

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADO “NUEVA AREQUIPA”



**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA CONSULTORÍA EN PROCESOS
DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL EN EL DISTRITO DE
YANAHUARA
“COREYSE E.I.R.L”**

Para optar el Título Técnico en Administración de Empresas

Autor:

Mamani Cheje, Rossmery Celina

Arequipa - Perú

2022

RESUMEN EJECUTIVO

En este presente plan de negocios se propone la creación de una empresa de consultoría especialista en reclutamiento y selección de Personal **“COREYSE”**

El objetivo de este plan de negocio se sustenta en brindar ayuda y contribuir a las micro y pequeñas empresas para mejorar en el aspecto de su capital humano, generando un impacto positivo en la sociedad y también porque se quiere emprender un negocio propio de consultoría. Este negocio tendrá una estructura matricial por la facilidad de la comunicación entre los colaboradores, los cuales son profesionales que poseen las capacidades, habilidades y competencias que se requieren en el mercado.

El mercado al cual me estoy dirigiendo son las micro y pequeñas empresas, es de considerar que en Arequipa, la segunda región más importante de nuestro país se concentra el 6% del total de MYPES a nivel nacional.

Este plan de negocio contiene todos los datos financieros en los cuales se justifica la viabilidad, rentabilidad y sostenibilidad que se requiere para ejecutar este plan. Se requiere de inversión y capital de trabajo S/13,706.60 de los cuales el 63% será financiación propia y el 37% tendrá financiación de Caja Sullana. La utilidad neta que genera es de S/28,426 en el primer año y S/36,235 en el segundo año, por lo que se ve un alto crecimiento en el tiempo. El margen neto es 28%

En consecuencia, se concluye que este plan llegaría a cumplir con su objetivo, contribuirá al éxito de la misma y lo más importante, será de satisfacción de sus clientes.

ÍNDICE

I. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	10
1.1. NOMBRE DEL NEGOCIO	10
1.1.1. RAZÓN SOCIAL LEGAL.....	10
1.1.2. NOMBRE COMERCIAL.....	10
1.2 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA (HISTORIA DE LA EMPRESA)	10
1.3. UBICACIÓN- LOCALIZACIÓN	11
1.4. NECESIDAD QUE SE PRETENDE RESOLVER.	12
1.5. OBJETIVO GENERAL.....	12
1.6. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	12
1.6.1. ACADÉMICA.....	12
1.6.2. ECONÓMICA	12
1.6.3. FINANCIERA.....	12
II. PLAN ESTRATÉGICO.....	13
2.1. MISIÓN.....	13
2.2. VISIÓN.....	13
2.3. VALORES.....	13
2.4. ANÁLISIS PESTEL.....	14
2.5. ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER.....	16
2.5.1.FUERZA ANTE LOS PROVEEDORES.....	16
2.5.2.FUERZA ANTE LOS CLIENTES	16
2.5.3.FUERZA ANTE LOS NUEVOS COMPETIDORES.....	17
2.5.4.FUERZA ANTE LOS RIVALES	17
2.5.5.FUERZA ANTE LOS SUSTITUTOS.....	18
2.6. CADENA DE VALOR	19
2.7. ANÁLISIS FODA	21
2.7.1. ANÁLISIS FODA.....	21
2.7.2. MATRICES	22

A. MATRIZ EFE	23
B. MATRIZ FODA.....	24
2.8. ESTRATEGIAS DEL PLAN DE NEGOCIO.	25
2.9. OBJETIVOS SMART	25
2.10. PROPUESTA DE VALOR	25
III. ESTUDIO DE MERCADO Y PLAN DE MARKETING	26
3.1. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	26
A) INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DEL PRODUCTO	26
B) PERFIL DE LOS CLIENTES	27
C) SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	28
D) ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	29
E) VENTAJA COMPETITIVA.....	29
F) PROYECCIÓN DE DEMANDA POTENCIAL	30
3.2. ANÁLISIS DE VARIABLES DE MARKETING – 4PS	30
3.2.1. PRODUCTO (SERVICIOS).....	30
3.2.2. PRECIO	31
3.2.3. PLAZA	31
3.2.4. PROMOCIÓN	32
3.3. PLAN DE MARKETING DIGITAL.....	33
3.4. GESTIÓN COMERCIAL	40
3.4.1. TÉCNICAS DE VENTA Y NEGOCIACIÓN	40
3.4.2. TÉCNICAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE.....	41
IV. PLAN OPERATIVO	42
4.1. DISEÑO Y DESARROLLO DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	42
4.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO	42
4.3. DISEÑO Y FLUJOGRAMAS DE PROCESO.....	45
4.4. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	48

4.5. APROVISIONAMIENTO Y LOGÍSTICA.....	48
4.5.1.NEGOCIACIÓN CON EL PROVEEDOR	49
4.5.2.ATENCIÓN AL CLIENTE	49
4.6. DISTRIBUCIÓN DE PLANTA O DEL ÁREA DE TRABAJO	49
4.7. PLAN DE OPERACIONES	50
4.7.1. DISEÑO DEL SERVICIO	50
4.7.2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	51
V. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS	53
5.1. DISEÑO DEL CONTEXTO DE RECURSOS HUMANOS Y ESTRATEGIA DE RECURSOS HUMANOS	53
5.2. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE RECURSOS HUMANOS: ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL	53
5.3. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE RECURSOS HUMANOS: MODELOS Y FACTORES.....	54
5.4. INCORPORACIÓN A LAS PERSONAS Y PROCESOS DE ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL.....	54
5.5. MODELADO DEL TRABAJO.....	57
5.6. ORGANIGRAMA Y ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN	57
5.7. DESCRIPCIÓN DE PUESTOS, ANÁLISIS Y MECANISMOS	58
VI. PLAN FINANCIERO	65
6.1. ANÁLISIS DE COSTOS	65
6.1.1. CUADRO DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES, COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS	65
6.1.2. CUADRO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS Y GASTOS DE VENTA.	65
6.1.3. CUADRO DE PAGO DE IMPUESTOS	66
6.2. PRESUPUESTO	67
6.2.1. PRESUPUESTO DE INGRESOS	67
6.2.2. PRESUPUESTO DE VENTAS.	67

6.2.3. PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN	68
6.2.4. PRESUPUESTO DE COSTO DE VENTAS.	68
6.2.5. PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS.	68
6.2.6. PRESUPUESTO DE INVERSIONES	69
6.2.7. PRESUPUESTO DE TRIBUTOS (IGV).....	69
6.3. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	70
6.4. DETALLE DE LA INVERSIÓN.....	70
6.5. FLUJO DE CAJA PROYECTADO	71
6.6. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA Y ESTADO DE RESULTADO	72
VII. CONCLUSIONES.....	73
VIII. BIBLIOGRAFÍA.....	75
IX. ANEXOS.....	76

INDICE DE TABLAS

TABLA 1 ANALISIS PESTEL.....	15
TABLA 2 FUERZA ANTE LOS PROVEEDORES	16
TABLA 3 FUERZA ANTE LOS CLIENTES	16
TABLA 4 FUERZA ANTE LOS NUEVOS COMPETIDORES	17
TABLA 5 FUERZA ANTE LOS RIVALES	17
TABLA 6 FUERZA ANTE LOS SUSTITUTOS	18
TABLA 7 CADENA DE VALOR	19
TABLA 8 MATRIZ DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES	22
TABLA 9 MATRIZ DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS.....	23
TABLA 10 MATRIZ FODA 3 CRUCES	24
TABLA 11 BUYER PERSONA.....	27
TABLA 12 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POR SERVICIO Y SEGMENTACIÓN	30
TABLA 13 PRESUPUESTO DE PLAN DE MARKETING	35
TABLA 14 REUNIONES PERIÓDICAS SEGÚN DIAGRAMA DE GANTT	36
TABLA 15 INFORME DE CONTROL.....	38
TABLA 16 REDES SOCIALES DE MARKETING DIGITAL A UTILIZAR	38

TABLA 17 INSUMOS, MATERIALES Y EQUIPOS	42
TABLA 18 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	48
TABLA 19 CATEGORIA DEL SERVICIO	51
TABLA 20 FASES Y TIEMPO DEL SERVICIO	51
TABLA 21 PRUEBAS PSICOTECNICAS	52
TABLA 22 DESCRIPCIÓN DE PUESTOS DE ADMINISTRADOR.....	58
TABLA 23 DESCRIPCIÓN DE PUESTOS DE RECURSOS HUMANOS	61
TABLA 24 DESCRIPCIÓN DE PUESTOS DE PSICOLOGÍA	62
TABLA 25 COSTOS FIJOS Y VARIABLES	65
TABLA 26 GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTA.....	65
TABLA 27 PAGO DE IMPUESTO	66
TABLA 28 INGRESOS.....	67
TABLA 29 VENTAS	67
TABLA 30 PRODUCCIÓN	68
TABLA 31 COSTOS DE VENTAS.....	68
TABLA 32 GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS	68
TABLA 33 INVERSIONES	69
TABLA 34 FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	69
TABLA 35 IGV ANUAL.....	69
TABLA 36 ESCUDO FISCAL	69
TABLA 37 PUNTO DE EQUILIBRIO	70
TABLA 38 PRÉSTAMO PARA LA INVERSIÓN- CAJA SULLANA.....	70
TABLA 39 FLUJO DE CAJA PROYECTADO.....	71
TABLA 40 ESTADO DE FLUJO DE CAJA ECONÓMICO Y FINANCIERO	72

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 UBICACIÓN DEL NEGOCIO	11
FIGURA 2 CRM DEL NEGOCIO	32
FIGURA 3 ESTRATEGIAS CRECIMIENTO.....	33
FIGURA 4 ESTRATEGIAS REFUERZO	34
FIGURA 5 ESTRATEGIAS DEFENSA	34
FIGURA 6 ESTRATEGIAS RETIRO	34
FIGURA 7 ESTRATEGIAS INTENSIVAS.....	34
FIGURA 8 DIAGRAMA DE GANTT.....	37

FIGURA 9 MÉTODO SPIN A UTILIZAR 40

FIGURA 10 ESTRATEGIA DE OPERACIONES 44

FIGURA 11 FLUJOGRAMA DEL PROCESO..... 45

FIGURA 12 DIAGRAMA DE OPERACIONES..... 47

FIGURA 13 LAYOUT 49

FIGURA 14 ÁREA DE TRABAJO DISTRIBUIDO 50

FIGURA 15 ORGANIGRAMA MATRICIAL..... 57

INTRODUCCIÓN

Muchas son las veces que los dueños de MYPES se han preguntado cuando ingresan nuevo personal a su negocio ¿Me durará esta vez este trabajador?, ¿Estaré contratando personal adecuado para mi negocio?

Por ello, este plan de negocio de consultoría en reclutamiento y selección de personal está orientado al servicio de brindar apoyo a la MYPES en estos procesos para ingresar nuevo colaborador a su organización.

La idea de negocio **COREYSE** surge a partir de la ausencia de este tipo de negocio para las micro y pequeñas empresas en la ciudad de Arequipa. Surge por el deseo personal de la autora y un grupo de amigos que influenciados por los conocimientos en cuanto a la administración de personal, inherentes a la carrera de Relaciones Industriales y Administración de empresas donde el plan no sea solo proveer colaboradores sino que sea una experiencia personalizada tomando en cuenta las competencias y conocimientos que requiere cada puesto. Más allá de prestar un servicio se busca ser un aliado estratégico para estas MYPES. Además de ello nos aseguraremos en última instancia que este colaborador esté alineado e identificado con el negocio en la que laborará.

Poner en marcha este negocio resultará viable ya que son pocas las empresas que satisfacen esa necesidad en la ciudad de Arequipa.

Es factible porque se cuenta con los recursos técnicos, humanos y legales para llevar a cabo las actividades. También cuenta con los recursos económicos de S/21,706.60 para hacerlo realidad, de los cuales S/ 13,706.60 es financiamiento propio y S/8,000 con ayuda de financiamiento de caja Sullana.

Es rentable porque se obtiene una utilidad neta de S/28,426 en el primer año y en el segundo año se incrementará a S/36,235 por lo que también se puede ver la sostenibilidad de este negocio en el tiempo.

.

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA CONSULTORÍA EN PROCESOS DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL EN LA CIUDAD DE AREQUIPA

I. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

1.1. NOMBRE DEL NEGOCIO

El nombre de este negocio es Consultoría en Reclutamiento y Selección de Personal - COREYSE

1.1.1. Razón social legal

Empresa Individual de Responsabilidad Limitada

1.1.2. Nombre comercial

COREYSE

1.2 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

La idea de negocio surge a partir de una lluvia de ideas en las cuales se propusieron tres alternativas:

- Venta de brochetas (La brocheta es un producto elaborado a base principalmente de pollo, pimienta, maíz y piña acompañada de salsas criollas) y la necesidad o problema que satisface es inmediata por ser de consumo de comida rápida.
- Consultoría de selección de personal (Brindar servicios de consultorías en selección de personal para empresas) y la necesidad que satisface es brindar personal competente para la empresa
- Capacitación de seguridad e Higiene Industrial (Empresa de servicio que desarrolla capacitaciones en seguridad) y el problema que satisface es la de disminuir o evitar accidentes laborales.

Se realizó una matriz final de ideas donde se evaluó el nivel de innovación, mercado potencial, conocimiento técnico, requerimiento de capital, para ello se utilizó un rango de 1 a 5; donde 1 es muy baja, 2=baja, 3 regular, 4 = alta y 5= muy alta obteniendo como resultado final la idea de la empresa de selección de personal con un puntaje de 18

En síntesis en esta idea de negocio influyeron los conocimientos en cuanto a la administración de personal, inherentes a la carrera de Relaciones Industriales y Administración.

Consultora S.T.H brindará el servicio especializado en los procesos de reclutamiento y selección de personal para micros y pequeñas empresas en el rubro de diseño gráfico, restaurantes, turismo y transporte.

El servicio se desarrollará tomando en cuenta las competencias y conocimientos que requiere cada puesto. Más allá de prestar un servicio se busca ser un aliado estratégico para las empresas.

Este negocio estará bajo el régimen tributario régimen MYPE Tributario-RMT porque brinda condiciones simples para cumplir con mis condiciones tributarias según mis niveles de ventas los cuales no superan las 1700 UIT y me permite emitir todo tipo de comprobantes de pago.

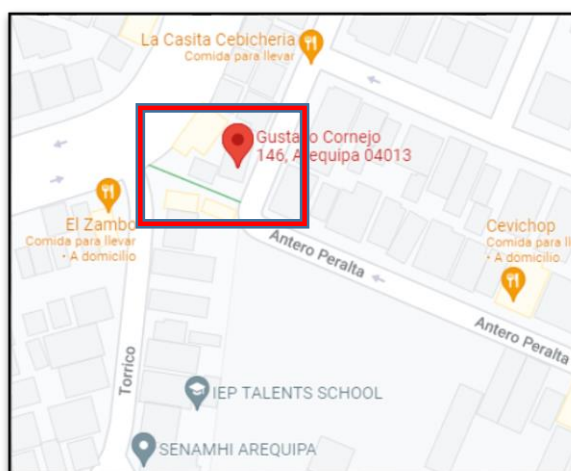
El régimen laboral contemplado para este negocio es el régimen laboral-MYPES, ya que soy una persona jurídica dedicada a la prestación de servicios con 3 trabajadores, se le brindará los beneficios laborales según corresponde por ley.

