com/advertising?locale=es\\_LA](https://business.instagram.com/advertising?locale=es_LA) [Consulta: 05 de mayo 2021].
- CompuTrabajo. (s.f.). *Salarios*. Lima. Recuperado de <https://www.computrabajo.com.pe/salarios/> [Consulta: 04 de julio de 2021]
- Emprender SUNAT. (s.f.). *Obtener el RUC*. Lima. Recuperado de: <https://emprender.sunat.gob.pe/emprendiendo/decido-emprender/obtener-ruc> [Consulta: 13 de junio de 2021]
- Facebook For Business. (s.f.). *Prácticas recomendadas para los presupuestos mínimos. Servicios de ayuda para empresas*. Facebook. Recuperado de: <https://www.facebook.com/business/help/203183363050448?id=629338044106215> [Consulta: 16 de junio de 2021]
- Gestión. (16 de julio de 2013.). *Licencia de funcionamiento para comenzar el negocio*. Recuperado de: <https://gestion.pe/tu-dinero/licencias-funcionamiento-caro-barato-poner-negocio-147510-noticia/?ref=gesr> [Consulta: 16 de junio de 2021]
- GL 19. (18 de octubre de 2017). *La importancia de crear una Sociedad ante notario*. Recuperado de: <https://www.gob.pe/10580-constituir-tu-empresa-a-traves-de-la-plataforma-sistema-de-intermediacion-digital-sid-sunarp> [Consulta: 14 de junio de 2021]

Gobierno del Perú. (19 de febrero de 2021). *Reserva de nombre podrá realizarse íntegramente en línea*. Recuperado de: <https://www.gob.pe/institucion/sunarp/noticias/343036-reserva-de-nombre-podra-realizarse-integramente-en-linea> [Consulta: 11 de junio de 2021]

Gobierno del Perú. (s.f.). *Constituir tu empresa a través de la Plataforma Sistema de Intermediación Digital (SID - SUNARP)*. Recuperado de: <https://www.gob.pe/10580-constituir-tu-empresa-a-traves-de-la-plataforma-sistema-de-intermediacion-digital-sid-sunarp> [Consulta: 14 de junio de 2021]

Gobierno del Perú. (s.f.). *Elaboración de Escritura Pública*. Recuperado de: <https://www.gob.pe/274-elaboracion-de-escritura-publica> [Consulta: 14 de junio de 2021]

Google Play Console. (s.f.). Tú compilas la app. Google le aporta nuestra tecnología. Miles de millones. Recuperado de: [https://play.google.com/intl/es-419/console/about/?utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=Console2020-Branded&utm\\_term=play%20console%7ce&utm\\_content=486993713996&gclid=CjwKCAjwiLGGBhAqEiwAgq3q\\_qaGaUG8XCjPRt7FfZe8YgxjJPxUuzVp0g1BMZ4enx8vDSS9Zpsf5BoC3\\_EQAvD\\_BwE](https://play.google.com/intl/es-419/console/about/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=Console2020-Branded&utm_term=play%20console%7ce&utm_content=486993713996&gclid=CjwKCAjwiLGGBhAqEiwAgq3q_qaGaUG8XCjPRt7FfZe8YgxjJPxUuzVp0g1BMZ4enx8vDSS9Zpsf5BoC3_EQAvD_BwE)[Consulta: 15 de junio de 2021]

INDECOPI. (s.f.). Aprende a registrar tu marca. Lima. Recuperado de: [https://www.indecopi.gob.pe/documents/2879220/2881490/GUIA\\_REGISTRA\\_MARCA](https://www.indecopi.gob.pe/documents/2879220/2881490/GUIA_REGISTRA_MARCA) [Consulta: 20 de junio de 2021]

INDECOPI. (s.f.). Registro de Patente de Invención. Lima. Recuperado de: <https://www.indecopi.gob.pe/web/invenciones-y-nuevas-tecnologias/registro-de-patente-de-invencion>[Consulta: 12 de junio de 2021]

INDECOPI. (s.f.). *Aprende a registrar tu marca*. Recuperado de: [https://www.indecopi.gob.pe/documents/2879220/2881490/GUIA\\_REGISTRA\\_MARCA](https://www.indecopi.gob.pe/documents/2879220/2881490/GUIA_REGISTRA_MARCA) [Consulta: 20 de junio de 2021]