1.3. UBICACIÓN- LOCALIZACIÓN

La localización de negocio es un factor determinante en el futuro éxito de esta, por lo que este lugar es muy propicio para la instalación del local debido al gran movimiento de negocios que existen en la zona concretamente ubicado en Gustavo Cornejo N° 146, Umacollo, Yanahuara, tal como se muestra.

Figura 1

Ubicación del negocio



Nota. Adaptado de Google Maps (distrito de Yanahuara)

1.4. NECESIDAD QUE SE PRETENDE RESOLVER.

- Dar seguridad a la empresa de contratar personal especializado, capacitado y de confianza.
- Aportar conocimiento a micro y pequeños empresarios para tener una buena gestión de su recurso humano en el proceso de reclutamiento y selección de personal.

1.5. OBJETIVO GENERAL

Demostrar la viabilidad del servicio de consultoría en procesos de reclutamiento y selección de personal para micro y pequeñas empresas, basados en un modelo de gestión por competencias.

1.6. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

1.6.1. ACADÉMICA

A través de los conocimientos adquiridos en gestión de recursos humanos y administración, este presente plan de negocio busca mejorar la gestión de recursos humanos de las MYPES. Las organizaciones de hoy están sufriendo cambios profundos incluyendo el entorno que les rodea y obliga a replantear sus estrategias tanto internas como externas y por consiguiente la forma de gestionar a su personal, volviéndose cada vez más exigente con su personal. Para tener los trabajadores más competentes del mercado, el primer paso es el reclutamiento y selección de personal. Por ello este plan de negocio busca incidir en la importancia de estos procesos brindando a las MYPES, herramientas a las que puedan acceder a información oportuna y correcta para su práctica.

1.6.2. ECONÓMICA

Con este plan de negocio se beneficiará en primer lugar las MYPES. Esto les permitirá a los líderes de los negocios contratar los mejores talentos para su organización y por consiguiente obtener un eficiente desempeño de sus colaboradores.

1.6.3. FINANCIERA

Este plan permitirá a las MYPES el aumento de la productividad organizacional, por consiguiente es beneficioso para su crecimiento.

II. PLAN ESTRATÉGICO

2.1. MISIÓN

Brindar el servicio de consultoría en temas de reclutamiento y selección de personal, para el sector de las MYPES, aportando valor a la excelencia en el desarrollo de competencias.

2.2. VISIÓN

Ser una empresa de éxito dedicada a la consultoría en temas relacionados al reclutamiento y selección de personal en la ciudad de Arequipa, dirigido a micros y pequeñas empresas.

2.3. VALORES

- Espíritu emprendedor: Nuestra pasión es guiarnos a través del sentido empresarial y la innovación.
- Responsabilidad: somos socios honestos y justos con nuestros clientes en todo momento.
- Orientación al cliente: Nuestra habilidad consiste en ofrecer soluciones de acuerdo a las necesidades de cada empresa.
- Espíritu de equipo: Nuestra filosofía es equipo, confianza y talento
- Liderazgo: Es tener la capacidad y actitud frente a las personas y empresa.
- Ética empresarial: se debe guardar confidencialidad con nuestros clientes.
- Calidad en el servicio: brindar y presentar el servicio cuidadosa y minuciosamente con ausencia de errores.
- Comunicación: predispuestos a escuchar lo que el cliente requiere.

2.4. ANÁLISIS PESTEL

- Político: el gobierno actualmente está en constante cambios e incertidumbre y el nivel de corrupción ha subido gradualmente según Transparencia Internacional¹, lo cual dificulta tener un ambiente propicio para invertir o realizar inversiones.
- Económico: La Tasa de inflación anual es 6.2% según BCRP y la tasa de crecimiento en la economía del Perú es 3.4% del PBI, destacando por encima del promedio de la región en este año. Cabe destacar que la cantidad de empleos formales aumentó 9.4 % es decir, la cantidad de trabajadores formales supera los niveles previos.
- Social: La demografía empresarial de las micro y pequeña empresas son las que predominan en el mercado peruano y hay un incremento constante de este sector.
- Tecnológico: Los cambios en el acceso a la tecnología generan un impacto positivo debido a su fácil manejo, menor costo, permiten también agilizar procesos y es una buena herramienta en el aspecto de la comunicación.
- Ecológico: Debido a la responsabilidad social empresarial de la mano con la conciencia medioambiental de un negocio, el impacto de este servicio es positivo debido a que no afecta al planeta.
- Legal: El estado peruano da facilidades en la constitución legal de un negocio con bajo impuestos a la renta. El cambio en la legislación laboral no favorece debido a las remuneraciones mínima vital están en constantes cambios cada cierto tiempo.

¹ Edición 2021 del IPC, Transparencia Internacional

Tabla 1**Analisis PESTEL**

Análisis PESTEL							
Factor	Aspecto	Tiempo de Impacto			Tipo de Impacto		
		Corto	Mediano	Largo	Positivo	Negativo	Indiferente
Político	Modelo económico		x		x		
	Estabilidad Política		x			x	
	Nivel de corrupción			x		x	
Económico	Análisis macroeconómico, Proyección de crecimiento del PBI						
	Incentivos al emprendimiento		x			x	
	Disponibilidad y acceso a los recursos		x		x		
	Índice de población			x	x		
Social	Demografía empresarial			x	x		
	Estilos de Vida		x				x
Tecnológico	Implementación de nueva tecnología (Acceso y uso a banca internet)			x	x		
	Cobertura del internet		x				x
	Cambio tecnológico		x		x		
	Impacto ambiental			x	x		
Ecológico	Conciencia ambiental			x	x		
	Comportamiento del clima			x	x		
	Estabilidad legal		x			x	
Legal	Impuestos		x				x
	Legislación laboral		x		x		

2.5. ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER

2.5.1. FUERZA ANTE LOS PROVEEDORES

Tabla 2

Factores competitivos	Ponderación	Atractividad					Resultado Ponderado	Resultado
		1	2	3	4	5		
Concentración de los proveedores	0.15					x	0.75	5
Importancia del volumen de los proveedores	0.05					x	0.25	
Diferenciación del insumo	0.13					x	0.65	
Costos de Cambio	0.13					x	0.65	
Disponibilidad de insumos sustitutos	0.15					x	0.75	
Impacto de los insumos	0.39					x	1.95	
Resultado	1						5	Bueno

En la fuerza ante los proveedores es bueno debido a que no se requiere insumos para los procesos de este servicio.

2.5.2. FUERZA ANTE LOS CLIENTES

Tabla 3

Factores competitivos	Ponderación	Atractividad					Resultado Ponderado	Resultado
		1	2	3	4	5		
Concentración de los clientes	0.24				x		0.96	3.6
Volumen de compras	0.08			x			0.24	
Diferenciación de productos	0.24				x		0.96	
Información acerca de proveedores	0.08			x			0.24	
Identificación de la marca	0.24			x			0.72	
Servicios Sustitutos	0.12				x		0.48	
Resultado	1						3.6	Regular

En la fuerza ante los clientes en el factor de la zona donde se ubica el negocio y los servicios sustitutos son buenos porque favorecen al establecimiento de este negocio.

2.5.3. FUERZA ANTE LOS NUEVOS COMPETIDORES

Tabla 4

Factores competitivos		Ponderación	Atractividad					Resultado Ponderado	Resultado
			1	2	3	4	5		
Economía de Escala		0.07			x			0.21	
Diferenciación de productos		0.15				x		0.6	
Inversiones en capital		0.2		x				0.4	
Lealtad del cliente hacia la marca		0.15			x			0.45	3.3
Acceso a canales de ventas		0.2			x			0.6	
Atractividad del Sector		0.15				x		0.6	
Políticas Gubernamentales		0.08					x	0.4	
Resultado		1						3.26	Regular

En los factores de la fuerza ante los rivales los resultados favorecen porque este servicio no es común, no requiere de una inversión muy alta, y no hay ningún inconveniente en la puesta en marcha de este negocio

2.5.4. FUERZA ANTE LOS RIVALES

Tabla 5

Factores competitivos		Ponderación	Atractividad					Resultado Ponderado	Resultado
			1	2	3	4	5		
Cantidad de competidores		0.3			x			0.9	
Diversidad de competidores		0.2				x		0.8	3.3
Condiciones de costos		0.1			x			0.3	
Crecimiento de la demanda		0.3			x			0.9	
Barreras de salida		0.1				x		0.4	
Resultado		1						3.3	Regular

En los factores de la fuerza ante los rivales no hay diversidad de competidores en este ámbito

2.5.5. FUERZA ANTE LOS SUSTITUTOS

Tabla 6

Factores competitivos	Ponderación	Atractividad					Resultado Ponderado	Resultado
		1	2	3	4	5		
Cantidad de sustitutos	0.3			X			0.9	2.7
Diversidad de sustitutos	0.2			X			0.6	
Condiciones de costos	0.1		X				0.2	
Crecimiento de la demanda	0.3		X				0.6	
Barreras de salida	0.1				X		0.4	
Resultado	1						2.7	Regular

En esta fuerza no existe una cantidad alta de sustitutos de este servicio y las condiciones de costos son elevados, por la naturaleza de este servicio.

2.6. CADENA DE VALOR

Tabla 7

Matriz de cadena de valor

Recursos	Capacidades	Habilidades	Ventaja competitiva	Bloque genérico	Estrategia competitiva
FÍSICOS					
Local					
Muebles de oficina					
Equipos de cómputo					
TALENTO HUMANO					
1. Administrador					
2. Psicólogo					
3. Relacionista industrial					
1. Y 4. Gestión de operación eficiente					
2. Y 3. Manejo y utilización de procesos de gestión de personal para MYPES					
2. Y 3. Este servicio está basado en la capacidad, productividad laboral y empresarial en las MYPES					
Conocimiento en áreas administrativas: comercial, contabilidad, ventas, gestión de personal marketing selección de personal					
INTANGIBLES					
4. Conocimiento en administración de empresas					
5. Conocimiento en psicología organizacional					
6. Conocimiento en administración de personal					
5. y 6. Manejo en reclutamiento y selección de personal					
5. y 6. Método de gestión propio e la prestación de servicios.					
Aplicación de buenas prácticas en los procesos de servicios profesionales específicamente para micro y pequeñas empresas					
Eficiencia: quiero brindar personal profesional cualificado					
Calidad: va a conllevar a aumentar valor a la empresa.					
Mejorar productividad de la empresa					
Foco: Diferenciación					

Lograr los
objetivos de la
empresa.

RED DE CONTACTO

7. Base de datos de
clientes.

8. Experiencia en
reclutamiento y selección
de personal.

9. Red de contacto de
profesionales y personal
para realizar el proceso de
reclutamiento y selección
de personal.

Mayor productividad

7. Y 8. Mayor número de
clientes potenciales y
mayor especialización
para la asesoría

Colaboradores que se
conviertan de recursos y
talento a capital humano en
base a sus competencias
que poseen.

2.7. ANÁLISIS FODA

2.7.1. ANÁLISIS FODA

Debilidades: aquellos puntos débiles pertenecientes a la empresa que limitan la capacidad de desarrollo de la organización. En nuestra empresa, estas son:

- Imagen de marca poco reconocida, por tratarse de nueva empresa.
- Dificultad de adaptación a una sociedad cambiante.
- Menos experiencia en el sector que las empresas de la competencia.
- Necesidad de buscar nuevos clientes, por no disponer de una amplia cartera inicial de clientes.
- Local alquilado

Amenazas: aspectos del entorno que han podido dificultar el desarrollo de la organización. En nuestra empresa, podemos encontrar:

- Cambio de políticas en la legislación laboral
- Periodo medio de pago
- Empresas sustitutas
- Limitación de presupuesto
- Competencia en el mercado con más experiencia y solidez

Fortalezas: puntos fuertes que posee la empresa y que favorecen la consecución de los objetivos marcados. En este caso se puede decir que nosotros disponemos de:

- Contacto personal con los clientes.
- Personal altamente cualificado.
- Alianza estratégica con empresa Psicosmart en el aspecto de pruebas psicotécnicas.
- Constante formación de los colaboradores.
- Localización estratégica de la empresa cerca de los clientes potenciales.

Oportunidades: aspectos del entorno que han podido favorecer la ejecución de los servicios de la empresa y la mejora de sus resultados. Teniendo en cuenta nuestra empresa, podemos decir que:

- Abrirse a nuevos mercados
- Ampliar la línea de servicios
- Oportunidad de herramientas en internet para ofrecer más información al usuario
- Mercado de MYPES desatendido por las grandes consultoras.
- Mayor importancia del recurso humano como fuente de ventaja competitiva en las organizaciones.

2.7.2. MATRICES

A. MATRIZ EFI

Tabla 8

Matriz de fortalezas y debilidades

Factores críticos para el éxito	Peso	Calificación	Total ponderado	Total
Fortalezas				
- Contacto personal con los clientes.	0.18	2	0.36	1.54
- Personal altamente cualificado.	0.2	3	0.60	
- Alianza estratégica con empresa Psicosmart.	0.1	1	0.1	
- Constante formación de los colaboradores.	0.1	4	0.4	
- Localización estratégica de la empresa cerca de los clientes potenciales	0.08	1	0.08	
Total				
Debilidades				
- Imagen de marca poco reconocida	0.08	4	0.32	0.82
- Dificultad de adaptación.	0.08	4	0.32	
- Menos experiencia en el sector.	0.08	1	0.08	
- Necesidad de buscar nuevos clientes.	0.05	1	0.05	
- Local alquilado	0.05	1	0.05	

Total	1.00	2.36
--------------	-------------	-------------

Nota. Los resultados indican que 2.86 nos indica que la empresa tiene una posición interna fuerte favoreciendo a la organización.

B. MATRIZ EFE

Tabla 9

Matriz de oportunidades y amenazas

Factor clave	Peso	Calificación	Peso ponderado	Total
Oportunidades				
- Abrirse a nuevos mercados.	0.12	4	0.48	2.12
- Ampliar la línea de servicios.	0.08	4	0.32	
- Oportunidad de herramientas en internet para ofrecer más información al usuario.	0.08	4	0.32	
- Mercado de MYPES desatendido por las grandes consultoras.	0.10	2	0.20	
- Mayor importancia del recurso humano.	0.20	4	0.80	
Total				
Amenazas				
- Cambio de políticas en la legislación laboral	0.08	4	0.32	1.5
- Período medio de pago	0.06	1	0.06	
- Empresas sustitutas	0.08	4	0.32	
- Limitación de presupuesto	0.10	4	0.40	
- Competencia con mayor experiencia y solidez.	0.10	4	0.40	
Total	1			3.62

Los resultados de 3.62 nos indican que la empresa está capitalizando las oportunidades y está evitando las amenazas externas.