Indeed. (s.f.) ¿Cuál es el salario de un/a Gerente General en Perú? Lima. Recuperado de <https://pe.indeed.com/career/gerente-general/salaries> [Consulta: 04 de julio de 2021]

Javlerest. (4 de febrero de 2021). ¿Cuál es el valor de la UIT para 2021? Blog SUNAT impuestos. [Blog]. Rankia. Lima. Recuperado de: <https://www.rankia.pe/blog/sunat-impuestos/4476336-cual-valor-uit-para-2021> [Consulta: 19 de junio de 2021]

La encontré. (2021). Oficinas en alquiler. Lima. Recuperado de <https://www.laencontre.com.pe/inmueble/350678> [Consulta: 04 de julio de 2021]



My First Practice. (2021). *My First Practice*. [Sitio oficial de Facebook]. Lima. Recuperado de: [https://www.facebook.com/ad\\_center/create/ad/?entry\\_point=www\\_consolidated\\_promote\\_button&page\\_id=180888163537483](https://www.facebook.com/ad_center/create/ad/?entry_point=www_consolidated_promote_button&page_id=180888163537483). [Consulta: 05 de mayo 2021].

Ramón Asociados. (14 de septiembre de 2015). *La importancia de los estatutos de nuestra sociedad*. Recuperado de: <https://ramon-asociados.com/estatutos-sociedad/> [Consulta: 13 de junio de 2021]

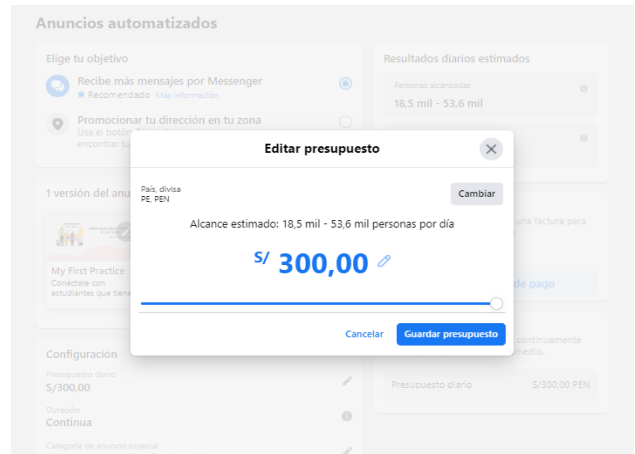
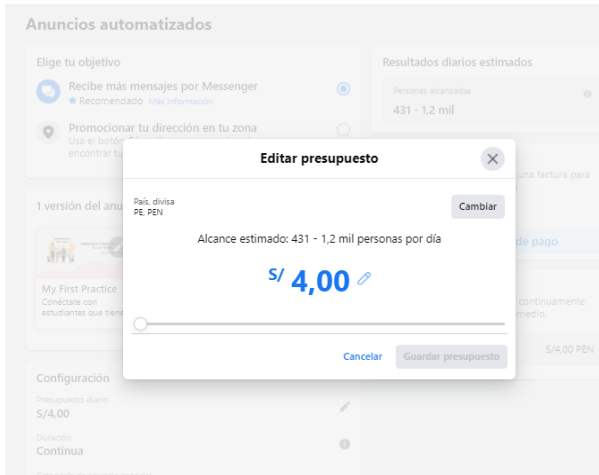
Taem Perú Consulting. (11 de junio de 2013.). *Licencia de Funcionamiento y su Importancia Empresarial*. Recuperado de: <https://taemperuconsulting.com/licencia-de-funcionamiento-y-su-importancia-empresarial/> [Consulta: 16 de junio de 2021]

Teacupapps. (s.f.). Precios. Mantenimiento. Cádiz. Recuperado de: <http://www.teacupapps.com/precios/mantenimiento> [Consulta: 11 de junio de 2021]