C. MATRIZ FODA.

Tabla 10

Matriz FODA 3 cruces

Matriz FODA	Oportunidades (O) O1 Abrirse a nuevos mercados O2 Ampliar la línea de servicios O3 Oportunidad de herramientas en internet para ofrecer más información al usuario. O4 Mercado de Pymes desatendido por las grandes consultoras. O5 Mayor importancia del recurso humano	Amenazas (A) A1 Cambio de políticas en la legislación laboral A2 Periodo medio de pago A3 Empresas sustitutas A4 Limitación de presupuesto A5 Competencia en el mercado con más experiencia y solidez.
Fortalezas (F) F1 Contacto personal con nuestros clientes. F2 Personal altamente cualificado. F3 Alianza estratégica con empresa Psicosmart. F4 Constante formación de los colaboradores. F5 Localización estratégica de la empresa cerca de los clientes potenciales.	Estrategia FO: crecimiento F4 + F3 + O2+O3 Desarrollar catálogo de producto F1 + O3 + O5 Participar en charlas gratuitas a entidades públicas o privadas	Estrategia FA: defensa F1 + F4 + F5 + A2 + A3 + A5 Aplicar campañas publicitarias según el plan de marketing digital F2 + F4 +A3 + A4 + A5 Elaborar material técnico de nuestros servicios
Debilidades (D) D1 Imagen de marca poco reconocida. D2 Dificultad de adaptación. D3 Menos experiencia en el sector. D4 Necesidad de buscar nuevos clientes D5 Local alquilado	Estrategia DO: refuerzo D2+D4 + O1 + O2 Evaluación del personal del negocio D1 + D4 + O2 + O4 + O5 Asistir y participar en charlas y seminarios del sector	Estrategia DA: retiro D3 + D4 + A2 + A4 Establecer un fondo de contingencia para las estacionalidades bajas de contratación por parte de los clientes. D1 + A3 + A5 Capacitación continua de consultores

2.8. ESTRATEGIAS DEL PLAN DE NEGOCIO.

Nuestro negocio se enfocará en una estrategia de diferenciación porque se va a concentrar en alcanzar un desempeño superior en las siguientes áreas:

- Eficiencia: brindar personal profesional cualificado, capacitado y de confianza alineados a la cultura, políticas de la organización del cliente.
- Calidad: adecuarse y superar las expectativas del cliente, y la capacidad de respuesta en el momento que necesite el cliente al cual se está dirigiendo.

Es de considerar que se va a aplicar no solamente esta estrategia sino también la estrategia de enfoque o segmentación ya que nos concentraremos en un segmento como son las micro y pequeñas empresas pertenecientes al rubro diseño gráfico, restaurantes, turismo y transporte de en el distrito de Yanahuara. Ambas estrategias se complementan.

2.9. OBJETIVOS SMART

- El objetivo inicial es aumentar en un 5% los servicios de consultorías en el distrito de Yanahuara en el transcurso del primer año, abarcando sectores y rubros con mayor potencial de mercado.
- Aumentar el número de visitas a las MYPES que se han contactado con COREYSE

2.10. PROPUESTA DE VALOR

Ventaja competitiva y comparativa

- Ofrecemos una consultoría un conjunto de actividades y procesos específicos, diseñados para atender las necesidades en los proceso de reclutamiento y selección de personal integral de las micro y pequeña empresa.
- Profesionales especializados en los rubros con el perfil necesario para trabajar con las PYMES.
- Brindaremos un precio accesible con diferentes modalidades de pago además de descuento
- Se brindará capacitación para ayudar al nuevo personal a que se integre rápidamente a su nuevo puesto.

III. ESTUDIO DE MERCADO Y PLAN DE MARKETING

3.1. ANÁLISIS DEL MERCADO

3.1.1. INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DEL PRODUCTO

En la provincia de Arequipa, existen pocas empresas consultoras en proceso de reclutamiento y selección de personal que se dediquen a ofrecer este servicio a las micros y pequeñas empresas debido a esta situación, se ha realizado la investigación de mercado, que indica que nuestra empresa si tiene oportunidad de ser éxito en el mercado.

Según los datos recogidos por la Cámara de Comercio E Industria de Arequipa en agosto de 2018, dió como resultado que las MIPYMES en Arequipa representan el 6% del total a nivel nacional, por otro lado los sectores económicos donde se concentran las MIPYMES son el comercio 44,1% y servicios 41,5%, siendo esta última el sector con mayor tasa de crecimiento 9.2%.

Por otro lado, según los datos estadísticos recogidos por el INEI existen aproximadamente 800 Micro y Pequeña Empresa que gastaron en asesorías y consultorías y los montos gastados en servicios prestados por terceros (Miles nuevos soles), han sido 558350. Estos datos nos permiten inferir que existen MIPYMES que si hacen uso de servicios y que contratan a un tercero para solucionar sus problemas.

También se realizó un estudio de mercado con la participación de los dueños de 138 micros y pequeñas empresas que brindan servicios de diseño gráfico, restaurantes, turismo y transporte donde se dió entre otros resultados que:

El 80% estaría interesado en contratar una empresa de consultoría especialista que lo asesore en procesos de reclutamiento y selección de personal

3.1.2. PERFIL DE LOS CLIENTES

El perfil del cliente que busca llegar este negocio tienen características que me ayudan a cubrir el segmento al cual me dirijo e identificar patrones y diferenciar sus necesidades, a continuación se muestra un Buyer de persona:

Tabla 11

Buyer de persona

Nombre del buyer persona	Jaime Perez Diseñador gráfico
Perfil general	Dueño de un negocio en diseño gráfico y publicidad en la ciudad de Arequipa. Tienes dos años de establecer su negocio Tiene 5 trabajadores en su negocio
Información demográfica	Empresario especialista en diseño gráfico y publicidad en la ciudad de Arequipa. Tiene 45 años Los ingresos mensuales de su negocio es de S/645,000 a S/7'480,000 Es un negociante experimentado Tiene buen trato con su trabajadores Tiene políticas de buenas prácticas laborales dentro de su negocio
Identificadores	Prefiere tener personal recomendados por terceros y/o familiares Utiliza frecuentemente para comunicarse el whatsApp, Facebook y correo electrónico
Objetivos	Ser la mejor empresa arequipeña en este rubro Que sus empleados estén satisfechos y que haya pocos reemplazos Entrar a nuevos proyectos dentro del rubro Tener trabajadores que sean productivos y competentes
Retos	Tiene poco tiempo y poca ayuda en el aspecto contable Ser el responsable de implementar cambios en su negocio Maximizar sus ventas Minimizar las fallas dentro de los procesos
Como podemos ayudar	Facilitarle un colaborador que le ayude en el área contable y que sea confiable dentro de su organización. Tener persona calificado, competentes y capacitados en su trabajo

Puntos de dolor

- Me preocupa contratar a un nuevo personal que no sea confiable
- El tiempo que toma el proceso es muy tedioso y largo. No alcanza para capacitar al nuevo personal que ingresa al negocio

- El costo de algún apoyo en el proceso de reclutamiento y selección de personal es alto
- Me preocupa que el personal seleccionado sea el que realmente necesito.
- He tratado con trabajadores que no se adaptan al ritmo del trabajo y se retiran poniéndome en una difícil situación.
- personal a que se integre rápidamente a su nuevo puesto.

3.1.3. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

- Geográficas: Empresas del distrito de Yanahuara
- Socios demográficos:
Micros y Pequeñas empresas con 3 años de establecimiento en su rubro con Ingresos: 150 UIT A 1700 UIT pertenecientes al rubro: diseño gráfico publicitarias y marketing, restaurantes, turismo y transporte. No se verán negocios altamente especializados como el rubro de minería, químicos.
- Psicográficas:
Micro y pequeña empresa que busca productividad alta que tengan equilibrio entre buenas prácticas laborales y una buena relación con sus colaboradores.
Que brinden salarios decorosos.
Que tengan responsabilidad social empresarial.
- De comportamiento:
Clientes que adquieran el servicio por motivos de seguridad en el mercado aumentando su productividad y participación en el mercado siendo productivo y competitivo que eleven su liderazgo e imagen.
Líderes que propongan cambios basado en su experiencia, por asociación repetida y por discernimiento
Que tengan confidencialidad de información, capacidad de aconsejar con imparcialidad, disponibilidad de aceptar los proyectos que se afrontan, negociabilidad para definir anticipadamente los honorarios.

3.1.4. Análisis de la competencia

A. Competidores directos:

Los competidores directos que tiene este negocio es decir que brindan el mismo servicio son las siguientes empresas:

- Grupo NESCOM: brinda servicios de reclutamiento y selección de personal, evaluaciones psicológicas, clima laboral, evaluación de desempeño, headhunting, coaching, recategorización, consultoría, entre otros.
- ADDECO: Es una empresa que ofrece servicio de recursos humanos especialistas en selección, outsourcing, training consulting.

B. Competidores indirectos

Los competidores indirectos es decir que realizan servicios en temas de Recursos Humanos son las siguientes:

- SOLIMANO: Es una Consultora de Recursos Humanos que brinda a asesoría empresarial en la identificación de talentos profesionales y planes de acción en la mejora del recurso humano.
- AGENCIA DE EMPLEOS NUEVO HORIZONTE E.I.R.L.: Es una agencia de empleos que brinda servicios de: Domésticas, niñeras, anfitrionas, mozos/as, cocineras, empresas, limpieza, seguridad, etc.
- SELECTO AREQUIPA: Es una empresa se encarga de la selección de personal para trabajos eventuales.

3.1.5. Ventaja competitiva

Esta consultora se fundamenta en:

- El conjunto de actividades y procesos específicos, diseñados para atender mejor las necesidades de cada micro y pequeña empresa.
- Profesionales con el perfil necesario para trabajar con las MYPES y especializados en estos rubros.
- La selección de personal alineado a la cultura organizacional y valores institucionales de cada empresa.

3.1.6. PROYECCIÓN DE DEMANDA POTENCIAL

Esta proyección es obtenida mediante fuentes primarias y secundarias

Tabla 12

Proyección de la demanda por servicio y segmentación

	Segmentación	Cifra	Fuente
Mercado total	MYPES de la ciudad de Arequipa	132908	Ministerio de economía
Mercado potencial	MYPES en el distrito de Yanahuara	603166	Municipalidad de Yanahuara 2021
	MYPES con 3 años de establecimiento	472	Municipalidad de Yanahuara 2021
	Pertenecientes a rubros de diseño gráfico, publicitarias y Marketing, restaurantes, turismo y transporte	214	Municipalidad de Yanahuara 2021
Mercado disponible	100%	214	MYPES (Encuesta)
Mercado efectivo o real	80%	171	MYPES (Encuesta)
Mercado meta	20%	34	MYPES (Encuesta)

3.2. ANÁLISIS DE VARIABLES DE MARKETING – 4PS

3.2.1. PRODUCTO

- Producto básico

El producto básico de la Consultoría **SELECCIÓN DE TALENTO HUMANO E.I.R.L.**, es ofrecer el servicio de consultoría. Este servicio está dirigido a los micro y pequeños empresarios ubicados en la ciudad de Arequipa que quieran contratar una consultora para mejorar sus procesos de reclutamiento y selección de personal para mejorar la productividad de su empresa en el mercado en el cual se está desarrollando.

Esta consultoría se enfocará en dos fases:

1º: El reclutamiento en el cual se iniciará con la atención al cliente, luego el requerimiento, la convocatoria y terminará con el reclutamiento.

2º: Selección iniciará con la entrega de los cv de los postulantes luego continuará con las distintas metodologías o pruebas para elegir a los 3 mejores candidatos de los cuales uno será elegido para asumir la vacante del puesto.

– Producto aumentado

El producto aumentado es la experiencia de recibir un servicio personalizado y un trato de atención al cliente de acuerdo a sus necesidades, este servicio finalizará con el seguimiento y a inducción a la nueva organización.

3.2.2. PRECIO

– Política de precio

Se establecerá considerando la oferta de mercado, buscando que esté dentro del promedio y sea accesible, este variará según el alcance del trabajo y su complejidad, se calcula entre s/. 130 a s/. 200, ya que estos precios son competitivos. Dentro de las condiciones de pago se exigirá al cliente una primera cancelación en el momento en que se hace la solicitud del servicio el cual será del 50% y el otro 50% restante será cancelado con la elección del candidato a contratar.

3.2.3. PLAZA

Hace referencia a todo el proceso que permite al producto llegar desde el lugar de producción hasta el consumidor final. En este caso al tratarse de un servicio, algo intangible, hace referencia al modo en que el consumidor recibe el servicio, es decir mediante que canal.

La Consultoría **SELECCIÓN DE TALENTO HUMANO E.I.R.L** buscará tener presencia en los principales distritos de la ciudad de Arequipa luego se ampliará la cobertura a otros distintos.

- Canales: en este negocio el canal de distribución es directo y continuo ya que somos nosotros mismos quienes hacemos llegar el servicio a nuestros clientes.
- Local: Se atenderá al cliente en las oficinas de nuestro local
- Marketplace: Mediante la página web se pondrá en contacto con nosotros.

3.2.4. PROMOCIÓN

- Marca: Se desarrollará un logo de la consultoría de colores estarán representados por los colores naranja y verde y su slogan será “Somos tu mejor aliado”

Utilizaré las siguientes herramientas:

Redes sociales por su bajo coste, facilidad de uso y para tener un contacto más cercano.

Regalos y obsequios para que se sienta especial.

Se facilitará la información del contacto al cliente mediante tarjetas.

Figura 2

CRM del negocio

The screenshot shows a web-based CRM interface. At the top, there's a breadcrumb trail: 'Contactos / Selección de Talento Humano, celina mamani'. Below this are two buttons: 'GUARDAR' (highlighted in green) and 'DESCARTAR'. On the right, there are two status indicators: '0 Reuniones' and '0 Oportunidades'. The main form is titled 'Individual' and 'Compañía'. The contact name is 'JAIME PEREZ DISEÑADOR GRÁFICO'. Below the name is a 'Company Name...' field. The form is divided into two main sections: 'Contacto' and 'Puesto de trabajo'. The 'Contacto' section includes fields for 'Calle...' (filled with 'AV. PUMACAHUA'), 'AREQUIPA' (with a dropdown for 'Arequipa (PE)' and 'C.P.'), 'Perú' (with a dropdown), and 'Tax ID' (filled with 'PUBLICIDAD003'). The 'Puesto de trabajo' section includes fields for 'Gerente General', 'Teléfono' (filled with '+51 960 811 580'), 'Móvil' (filled with '+51 960 811 580'), 'Correo electrónico' (filled with 'celinamch@gmail.com'), 'Sitio web' (filled with 'https://www.iasoftgroup.com'), 'Título' (filled with 'Señor'), and 'Categorías' (with a red 'Premium' tag and a dropdown for 'Etiquetas...'). At the bottom, there are three tabs: 'Contactos y direcciones', 'Venta y compra', and 'Notas internas'.

Nota. Adaptado de https://seleccion-de-talento-humano.odoo.com/web#cids=1&menu_id=133&action=190&model=crm.lead&view_type=list

3.3. PLAN DE MARKETING

3.3.1. ANÁLISIS EXTERNO

- Proveedores: Nuestro proveedor es la empresa Psicosmart, una empresa especialista en brindar servicios de pruebas psicotécnicas
- Intermediarios de marketing: Serán google adds, redes sociales y e mails marketing.
- Competencia: Entre ellas tenemos ADDECO y NESCOM; estas son empresas que brindan servicios con años de experiencia en el mercado.
- Otros grupos de interés: Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, medios digitales, entre otros.

3.3.2. ANÁLISIS INTERNO

Para ello hemos tomado en cuenta las fortalezas y debilidades de la organización.

3.3.3. FIJACIÓN DE OBJETIVOS.

- Incrementar el número de clientes a un 15% en el total de servicios
- Aumentar el número de contacto
- Mejorar la imagen de la marca

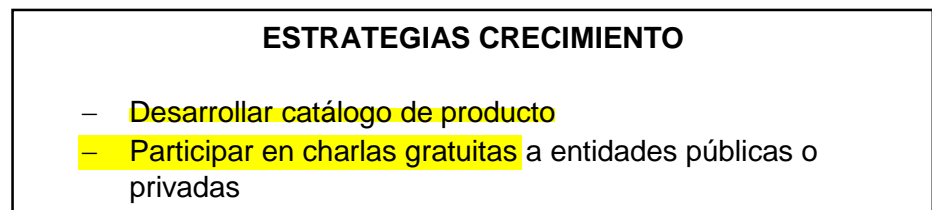
3.3.4. ESTRATEGIAS A APLICAR

Estrategias crecimiento

Basadas en la comparación de fortalezas con oportunidades

Figura 3

Estrategias crecimiento

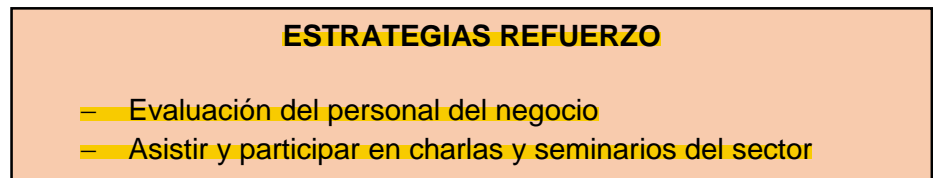


Estrategias refuerzo

Basadas en la comparación de debilidades con oportunidades

Figura 4

Estrategias refuerzo

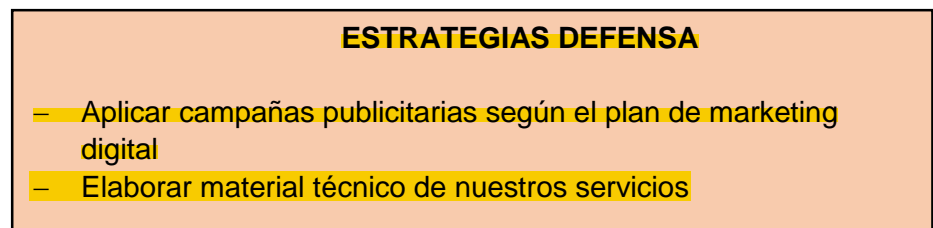


Estrategias defensa

Basadas en la comparación de fortaleza con amenazas

Figura 5

Estrategias defensa

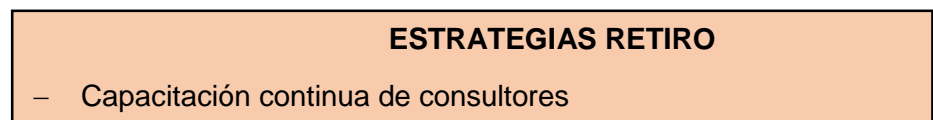


Estrategias retiro

Basadas en la comparación de debilidades con amenazas

Figura 6

Estrategias retiro

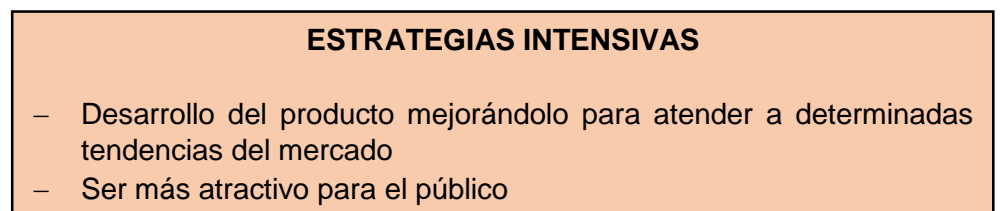


Estrategias intensivas

Basados en la matriz ANSOFF

Figura 7

Estrategias intensivas



3.3.5. Presupuestos

Este presupuesto esta subdividido según las estrategias y tácticas que se van a realizar en este plan de marketing

Tabla 13

Presupuesto del plan de marketing

Presupuesto				\$ 850.00
Publicidad y redes sociales				
Estrategia	Táctica	Mes de implementación	Público objetivo	Cantidad presupuestada
Estrategia refuerzo	Campañas publicitarias	Enero	Cliente	\$ 100.00
Total				\$ 100.00
Página Web				
Estrategia	Táctica	Mes de Implementación	Público objetivo	Cantidad presupuestada
Estrategia defensa	Creación de página web	Enero	Cliente	\$ 20.00
Total				\$ 20.00
Imagen corporativa y gráficas				
Estrategia	Táctica	Mes De Implementación	Público Objetivo	Cantidad presupuestada
Estrategia defensa y refuerzo	Fortalecer la marca	Enero	Cliente	\$ 50.00
Total				\$ 50.00
Marketing directo				
Estrategia	Táctica	Mes de Implementación	Público Objetivo	Cantidad Presupuestada
Estrategia de retiro	Capacitaciones	Febrero- Julio	Colaboradores	\$ 100.00
Total				\$ 100.00
Relaciones públicas				
Estrategia	Táctica	Mes de Implementación	Público Objetivo	Cantidad Presupuestada

Estrategia intensiva	Asistir y participar de charlas y seminarios	Enero	Colaboradores	\$ 15.00
Total				\$ 15.00

Investigación				
Estrategia	Táctica	Mes de implementación	Público objetivo	Cantidad
Estrategia	Desarrollo del producto	Diciembre	Cliente	\$ 50.00
refuerzo	Elementos de atraktividad al público	Diciembre	Cliente	\$ 50.00
Total				\$ 100.00

Material adicional				
Estrategia	Táctica	Mes de implementación	Público objetivo	Cantidad presupuestada
Estrategia crecimiento y refuerzo	Elaboración de material técnico	Enero	Cliente	\$ 50.00
	Evaluaciones	Noviembre	Colaboradores	\$ 15.00
	Catálogo de productos	Enero	Cliente	\$ 400
Total				\$ 465.00

3.3.6. CONTROL DEL PLAN DE MARKETING

Se establecen los siguientes elementos de control

- Reuniones periódicas donde se evaluará cada semana lo planificado en el plan de actividades a realizarse.

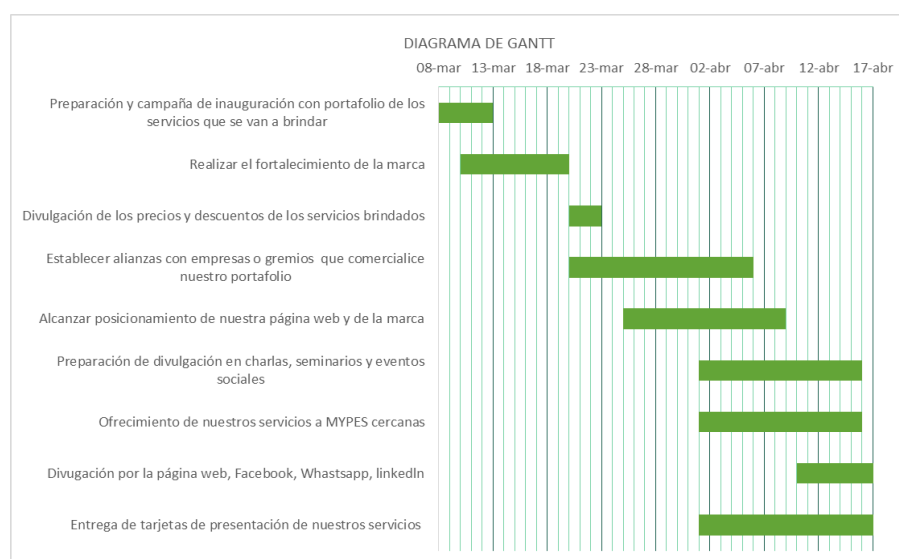
Tabla 14

Reuniones periódicas según diagrama de Gantt

Nombre actividad	Fecha inicio	Duración en días	Fecha fin
Actividades sobre el servicio	08-mar	15	20-mar
Preparación y campaña de inauguración con portafolio de los servicios que se van a brindar	08-mar	5	13-mar
Realizar el fortalecimiento de la marca	10-mar	10	20-mar
Reuniones periodicas semanales	12-mar	2	19-mar
Actividades sobre el producto	20-mar	3	23-mar

Divulgación de los precios y descuentos de los servicios brindados	20-mar	3	23-mar
Reuniones periódicas semanales	22-mar		
Actividades sobre plaza	20-mar	20	08-abr
Establecer alianzas con empresas o gremios que comercialice nuestro portafolio	20-mar	17	06-abr
Alcanzar posicionamiento de nuestra página web y de la marca	25-mar	15	08-abr
Reuniones periódicas semanales	26-mar	2	7-abr
Actividades sobre comunicación	01-abr	30	30-abr
Preparación de divulgación en charlas, seminarios y eventos sociales	01-abr	15	15-abr
Ofrecimiento de nuestros servicios a MYPES cercanas	01-abr	15	15-mar
Divulgación por la página web, Facebook, WhatsApp, LinkedIn	10-abr	10	20-abr
Entrega de tarjetas de presentación de nuestros servicios	01-abr	30	30-abr
Reuniones periódicas semanales	02-abr	4	28-abr

Figura 8
Diagrama de Gantt



- Informes de control donde se evaluará en los meses indicados clientes que se han contactados con la empresa, número de visitas por servicio, posicionamiento de la marca

Tabla 15

Informes de control

Objetivos	Julio 2023	Agosto 2023	Septiembre 2023	Octubre 2023	Noviembre 2023	Diciembre 2023
Contacto de los clientes con la empresa	6	6	6	6	6	6
Número de visitas por servicio (considerando que son 2 personas)	3	3	3	3	3	3
Posicionamiento de la marca	Introducción al mercado	Introducción al mercado	Introducción al mercado	Introducción al mercado	Introducción al mercado	Introducción al mercado

3.3.7. Plan de marketing digital

Tabla 16

Redes sociales de marketing digital a utilizar

Red social: Facebook				
Día	Formato	Team	Tono	Objetivo
Lunes	Post, blog	Contenido de post, blog	informativo	share
	videos	Publicación de videos de la importancia de reclutamiento y selección	Educativo	Dar a conocer la página y generar visitas
Martes				
Miércoles	blog	Artículo del blog	informativo	Share/Comentarios
Jueves	Foto	Una frase motivadora	divertido	Clic enlace post blog
viernes	BLOG	Artículo de blog	informativo	Share/comentarios
Sábado	Compartir noticias del sector	Publicación de videos de la importancia de reclutamiento y selección	Educativo	Dar a conocer la página y generar visitas

Red social: LinkedIn				
Día	Formato	Team	Tono	Objetivo
Lunes	Portada/ Artículo	Personalizar contenido de mi post y las páginas de productos y de empresas ampliar la red de contacto	Informativo	Share/ Visualiza ciones /inbox
Martes	videos	Publicación de videos relacionados a la selección de personal	Educativo	Dar a conocer la página y generar visitas
Miércoles	post	Publicar imágenes o compartir imágenes y fechas especiales	Divertido/ Educativo	Dar a conocer la página y generar visitas
Jueves		Publicar ofertas de empleo	Informativo	Clic en enlace
viernes		Compartir historias de personas famosas del sector	Educativo/ Informativo	Share/ Dar a conocer la página y generar visitas
Sábado	Newsletter	Plataforma de suscripción(consejo s, tips y recomendaciones) para usuarios interesados	informativo	share

Red social: whatsapp					
Día	Formato	Team	Tono	Objetivo	
Lunes	videos	Publicación de videos motivacionales	divertido	share	
Martes	videos	Compartir historias de personas famosas del sector	Educativo	share	
Miércoles	videos	Publicar videos sobre tips recomendaciones	Educativo/ Informativo	Share/ clic en link	
Jueves	imagen	Invitar a eventos de capacitaciones	informativo	Share/ clic en link	

Google Ads: Permite que los anuncios aparezcan cuando alguien busque lo que mi negocio ofrezca

E-mail Marketing: Se va a diseñar y utilizar mails de bienvenida, ya que es un primer paso para establecer un vínculo con nuestros usuarios para: Campañas de envío de E-mails con información de valor al cliente objetivo. Algunas de las herramientas tales como: boletines informativos, piezas publicitarias, entre otros, son contenidos que puedo remitir al cliente objetivo a través de este canal Sin embargo, hay que tratar de no saturar al cliente y enviarle información que sea de interés para nuestro cliente.

3.4. GESTIÓN COMERCIAL

3.4.1. TÉCNICAS DE VENTA Y NEGOCIACIÓN

SPIR: esta técnica parte de una situación específica, luego analiza y plantea la implicación de la situación. Finalmente, se da una solución al problema propuesto.

Figura 9

Método SPIN a utilizar



Servicio post venta: contar con los datos del cliente en la primera consultoría y ofrecerle descuentos en el servicio cada cierto tiempo.

3.4.2. TÉCNICAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE

- Servicio personalizado: cercanía al cliente teniendo reuniones, una línea abierta consultas con personal especializado. Cada servicio va a ser preparado previamente por el personal con los temas a tratar los cuales serán suministrados por la micro o pequeña empresa
- Ofrecer contenido adicional relevante y que se adapte a sus gustos personales, a partir de un newsletter
- Contar con un número de teléfono y redes sociales para que resuelva los problemas del cliente de forma rápida y efectiva.