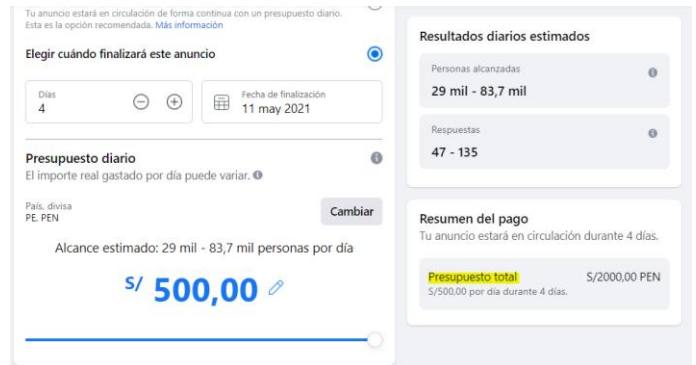
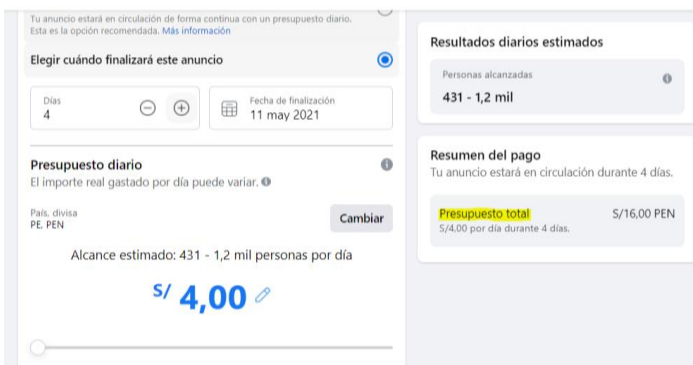
Urbania. (2021). Alquiler de oficinas full amobladas en San Isidro. Lima. Recuperado de [https://urbania.pe/inmuble/alquiler-de-oficina-en-san-isidro-lima-ascensor-59496878?utm\\_source=Trovit&utm\\_medium=CPC&utm\\_campaign=renta-trovit](https://urbania.pe/inmuble/alquiler-de-oficina-en-san-isidro-lima-ascensor-59496878?utm_source=Trovit&utm_medium=CPC&utm_campaign=renta-trovit) [Consulta: 04 de julio de 2021]

## 11. ANEXO

- **Anexo 1:** Tarifa mínima y máxima de anuncios automatizados en Facebook



- **Anexo 2:** Tarifa mínima y máxima de recibir más mensajes en Facebook



- **Anexo 3:** Tarifa mínima y máxima para conseguir más clientes potenciales en Facebook.

**Duración**  
Días: 4 | Fecha de finalización: 11 may 2021

**Presupuesto total**  
País, divisa: PE, PEN | **S/ 25,00**

**Resultados diarios estimados**  
Personas alcanzadas: 379 - 1,1 mil  
Clientes potenciales: 1 - 7

**Resumen del pago**  
Tu anuncio estará en circulación durante 4 días.  
**Presupuesto total**: S/25,00 PEN

● **Anexo 4:** Tarifa mínima y máxima para promocionar una publicación en Facebook.

**Crear nuevo**

**Duración**  
Días: 4 | Fecha de finalización: 11 may 2021

**Presupuesto total**  
País, divisa: PE, PEN | **S/ 15,44**

**Resultados diarios estimados**  
Personas alcanzadas: 374 - 1,1 mil  
Interacción con la publicación: 53 - 153

**Resumen del pago**  
Tu anuncio estará en circulación durante 4 días.  
**Presupuesto total**: S/15,44 PEN

● **Anexo 5:** Tarifa mínima y máxima para promocionar tu página en Facebook.

**Elegir cuándo finalizará este anuncio**  
Días: 4 | Fecha de finalización: 11 may 2021

**Presupuesto diario**  
El importe real gastado por día puede variar. ● | **S/ 4,00**

**Resultados diarios estimados**  
Personas alcanzadas: 554 - 1,6 mil  
Me gusta de la página: 14 - 40

**Resumen del pago**  
Tu anuncio estará en circulación durante 4 días.  
**Presupuesto total**: S/16,00 PEN  
S/4,00 por día durante 4 días.

- **Anexo 6:** Tarifa mínima y máxima para promocionar tu sitio web en Facebook.

Al hacer clic en "Promocionar", aceptas las [Condiciones de Facebook](#) | [Servicio de ayuda](#)

- **Anexo 7:** Tarifa mínima y máxima de publicidad en Instagram.

- **Anexo 8:** Cotización del Community Manager



**Hola, somos Social Bang,**

Un equipo de profesionales multidisciplinarios integrados por; administradores, comunicadores, community managers, diseñadores gráficos entre otros. Con experiencia desde el 2016 en el rubro de la publicidad y gestión de redes sociales. Hemos trabajado con empresas y negocios en rubros: gastronómicos, mecánicos automotriz, agencias de viajes, consultoras de bellezas, , entre otras.