IV. PLAN OPERATIVO

4.1. DISEÑO Y DESARROLLO DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

Tabla 17

Insumos, materiales y equipos

	Elementos	Cantidad	Precio por unidad	Costo total
a) Insumos	• Papelería	1 MILLAR	S./15.00	S/. 15.00
b) Materiales	• Archivadores	5 unidades	10.00/ cada uno	S./50.00
	• Escritorio	4 unidades	200/cada uno	S./800.00
	• Sillas	6 unidades	100/cada uno	S./600.00
	• Mesa de reunión	1 unidades	300/cada uno	S./300.00
	• Muebles de espera de 3 Cuerpos.	1 unidades	200.0/cada uno	S./200.00
	• Laptops HP	4 unidades	1200.00/ca da uno	4800.00
c) Equipos	• Impresora Canon	4 unidades	180.00	S./720.00
	• Proyector y pantalla de proyección	1 unidad	250.00 /cada uno	S./250.00
	• Extintores de 12 Kilos	1 unidad	120.00/cad a uno	S./120.00
	• Celular	2 unidades	100.00/cad a uno	S./200.00
	d) Presentación			
	• servicio Premium			
	• Servicio Básico			

4.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO

Etapa I INICIACIÓN: en esta etapa se entabla el primer contacto con el cliente se realizará a través de la administración quien estará a cargo de la atención al público en el establecimiento de la empresa, y asignará una cita con el jefe de recursos humanos. Se realizará una reunión o visita con el cliente potencial, y se ofrecerá los servicios que se adapten mejor según sus necesidades y realidades y se establecerá el procedimiento a seguir.

Etapla II decidir plan de acción: En esta etapa a partir del requerimiento (De cada cliente va a depender la profundidad de las acciones a realizarse), se establecerán el cronograma de actividades a seguir:

1. Publicación del puesto vacante en medios recomendados al cliente
fecha de inicio
2. Entrega de cv en nuestras instalaciones
3. Entrevista personal
4. Test psicológico
5. Assessment center
6. Elección del candidato por parte de la consultora
7. Elección del candidato por parte del cliente.
8. Contratación
9. **Inducción**

Etapla III coordinación con el cliente: Se establecerá las actividades para trabajar en conjunto con el cliente. Se aplicará las metodologías que sean necesarias para reclutar al candidato que se requiere para el puesto vacante.

Etapla IV Reclutamiento: En esta etapa se va a reclutar a los candidatos utilizando los medios requeridos por el cliente.

Etapla V Verificación y selección: En esta etapa se selecciona y verifica los CV entregados por los candidatos ya sea virtual o físicamente, luego se realiza las entrevistas personales con los candidatos seleccionados previa cita y se realiza todos los procesos establecidos.

Etapla VI Elección bipartito del candidato: En esta etapa el producto es pre-seleccionar al candidato o candidatos idóneo/s, el cual será realizado en primera instancia por nuestra consultoría.

En segunda instancia se le presentará al cliente las opciones de elegir a que candidato desea contratar.

Etapla VII realización de la inducción: en esta etapa se va a realizar dos tipos de inducción general y específica. Después de haberse realizado el respectivo contrato entre ambas partes (MYPE-colaborador), se le entrega al nuevo colaborador una carta de bienvenida o de recibimiento a nombre de la MYPE.

Luego de ello desarrollaremos lo siguiente:

Recepción y bienvenida por su jefe y la presentación de sus compañeros

Entrega de un folleto donde incluye toda la información relevante (actividad empresarial, políticas empresariales, normas internas, valores y estructura organizacional) de la empresa realizada de manera amena, sencilla y dinámica

Presentación de video del negocio donde se presentará la historia y los objetivos del negocio y la cultura organizacional.

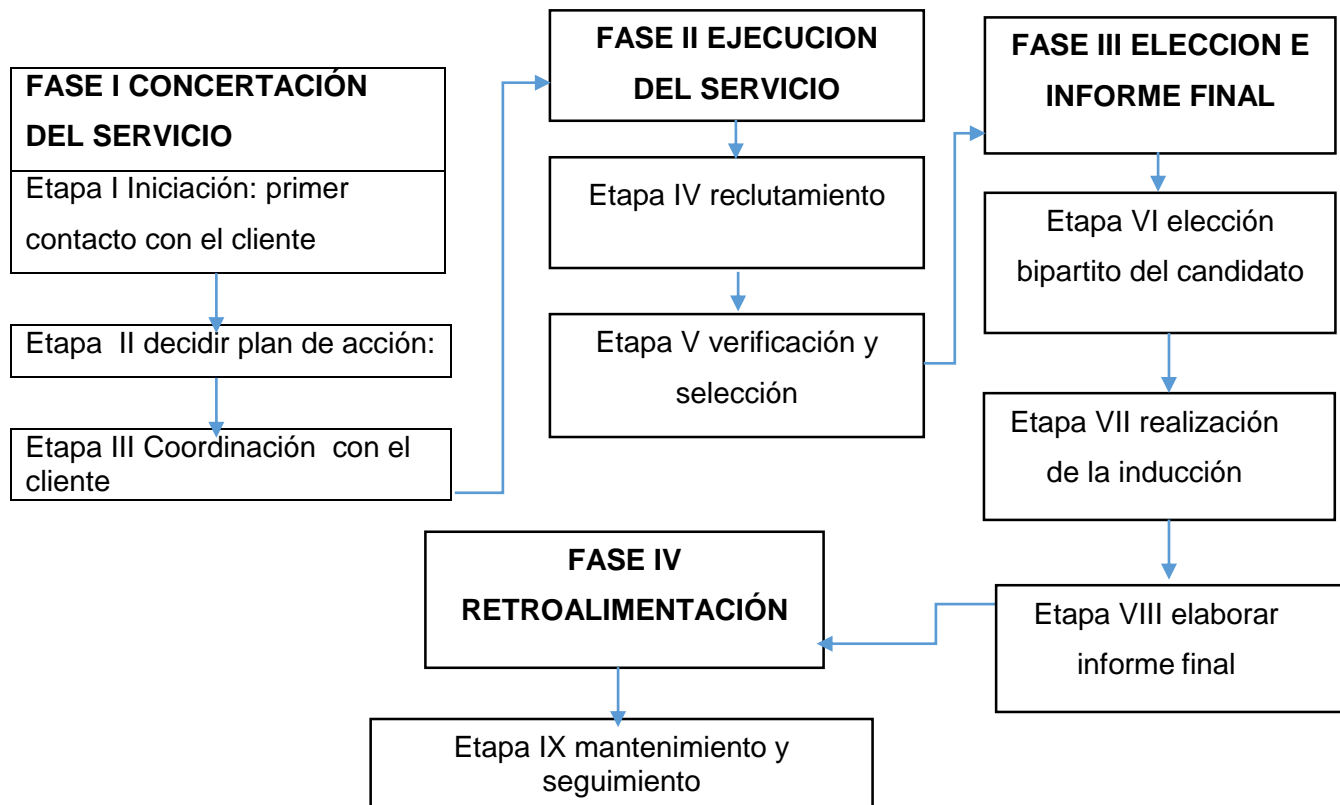
Información específica de las funciones de su puesto de trabajo.

Etapas VIII Elaborar informe final: Se revisan los resultados, se corrigen los errores y se hará la presentación de un informe final para exponer las sugerencias hechas al cliente, el objetivo es evaluar las acciones realizadas.

Etapas IX Mantenimiento y seguimiento: En esta etapa dependerá de los resultados y del acuerdo al que se llegó con el cliente. Se garantiza la adaptación del candidato a la nueva organización y su permanencia en el tiempo dando excelentes resultados asegurando el respaldo al micro y pequeño empresario ante sus dudas.

Figura 10

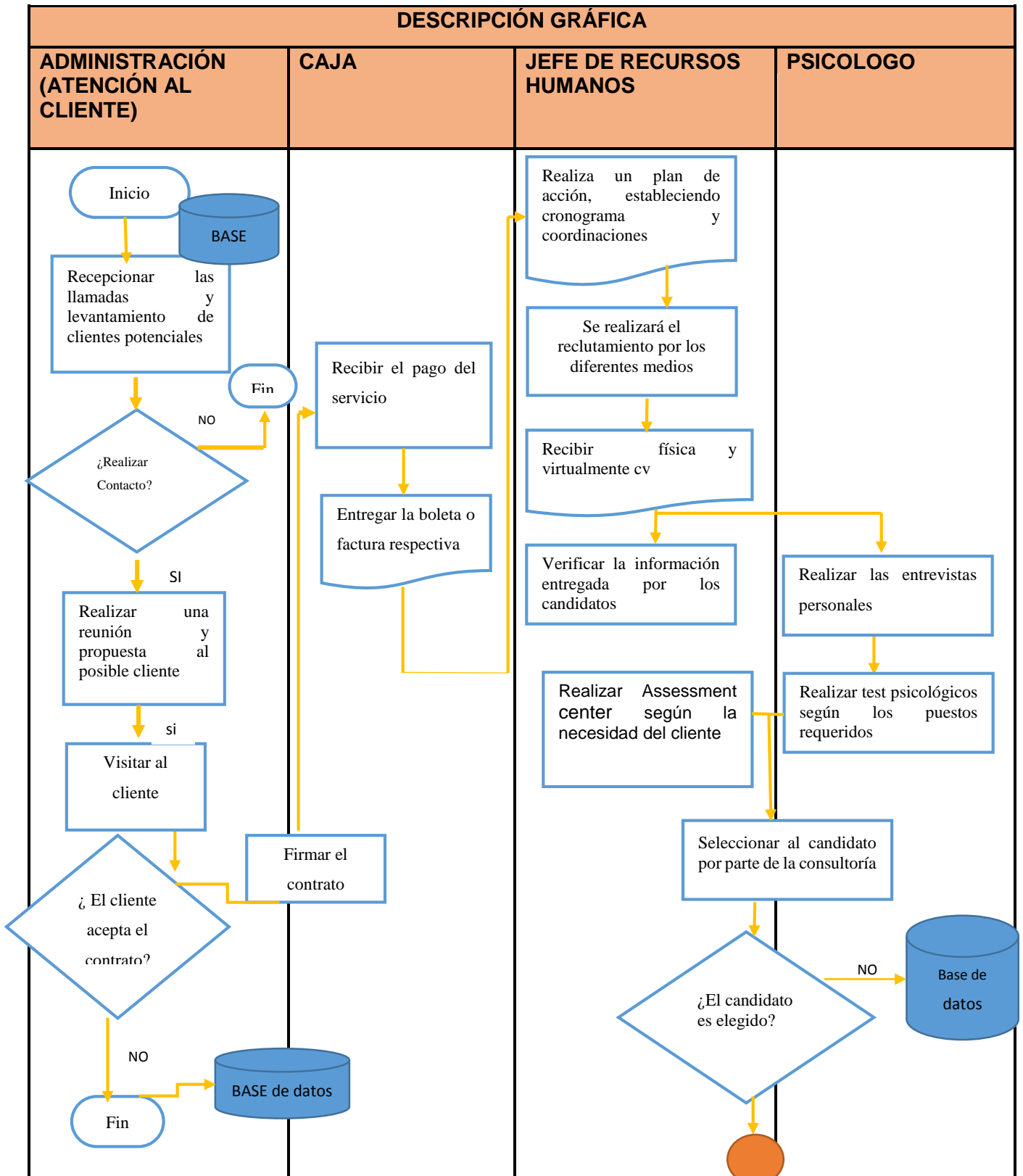
Estrategia de operaciones



4.3. DISEÑO Y FLUJOGRAMAS DE PROCESO

Figura 11

Flujograma del proceso



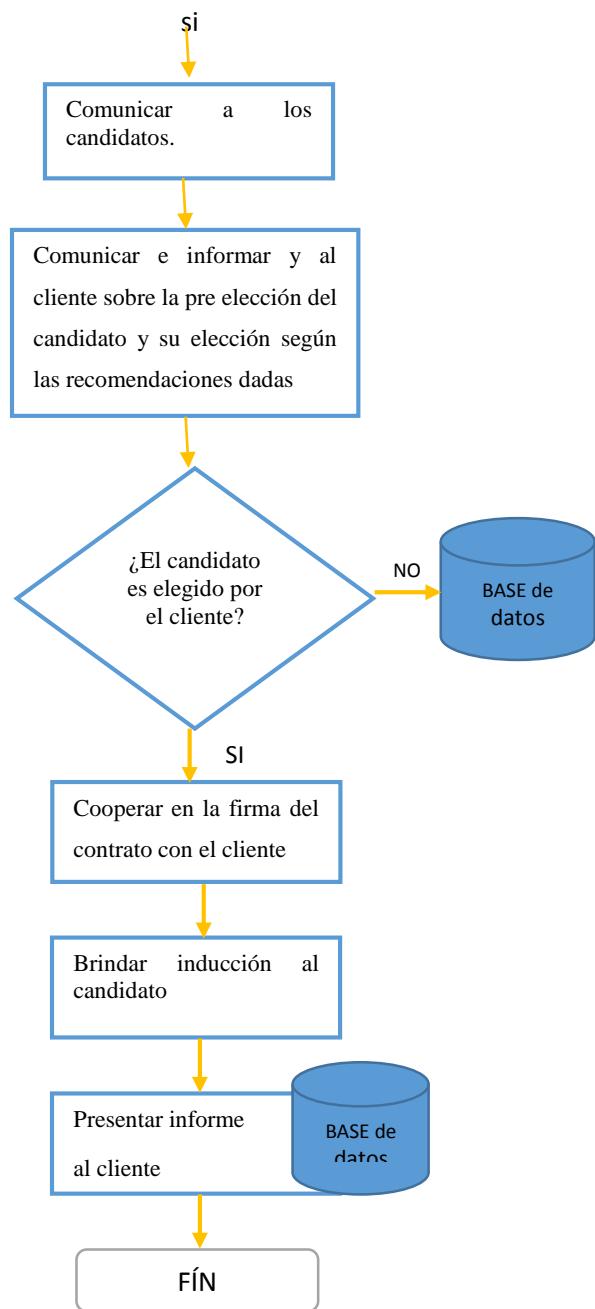
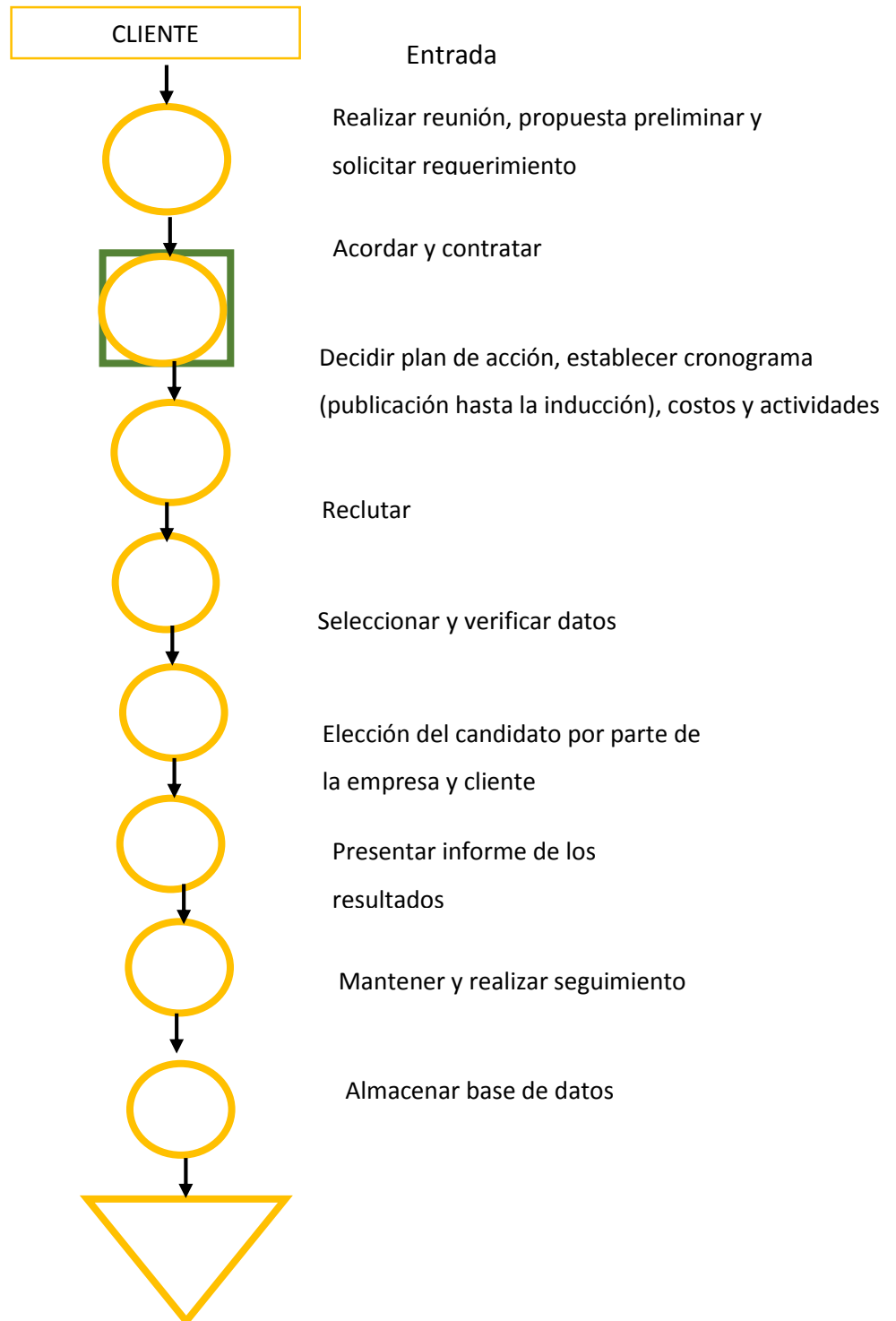


Figura 12

Diagrama de operaciones



4.4. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

La capacidad de producción para el primer mes se establece con el personal contratado determinando así

Tabla 18

Capacidad de producción

Total de proyección de la demanda			
Años	Año 1	Año 2	Año 3
Tasa de crecimiento anual esperada por el proyecto	0%	30%	50%
Alcance(personas)	34	45	67
Proyeccion de la demanda	34	45	67

Proyección de la demanda - servicio PREMIUM				80%
AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	
Proyección de demanda	27	36	53	
Consumo promedio(unid anual)	262	262	262	
Proyeccion de la demanda (unidades)	289	298	315	

Proyección de la demanda-servicio BÁSICO				20%
Años	Año 1	Año 2	Año 3	
Proyección de demanda	7	9	13	
Consumo promedio(unid anual)	66	66	66	
Proyeccion de la demanda (unidades)	72	74	79	

4.5. APROVISIONAMIENTO Y LOGÍSTICA

La política de inventario definida por este negocio de consultoría es la de tener bajo inventario, decisión que reduce los costos financieros, los costos de almacenamiento y los costos por riesgo o fallo, estos últimos que pueden obedecer a las pérdidas, deterioros, obsolescencia, vencimiento, averías entre otros.

Los insumos y materiales serán solicitados anticipadamente, estos serán recibidos, previamente será verificados antes de ser incluidos en el proceso.

4.5.1. NEGOCIACIÓN CON EL PROVEEDOR

Nuestros proveedores serán socios estratégicos de nuestra empresa, deben ser flexibles, deben tener experiencia, eficiencia, el precio se negociará bajo un contrato para reducir la incertidumbre también tendremos en cuenta el tiempo. Se evaluará anualmente según índice de eficiencia y calidad

4.5.2. ATENCIÓN AL CLIENTE

La atención al cliente se dará de manera eficaz según la fecha programa, como también se atenderán los servicios con un tiempo de anticipación.

4.6. DISTRIBUCIÓN DE PLANTA O DEL ÁREA DE TRABAJO

Figura 13

LAYOUT

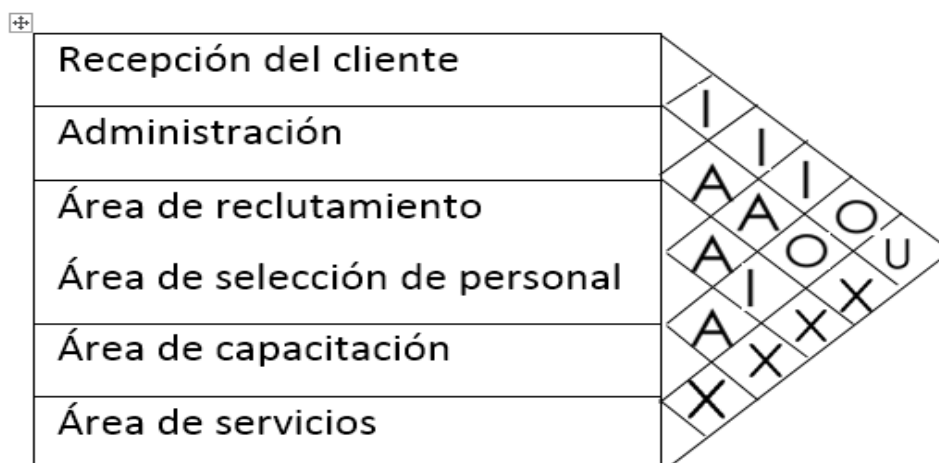
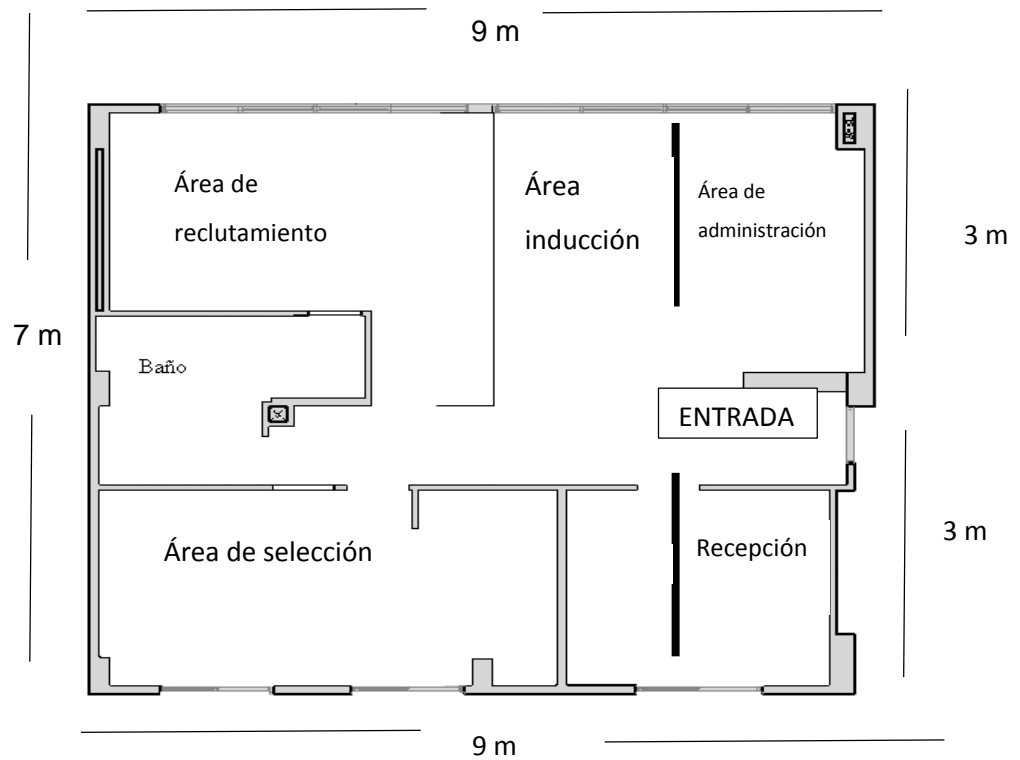


Figura 14

Área de trabajo distribuido



Esta distribución es de tipo: de posición fija ya que lleva a una ubicación central de todos los recursos necesarios para crear el servicio.

Es muy ventajoso porque hay una relación de proximidad entre una actividad y área de trabajo.

4.7. PLAN DE OPERACIONES

4.7.1. DISEÑO DEL SERVICIO

Atención al cliente:

- Confiabilidad en la calidad del servicio, adecuándonos y superando las expectativas que tiene el cliente.
- Puntualidad y capacidad de respuesta oportuna en el que necesite el cliente.

- Cercanía al cliente, esto se evidencia con el acompañamiento de los consultores, reuniones programadas, consultas abiertas, entre otros
- Buen trato, empatía cordialidad y sensibilidad hacia los problemas y expectativas
- Precios: se establecerá de acuerdo a la oferta del mercado y el tiempo que se estime necesario para desarrollar el servicio entre s/. 201 y s/. 250 dependiendo de la complejidad de la asesoría.

Tabla 19

Categoría del servicio

Servicio	Contenido	Precio
Servicio Premium	Reclutamiento, selección e inducción	250
Servicio básico	Reclutamiento / Selección	201

- Tiempo: está determinado por el alcance del trabajo y urgencias del cliente y las fechas en que se entregarán

Tabla 20

Fases y tiempo del servicio

Fases	Tiempo estimado por consultoría
Concertación del servicio	2
Diagnostico	4
Ejecución del servicio	15
Elección e informe final	2
Retroalimentación	2
Total en días	25 días

4.7.2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Los servicios que ofrecemos en la consultoría COREYSE E.I.R.L son lo siguiente:

Reclutamiento: esto corresponde a que se va reclutar a los candidatos en fuentes específicas utilizando los medios requeridos por el cliente como el uso de correo electrónico, referenciados, base de datos propias, redes sociales).

Validación de datos: una vez reclutado un número de hojas de vida y currículo vitae de acuerdo a los perfiles requeridos se hace contacto telefónico para actualizar y confirmar la información recibida de los posibles candidatos.

Entrevista individual por competencias: estas entrevistas se basará en las competencias utilizando documentos como el análisis y descripción de puestos MAPRO, MOF definidas por la organización de no existir se implementará.

Entrevista grupal o assessment center: estos se requerirá para evaluar cargos de gerencia con alto impacto

Pruebas psicotécnicas: son complementarias con el respaldo del servicio de la empresa Psicosmart, para Consultoría de selección de talento humano E.I.R.L., permite dar una perspectiva objetiva de los candidatos durante el proceso de evaluación. Entre estos tenemos:

Tabla 21

Pruebas psicotécnicas

Pruebas	Mide	A nivel
TMN-M	Inteligencia	Ejecutivos/jefes/empleados
KSTK	personalidad	Ejecutivos/empleados
VENTAS	Personalidad en ventas	Ejecutivos /operativo
CLVR	comportamiento	ejecutivos/operativos
DMNS	inteligencia	ejecutivos/operativo
VAL-ZVC	Valores personales e intereses	Ejecutivos/empleados/operario
LIF	Comportamiento	Directivos/gerentes/mandos/medios

Nota. Adaptado de <https://www.psicosmart.net/>

- Informe del candidato: se brinda un informe general de cargo
- Seguimiento del candidato durante el periodo de prueba, la empresa da la garantía de apoyar de manera directa el proceso de inducción a la organización del nuevo colaborador.

V. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

5.1. DISEÑO DEL CONTEXTO DE RECURSOS HUMANOS Y ESTRATEGIA DE RECURSOS HUMANOS

- Estrategia de reclutamiento.
- Estrategia de selección.
- Estrategia de contratación de personal
- Estrategia de capacitación
- Estrategia de inducción
- Estrategia de evaluación de personal

5.2. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE RECURSOS HUMANOS: ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

- Estrategia de motivación

Para tener colaboradores satisfechos que conlleven como resultado una buena productividad es importante conocer las motivaciones intrínsecas. Para motivar, mantener y retener colaboradores este negocio aplicará la motivación intrínseca.

Dentro de la motivación intrínseca desarrollaremos un ambiente laboral agradable, establecer reconocimiento, incentivos emocionales como certificados o tarjetas de felicitaciones, también se desarrollará su crecimiento profesional, se le brindará capacitaciones para generar compromiso y estar motivado con la organización.

Dentro de las motivaciones extrínsecas se establecerá incentivos como bonos.

Es importante resaltar que se dará más énfasis a las motivaciones intrínsecas porque estas son más duraderas en el tiempo y se desea una estimulación de manera interna

- Estrategia de desarrollo del personal

Los colaboradores requieren potenciar sus capacidades y desarrollarse profesionalmente en su carrera futura. Es necesario que adquieran nuevas habilidades y aptitudes esto incluirá la rotación de cargos, capacitación entrenamiento fuera de la empresa, participación en curso y seminarios externos.

5.3. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE RECURSOS HUMANOS: MODELOS Y FACTORES

La estructura de este negocio a aplicar será matricial ya que dependerá que los equipos de varios líderes. Las ventajas que tiene el uso de este organigrama es que va a influir en el libre flujo de la información (se puede informar el progreso de un servicio entre líderes), capacitación para los líderes de cada equipo (es un desafío para cada líder y permite que se capaciten para ampliar sus conocimientos , se va a utilizar eficientemente los recursos, se incluirán en los equipos a los especialistas de otro área reduciendo costos y tiempo, se va a garantizar los objetivos del negocio cuando se les brinda apoyo a los equipos de parte de la alta dirección haciendo que este objetivo sea **prioritario**.

5.4. INCORPORACIÓN A LAS PERSONAS Y PROCESOS DE ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL

Las personas son lo más importante de la organización por ello tendremos en cuenta las principales técnicas de la administración de personal:

- Análisis y evaluación puestos donde se realizará el estudio de los puestos de trabajo.
- Requisición y reclutamiento.- Para ello tendremos en cuenta:
 - Reclutamiento interno: utilizaremos referencia directa ya que es importante el desarrollo de personal y nos permite ahorrar tiempo en el proceso de inducción y la cultura organizacional.
 - Reclutamiento externo.-Tendremos en cuenta las herramientas digitales como el LinkedIn, whatsApp, Facebook entre otros.
- Selección: utilizaremos nuestras herramientas de acuerdo al puesto vacante, entre los cuales tenemos el currículum vitae, entrevista personal, assessment center, pruebas psicotécnicas.
- Contratación: En este proceso se firmará un contrato laboral a tiempo indeterminado.
- Inducción: Facilitar la incorporación de un nuevo personal a un puesto de la organización es un proceso que debe estar debidamente definido.
 - Por ello tomaremos en cuenta la inducción general e inducción específica
 - Después de haberse realizado e respectivo contrato se le entrega al nuevo colaborador una carta de bienvenida o de recibimiento.
 - Luego de ello desarrollaremos lo siguiente:
 - Recepción y bienvenida por su jefe y la presentación de sus compañeros

Entrega de un folleto donde incluye toda la información relevante (actividad empresarial, políticas empresariales, normas internas, valores y estructura organizacional) de la empresa realizada de manera amena, sencilla y dinámica

Presentación de video del negocio donde se presentará la historia y los objetivos del negocio y la cultura organizacional.