**¿Por que es importante un Community Manager ?**

Es quien construye, gestiona y administra la comunidad de tu marca en internet, su función principal es crear contenido atractivo y de calidad en la redes sociales de tu marca partiendo de una estrategia. Además, es quién decide cuál es la mejor hora para publicar contenido, cuál es el público objetivo a dirigirse y es quien crea lazos con el cliente, monitoreando tanto sus resultados como los de las otras empresas del sector.

Ahora ya lo sabes, ¡No es sólo subir imágenes!

**¿Por qué Elegirnos ?**

 Diseño de calidad y alto impacto.	 Análisis de métricas y resultados obtenidos en cada campaña.	 Optimización del presupuesto asignado para cada campaña.	 Planificación estratégica para captación de clientes y lograr más ventas.
 Identificación de los procesos de ventas en las RRSS.	 Ubicación en el nicho o categoría para llegar a más prospectos.	 Reuniones de coordinación previa para cada estrategia.	 Análisis de la competencia para mejorar acciones y estrategias.
 Confidencialidad con la gestión y confidencialidad de información.			

**Contáctame...**  
Y comencemos a crear la estrategia de tu marca desde hoy.

Teléfono: **980 997 695**  
Correo: **socialbang.16@gmail.com**

## Planes creados **A tu medida** pensando en ti...

Cada plan esta diseñado para satisfacer las necesidades y demandas que tiene cada negocio, obtén los mejores resultados. También ofrecemos planes 100% personalizados. ¡Empecemos ya!

STANDARD	BUSINESS	PREMIUM
<ul style="list-style-type: none"> <li>✦ Plan de trabajo e implementación de estrategia.</li> <li>✦ Identidad gráfica de la cuenta.</li> <li>✦ 12 piezas gráficas por mes.</li> <li>✦ Asistencia y soporte.</li> <li>✦ Reporte mensual.</li> <li>✦ Manejo de red social: Facebook.</li> <li>✦ 3 Publicaciones por semana.</li> <li>✦ Marketing de contenido.</li> <li>✦ Sistema de respuestas automáticas en Facebook.</li> <li>✦ Manejo de Facebook Ads.</li> <li>✦ Publicidad pagada (de acuerdo al presupuesto del cliente).</li> <li>✦ Segmentación geográfica y demográfica.</li> <li>✦ Atención de lunes a viernes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✦ Plan de trabajo e implementación de estrategia.</li> <li>✦ Identidad gráfica de la cuenta.</li> <li>✦ 16 piezas gráficas por mes.</li> <li>✦ Ubicación y geolocalización de la empresa o negocio en Google Maps.</li> <li>✦ Asistencia y soporte.</li> <li>✦ Reporte mensual.</li> <li>✦ Manejo de red social: Facebook e Instagram.</li> <li>✦ Creación y configuración de Chatbot.</li> <li>✦ 4 Publicaciones por semana.</li> <li>✦ 3 Stories por semana.</li> <li>✦ Marketing de contenido.</li> <li>✦ Manejo de Facebook Ads.</li> <li>✦ Publicidad pagada (de acuerdo al presupuesto del cliente).</li> <li>✦ Segmentación geográfica y demográfica.</li> <li>✦ Atención de lunes a viernes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✦ Plan de trabajo e implementación de estrategia.</li> <li>✦ Identidad gráfica de la cuenta.</li> <li>✦ 24 piezas gráficas por mes.</li> <li>✦ Ubicación y geolocalización de la empresa o negocio en Google Maps.</li> <li>✦ Asistencia y soporte.</li> <li>✦ Reporte mensual.</li> <li>✦ Manejo de red social: Facebook e Instagram.</li> <li>✦ Creación y configuración de Chatbot.</li> <li>✦ 6 Publicaciones por semana.</li> <li>✦ 4 Stories por semana.</li> <li>✦ Marketing de contenido.</li> <li>✦ Manejo de Facebook Ads.</li> <li>✦ Publicidad pagada (de acuerdo al presupuesto del cliente).</li> <li>✦ Segmentación geográfica y demográfica.</li> <li>✦ Atención de lunes a sábado.</li> </ul>
<p>Precio <b>₡ 300</b></p>	<p>Precio <b>₡ 450</b></p>	<p>Precio <b>₡ 650</b></p>