Información específica de las funciones de su puesto de trabajo como contraseñas y materiales de oficina, manual de organizaciones y funciones.

Accesibilidad a la intranet y redes sociales de la organización

- Capacitación: En este negocio reconocemos que el capital humano es el activo más importante de la organización y se preocupa por contar con profesionales altamente capacitados y preparados para asumir los retos que tienen constantemente en sus labores por ello se realizará las capacitaciones teniendo en cuenta las necesidades de las distintas áreas, utilizaremos la evaluación para conocer las falencias existentes en el desempeño del personal con el propósito de mejorar y reforzar las competencias. Al término de cada capacitación se realizará una evaluación para medir el impacto. La capacitación por competencias es la que desarrollaremos en este negocio

Para ello se realizará lo siguiente:

- a. Diseño de competencias laborales: responderá a la pregunta ¿Qué es lo que sabe hacer el trabajador?
- b. Diseño de indicadores de desempeño: ¿Qué debe aprender a hacer el trabajador para desarrollar la competencia?
- c. Diseño de niveles de desempeño: ¿Qué tan bien lo hace? ¿Qué tan efectivo es el trabajo que realiza?
- d. Crear situación didáctica: son escenarios de aprendizaje, intervenciones diseñadas por el mediador (capacitador) para incidir en el aprendizaje, pueden ser juegos, dinámicas grupales, caso, etc.
- e. Crear conflicto cognitivo: está incluido en una situación didáctica. Puede ser pregunta, reto, una consigna, una necesidad, un logro de incentivo, etc.
- f. Diseño de secuencia didáctica: son una serie de actividades que logran la competencia y resuelven el conflicto cognitivo de las situación

- g. Crear plan de evaluación: es la propuesta de acciones para evaluar objetivamente el proceso de capacitación, esto incluye:
 - h. Productos a entregar, instrumentos utilizados para evaluar y herramientas utilizadas para evaluar al inicio, durante el proceso y al final
 - i. crear instrumentos y herramientas: los instrumentos son elementos que realiza y produce el participante, como las tareas, cumplimiento de reglas y participaciones en el proceso. Las herramientas son elementos que diseña el mediador esas pueden ser cuestionarios, explicaciones y rubricas.
 - j. Diseño de rúbricas son herramientas que establecen criterios de evaluación y a la vez que desarrolla habilidades metacognitivas (evaluar los propios procesos mentales para incidir en el aprendizaje
 - k. Generar reportes de evaluación: permite la retroalimentación ya que describe el nivel de desempeño y logro obtenido²
- Evaluación de personal: Se aplicará una evaluación basados en competencias donde el colaborador demuestre que es competente por medio de esta evaluación, esto nos servirá como instrumento para la promoción de su puesto de trabajo

² <https://www.youtube.com/watch?v=DSfj-aT1WiU>

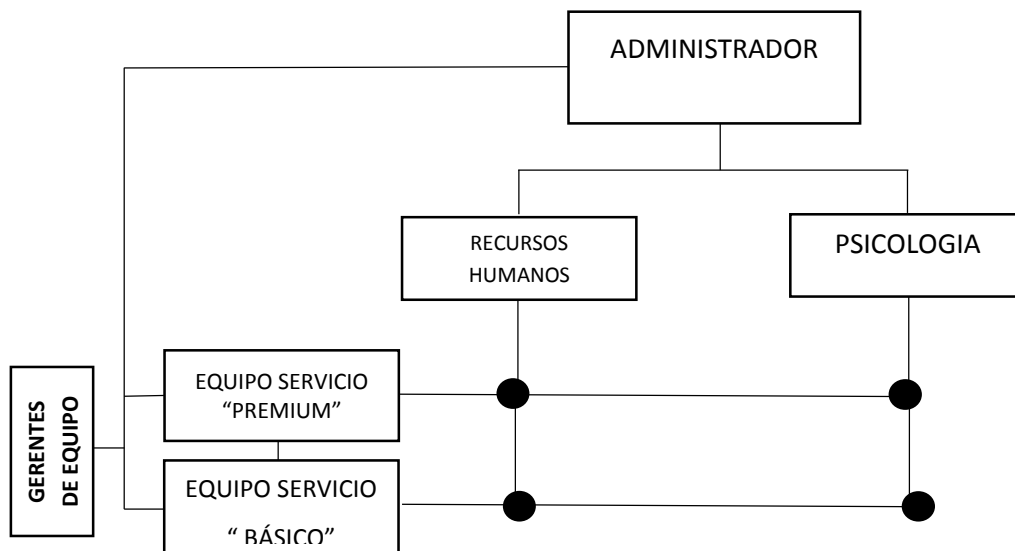
5.5. MODELADO DEL TRABAJO

El estilo de liderazgo que se aplicará en este negocio es liderazgo transformacional.

5.6. ORGANIGRAMA Y ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN

Figura 15

Organigrama matricial



La representación gráfica que se utilizará en este negocio será el de organigrama matricial ya que son fáciles de comprender, indica de forma objetiva los equipos del personal que existirán

Este organigrama consta de 3 puestos los cuales cumplirán funciones esenciales propias de este negocio así como las funciones básicas por ser un negocio que se está aperturando.

5.7.DESCRIPCIÓN DE PUESTOS, ANÁLISIS Y MECANISMOS DE DEFINICIÓN DE LOS MISMOS.

5.7.1. ADMINISTRADOR

Tabla 22

Descripción de puestos de administración

Identificación del puesto

Nombre del Administración

cargo:

Funciones generales

Es el área encargada de liderar la gestión estratégica, dirigiendo y coordinando a las distintas áreas para asegurar la rentabilidad, competitividad, continuidad y sustentabilidad de la empresa, cumpliendo con los lineamientos estratégicos del directorio y las normativas y reglamentos vigentes.

Funciones específicas

- Liderar la gestión estratégica.
- Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
- Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.
- Liderar la formulación y aplicación del plan de negocios
- Alinear a las distintas Gerencias.
- Definir políticas generales de administración.
- Dirigir y controlar el desempeño de las áreas.
- Presentar al Directorio estados de situación e información de las marcha de la empresa.
- Representar a la empresa.
- Establecer estrategias en cuanto a comercialización de productos.
- Diseñar planes de marketing para la promoción de productos y darle seguimiento.
- Elaborar el material promocional.
- Identificar y selección del mercado.
- Realizar propuestas de nuevos programas que puedan realzar la imagen de la empresa en el mercado local.

- Coordinar y dirigir los eventos sociales y culturales en los que participe la empresa.
- Elaborar los comunicados internos importantes para los colaboradores de la empresa.
- Coordinar y promover visitas de Clientes y de Potenciales Clientes a las instalaciones de la empresa, fortaleciendo el vínculo con ellos.
- Desarrollar programas de participación de responsabilidad social dentro de la comunidad.
- Recibir el pago total en efectivo, cheque, tarjetas de crédito o débito y procesar las transacciones del punto de venta de una manera eficiente, precisa y amigable.
- Entregar el cambio al cliente, si fuese el caso, al igual que la factura de que ha recibido el servicio.
- Otras actividades competentes a su puesto.

Coordinaciones principales

INTERNA: No tiene

EXTERNA:

Formación Académica

Técnico en administración o afines

Conocimiento

- Conocimiento en administración empresarial, administrativa y manejo de recursos físicos, humanos y económicos.

Experiencia

Mínima de 1 año en el puesto y puestos similares.

Habilidades o competencias

- **Desarrollo de equipo:** proporciona medios para desarrollar una “identidad grupal” que potencia el compromiso y la implicación de los miembros entre sí, en relación con la tarea y otros objetivos
- **Liderazgo:** capacidad de delegar responsabilidad y autoridad en sus colaboradores, de acuerdo con las necesidades del trabajo.
- **Orientación al logro:** habilidad para evaluar los resultados obtenidos o por obtener y encausar hacia los objetivos deseados.
- **Relaciones públicas:** comportamiento adecuado en el trabajo con sus supervisores, compañeros, usuarios y visitantes. Considere cortesía, tacto y control de emociones.

- **Pensamiento estratégico:** tiene la capacidad de separar sistemáticamente problemas situaciones o procesos complejos en sus componentes, y de establecer lógicamente relaciones de causa y efecto entre ellas.
- Implica ser capaz de comparar, relacionar y priorizar las partes identificadas.
- **Dinamismo:** habilidad para trabajar arduamente en situaciones exigentes y cambiantes, que cambian a corto plazo, en jornadas de trabajo prolongadas sin que esto se vea afectado su nivel de actividad.
- **Creativo:** facilidad para aportar nuevas ideas, destinadas a mejorar el trabajo.
- **Discreción y tacto:** aptitud reservada para actuar o para guardar datos importantes y confidenciales para la organización sin repetir más que cuanto sea necesario

Nivel intermedio

- Habilidades interpersonales: comportamiento adecuado en el trabajo con sus supervisores, compañeros, usuarios y visitantes. Considere cortesía, tacto y control de emociones.
 - Comunicación: habilidad para intercambiar en forma eficaz y permanente, mensajes relativos a los intereses de la organización con otros colaboradores y clientes internos y externos.
 - Toma de decisiones: forma como resuelve los problemas cotidianos, escogiendo la alternativa correcta.
 - Planificación: capacidad de programar de forma oportuna, las estrategias de trabajo a ejecutar en tiempo presente y futuro.
 - Trabajo bajo presión: capacidad de trabajar con rapidez de modo efectivo y con ausencia de errores.
 - Tolerancia al estrés: Mantenimiento firme del carácter bajo presión y/o oposición. Se traduce en respuestas controladas en situaciones de estrés.
-

5.7.2. JEFE DE RECURSOS HUMANOS

Tabla 23

Descripción de puestos de Jefe de Recursos Humanos

Identificación del puesto	
Nombre del	Jefe de Recursos Humanos
cargo:	
Funciones generales	
Dirigir y ejecutar en el Área de Recursos Humanos de la empresa y el cliente, crear políticas para mejorar los aspectos del personal; enfocando la eficacia, satisfacción del personal y rentabilidad de la empresa.	
Funciones específicas	
<ul style="list-style-type: none">• Liderar las decisiones del área de Recursos Humanos.• Crear e implementar políticas que mejoren y promuevan el mejoramiento constante del clima laboral de la empresa.• Crear los lineamientos de Desarrollo de Talento del Personal de la Empresa.• Realizar los reclutamientos, capacitaciones y entrenamiento del equipo Gerencial de la Empresa.• Realizar asesorías a los clientes de las micro y pequeñas empresas.• Diagnosticar los problemas del cliente para definir• Solucionar y establecer un plan de acción para evaluar las alternativas y decidir qué acciones son las más convenientes• Implementar las acciones establecidas con el cliente.	
Coordinación principales	
Interna:	Administración y Psicología
Formación académica	
Estudios técnicos o profesionales en Relaciones Industriales y carreras afines.	
Conocimiento	
En Gestión de talentos, Gestión de Recursos Humanos Administración de personal Remuneraciones y Beneficios sociales	
Experiencia	
1 año en el puesto de recursos humanos	
Habilidades o competencias	
Nivel intermedio e inicial	

- **Colaboración:** capacidad de trabajar en forma efectiva con otras personas para alcanzar un objetivo en común.
- **Dinamismo:** habilidad para trabajar arduamente en situaciones exigentes y cambiantes, que cambian a corto plazo, en jornadas de trabajo prolongadas sin que esto se vea afectado su nivel de actividad.
- **Empowerment:** Proporciona dirección y define autoridades.
- **Liderazgo:** capacidad de delegar responsabilidad y autoridad en sus colaboradores, de acuerdo con las necesidades del trabajo.
- **Capacidad de análisis:** capacidad de separar sistemáticamente problemas situaciones o proceso complejos en sus partes componentes y establecer lógicamente relaciones de causa y efecto entre ellas.
- **Orientación al logro de objetivos:** habilidad para evaluar los resultados obtenidos o por obtener y encausar hacia los objetivos deseados.
- **Resolución de conflictos:** capacidad para hacer frente a los conflictos, lo que implica la estimulación, regulación y resolución de los conflictos producidos entre los colaboradores y la organización.

5.7.3. Psicólogo

Tabla 24

Descripción de puestos de Psicología

Identificación del puesto

Nombre del cargo: Psicólogo

Funciones generales

Encargados de brindar, realizar asesoría y ejecutar el plan de acción con competencias gerenciales, alto grado de análisis y servicio al cliente, en cuanto a las pruebas que se requieren para realizar el proceso de reclutamiento y selección de personal según las necesidades del cliente.

Funciones específicas

- Asesorar en procesos de Selección a los clientes que solicitan nuestro servicio
- Realizar la consultoría de los procesos de Selección según las pruebas y metodologías existentes
- Ejecutar las acciones establecidas en el plan de acción
- Realizar informes de los resultados al término de cada consultoría.

Coordinación principales

Interna: Administración

Formación académica

Profesional en Psicología

Conocimiento

- Conocimiento en psicología organizacional y conocimiento en Teoría y técnica de la entrevista, evaluación psicológica (pruebas psicométricas)
- proyectivas), bases para introducción en crisis pruebas psicológicas o test para selección de personal
- Conocimiento en Word, Excel y Power Point básico

Experiencia

2 años de experiencia en evaluación de colaboradores.

Habilidades o competencias

- **Trabajo en equipo:** Implica la capacidad de colaborar y cooperar con los demás, de formar parte de un grupo y de trabajar juntos en pro de un objetivo común.
- **Escucha activa:** Es la capacidad de observar para comprender la coherencia entre lo que la persona está verbalizando y su lenguaje corporal. Es focalizar la atención en el otro, de modo de empatizar con su situación, haciéndolo sentir contenido emocionalmente
- **Capacidad de análisis:** capacidad de separar sistemáticamente problemas situaciones o proceso complejos en sus partes componentes y establecer lógicamente relaciones de causa y efecto entre ellas.
- **Ética:** obrar consecuentemente con los valores morales y buenas costumbres y prácticas profesionales respetando las políticas organizacionales.
- **Proactivo:** Es la predisposición a actuar proactivamente y a pensar no sólo en lo que hay que hacer en el futuro. Implica marcar el rumbo mediante acciones concretas
- **Habilidades interpersonales:** comportamiento adecuado en el trabajo con sus supervisores, compañeros, usuarios y visitantes. Considere cortesía, tacto y control de emociones.

- **Comunicación:** habilidad para intercambiar en forma eficaz y permanente, mensajes relativos a los intereses de la organización con otros colaboradores y clientes internos y externos.

5.7.4. Contador

Identificación del puesto

Nombre del cargo: Contador

Funciones generales

Realizar la contabilidad de la empresa con las herramientas contables para la toma de decisiones.

Funciones específicas

- Realizar el pago oportuno de los servicios, compras, contratos, financiamientos adquiridos por la empresa para mantener la continuidad operativa de la empresa para evitar sanciones.
- Registrar contablemente todos los movimientos operativos de la empresa Para presentar información financiera confiable de la misma.
- Calcular el impuesto, descuentos y cuotas según legislación laboral para cumplir oportunamente.
- Resguardar y administrar la caja chica de la empresa para responder rápidamente a las necesidades de la empresa. Asesorar en procesos de Selección a los clientes que solicitan nuestro

Coordinación principales

Interna: Administración

Formación académica

Profesional en contabilidad

Conocimiento

- Manejo Contabilidad general.
- Manejo de impuestos, presupuestos y costo

Experiencia

2 años de experiencia en evaluación de colaboradores.

Habilidades o competencias

- **Habilidad numérica:** facilidad para interpretar, calcular y demostrar soluciones matemáticas.
 - **Capacidad de análisis:** capacidad de separar sistemáticamente problemas situaciones o proceso complejos en sus partes componentes y establecer lógicamente relaciones de causa y efecto entre ellas
-

VI. PLAN FINANCIERO

6.1. ANÁLISIS DE COSTOS

6.1.1. CUADRO DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES, COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS

Este cuadro muestra los costos específicos de este plan de negocios

Tabla 25

Costos fijos y variables

Rubro	Valor unitario	Unidades requeridas	Unidad métrica	Costo Total		1,12941 4,62823
				FIJO S/2,449	Variable S/2,679 S/2,649	
Costos directo						
Materia prima						
Pruebas psicotécnicas (PSICOSMART)	S/45000	1			S/45000	
Mano de obra directa						
Jefe de Recursos Humanos	S/1,099	1			S/1,099	
Psicólogo	S/1,099	1			S/1,099	2,19882
Costos indirectos				S/2,479		
Costos indirectos de fabricación						
Alquiler	S/500	1		S/0		
Mantenimiento de local internet	S/30	1			S/3000	
	S/100	1		S/100		
Servicio(luz, agua, telefono, internet)	S/100	1		S/100		23000
Gastos de administración						
Sueldo de personal				S/1,099		
Administrador	S/1,099	1	Personal	S/1,099		
Gastos de ventas				S/850		
Publicidad	S/850	1		S/850		
Costo total				S/4,62823		

6.1.2. CUADRO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS Y GASTOS DE VENTA.

Se detalla a continuación los gastos

Tabla 26

Gastos administrativos y de venta

Gastos de administración				
Sueldo de personal				S/1,099
Administrador	S/1,099	1	Personal	S/1,099
Gastos de ventas				S/850
Publicidad	S/850	1		S/850

6.1.3. CUADRO DE PAGO DE IMPUESTOS

Como negocio formal cumpliremos en pagar nuestros impuestos como se demuestra en este cuadro

Tabla 27

Pago de impuestos

Cuadro IGV	AÑO 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
IGV ventas		1,557	1,556	1,541	1,528	1,528	1,522	1,530	1,522	1,522	1,522	1,522	1,557
IGV compras	2,821	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81
IGV Administ.		36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
IGV gastos ventas		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18
Total crédito/ débito fiscal	-	1,440	1,439	1,424	1,411	1,411	1,405	1,413	1,405	1,405	1,405	1,405	1,422
Neto a pagar periodo	2,821	-	59	1,483	2,894	4,305	1,405	1,413	1,405	1,405	1,405	1,405	1,422

6.2. PRESUPUESTO

6.2.1. PRESUPUESTO DE INGRESOS

Tabla 28

Ingresos

Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Servicio Premium	S/6,641	S/6,635	S/6,551	S/6,479	S/6,479	S/6,443	S/6,491	S/6,443	S/6,443	S/6,443	S/6,443	S/6,641
Servicio básico	S/2,012	S/2,012	S/2,012	S/2,012	S/2,012	S/2,012	S/2,012	S/2,012	S/2,012	S/2,012	S/2,012	S/2,012
Total	S/8,391	S/8,385	S/8,305	S/8,236	S/8,236	S/8,202	S/8,248	S/8,202	S/8,202	S/8,202	S/8,202	S/8,391

6.2.2. PRESUPUESTO DE VENTAS.

Tabla 29

Ventas

	Año 1	Año 2	Año 3
Cantidad	312	318	328
Valor Unitario	25042	25042	25042
Cantidad	120	122	126
Valor Unitario	20115	20115	20115
Total	102,26865	104,31402	107,44344

6.2.3. PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN

En este presupuesto se determina la cantidad de consultorías a realizarse durante el año

Tabla 30

Producción

CONCEPTO	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Servicio Premium	27	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	27	312
Servicio Básico	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	120
Total	34	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	37	432

6.2.4. PRESUPUESTO DE COSTO DE VENTAS.

Tabla 31

Costos de ventas

Año	Servicio PREMIUM	Servicio BÁSICO
Año 1	312	120
Año 2	318	122
Año 3	328	126
	Servicio PREMIUM	Servicio BÁSICO
Costo	17452	18645
Precio	23909	20509

6.2.5. PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS.

Tabla 32

Gastos administrativos y ventas

PRESUP. G. ADM. Y VENTAS	Valor unitario	Unidades requeridas	Unidad métrica	Total	Totales
Administrador	S/1,099	1	Personal	S/1,099	
contador		S/500	1	500	S/1599
Publicidad y marketing	S/850	1	Personal	S/850	S/2,449

6.2.6. PRESUPUESTO DE INVERSIONES

En este cuadro se muestra el total de **S/21,706.60** de inversión para iniciar este negocio

Tabla 33

Inversiones

Total activo fijo	S/8,44000
Total intangible	S/1,20000
Capital trabajo	S/12,066.60
Total	S/21,706.60

A continuación se muestra la respectiva fuente de financiamiento que se necesitará

Tabla 34

Fuentes de financiamiento

Fuentes de financiamiento	Monto(S/)	Participación
Aporte propio	S/13,706.60	63%
Financiamiento .(Caja SULLANA)	S/8,000.00	37%
Total	S/21,706.60	100%

6.2.7. PRESUPUESTO DE TRIBUTOS (IGV).

Tabla 35

IGV anual

Cuadro IGV	Año 1	Año 2	Año 3
IGV ventas	18,408	18,777	19,340
IGV compras	14,810	15,106	15,559
IGV Administ.	1,512	1,512	1,512
IGV gastos ventas	1,836	1,836	1,836
Total débito fiscal	251	323	433

Tabla 36

Escudo fiscal

	Año 1	Año 2	Año 3
Imp renta sin deuda	9,835	11,877	11,534
Imp renta con deuda	3,158	4,026	3,910
Escudo fiscal	6,677	7,851	7,624

6.3. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es de 49 servicios es decir, se necesitan realizar 49 servicios de la consultoría por tanto a partir de la venta de 49 se estaría empezando a generar utilidades, mientras que la venta de 48 o de un número menor significaría pérdidas. Esto se puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 37

Punto de equilibrio

	Servicio PREMIUN	Servicio BÁSICO	
Precio de venta unitario	250	201	
Costo Variable	193	183	
Margen de contribución	57	18	
Porcentaje de participación utilitario	80%	20%	
Margen de contribución ponderado	46	4	50
P.E= CF/MCP		49	

DETALLE DE LA INVERSIÓN

En este cuadro se observa el préstamo de \$/8000.00 a realizar así como el interés de 255 cada mes, que se pagará durante un año.

Tabla 38

Préstamo para la inversión- Caja Sullana

Meses	Saldo de deuda	Cuota	Interés	Amortización	Interés acumulado
					255
					493
1	8,000	812	255	557	712
2	8,000	812	255	557	912
3	8,000	812	255	557	1,093
4	8,000	812	255	557	1,253
5	8,000	812	255	557	1,393
6	8,000	812	255	557	1,511
7	8,000	812	255	557	1,607
8	8,000	812	255	557	1,680
9	8,000	812	255	557	1,730
10	8,000	812	255	557	1,755
11	96949	812	255	557	
12	49236	812	255	557	
Sumatoria	-000	9,75495	1,75495	8,00000	

6.4. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Se muestran a detalle los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene este negocio en el año 1 al año 3

Tabla 39

Flujo de caja proyectado

Concepto	Año 0	Año1	2% Año2	3% Año3
Ingresos		S/120,677	S/123,091	S/126,783
Valor Residual				S/1,56736
Total ingresos		S/120,677	S/123,091	S/128,351
Inversión	S/21,707			
Compras		S/5,400	S/5,508	S/5,673
Mano de Obra		S/26,386	S/26,914	S/27,721
Gastos		S/19,193	S/19,423	S/19,656
Administrativos				
Gastos de ventas		S/10,200	S/10,322	S/10,446
IR (Sin deuda)		S/2,734	S/3,419	S/3,295
Devolución de IGV		S/14,165	S/17,355	S/17,918
Total egresos	S/21,707	S/78,078	S/82,941	S/84,710
Flujo de caja económico	-S/21,707	S/42,599	S/40,150	S/43,641
Préstamo Bancario	S/8,000			
Pago de Cuota		S/9,755	S/0	S/0
Escudo Fiscal		S/175	S/0	S/0
Flujo de caja financiero	-S/13,707	S/33,020	S/40,150	S/43,641
Flujo de caja acumulado	-S/13,707	S/19,313	S/59,463	S/103,104

6.5. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA Y ESTADO DE RESULTADO

Tabla 40

Estado de flujo de caja económico y financiero

Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos		S/10,210	S/10,203	S/10,104	S/10,019	S/10,019	S/9,976	S/10,033	S/9,976	S/9,976	S/9,976	S/9,976
Total ingresos		S/10,210	S/10,203	S/10,104	S/10,019	S/10,019	S/9,976	S/10,033	S/9,976	S/9,976	S/9,976	S/9,976
Inversión	S/21,707											
Compras		S/450	S/450	S/450	S/450	S/450	S/450	S/450	S/450	S/450	S/450	S/450
Mano de Obra		S/2,199	S/2,199	S/2,199	S/2,199	S/2,199	S/2,199	S/2,199	S/2,199	S/2,199	S/2,199	S/2,199
Gastos												
Administrativos		S/1,599	S/1,599	S/1,599	S/1,599	S/1,599	S/1,599	S/1,599	S/1,599	S/1,599	S/1,599	S/1,599
Gastos de ventas		S/850	S/850	S/850	S/850	S/850	S/850	S/850	S/850	S/850	S/850	S/850
IR (Pago a cuenta)		S/87	S/87	S/87	S/87	S/87	S/87	S/87	S/87	S/87	S/87	S/87
Devolución de IGV		S/0	S/59	S/1,483	S/2,894	S/4,305	S/1,405	S/1,413	S/1,405	S/1,405	S/1,405	S/1,405
Total egresos	S/21,707	S/5,185	S/5,243	S/6,668	S/8,079	S/9,490	S/6,590	S/6,598	S/6,590	S/6,590	S/6,590	S/6,590
Flujo de caja económico	- S/21,707	S/5,025	S/4,960	S/3,436	S/1,940	S/528	S/3,387	S/3,435	S/3,387	S/3,387	S/3,387	S/3,387
Préstamo Bancario	S/8,000											
Pago de Cuota		S/813	S/813	S/813	S/813	S/813	S/813	S/813	S/813	S/813	S/813	S/813
Flujo de caja financiero	- S/13,707	S/4,212	S/4,147	S/2,623	S/1,127	-S/284	S/2,574	S/2,622	S/2,574	S/2,574	S/2,574	S/2,574
Flujo de caja acumulado	- S/13,707	-S/9,494	-S/5,348	-S/2,724	-S/1,598	-S/1,882	S/691	S/3,313	S/5,887	S/8,460	S/11,034	S/13,608

VII. CONCLUSIONES

PRIMERO. Consultoría COREYSE nace y se desarrolla por la necesidad de dar seguridad a la empresa de contratar personal especializado, capacitado y de confianza y aportar conocimiento a micro y pequeños empresarios para tener una buena gestión de su recurso humano en el proceso de reclutamiento y selección de personal.

SEGUNDO. La finalidad social es busca incidir en la importancia de estos procesos de reclutamiento y selección de personal brindando a las MYPES, herramientas a las que puedan acceder a información oportuna y correcta para su práctica. La propuesta de valor ofrecer una consultoría en los procesos de reclutamiento y selección de personal integral orientado al servicio de las MYPES, además de ello se le brindará inducción al nuevo personal a que se integre rápidamente a su nuevo puesto, todo ello con profesionales especializados en los rubros con el perfil necesario para trabajar con las MYPES.

TERCERO. Este plan de negocio se enfocó en un mercado meta de MYPES de rubros de diseño gráfico, restaurantes, servicios e industrias alimentarias que se encuentran ubicados en el distrito de Yanahuara. La estructura organizacional que implementa consultoría COREYSE es la de organigrama matricial, es decir que se trabajara en equipos.

CUARTO. En el estudio financiero se concluyó que la inversión total del proyecto es de S/21,706.60 para hacerlo realidad, de los cuales S/13,706.60 es financiamiento propio y S/8,000 con ayuda de financiamiento de caja Sullana.

QUINTO. Además se estimó que el plan de negocios es rentable en relación a los resultados obtenidos en la evaluación económica-WACC donde el valor actual neto obtenido es de S/. 108,053, la tasa interna de rendimiento es de 212%. Por otro lado la evaluación financiera COK es de 289%. La planificación minuciosamente detallada de este plan de negocio a lo largo de este tiempo, ha sido de gran importancia y llena de transmisiones de conocimientos para que se implemente con exactitud garantizando un buen funcionamiento y por ende asegure el éxito.

VIII. BIBLIOGRAFÍA

IPC (2021), *Transparencia Internacional*

Banco Central De Reserva Del Perú (2022). *Reporte de inflación* p.18-21

Municipalidad de Yanahuara (2022), *Datos y existencia de empresas del 2019-2021(folio 06)*

Ministerio de la producción (2020), Estadísticas MIPYME.
<https://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/en/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme>

Complexus Evo Training. *Guía de cómo hacer cursos de capacitación innovadores*. <https://www.youtube.com/watch?v=DSfj-aT1WiU>

Psicsmart (2022), *Pruebas psicotécnicas*. <https://www.psicosmart.net/>

Boletín Informativo Laboral, N° 85, enero 2019. *Régimen laboral especial de la Micro y Pequeña empresa*

Régimen MYPE Tributario – RMT. <https://www.gob.pe/6990-regimen-mype-tributario-rmt>

IX. ANEXOS

CUESTIONARIO

Datos básicos

Empresa:

Dirección:

Teléfonos

Nombre del encuestado:

Cargo:

Correo:

Marque con una x su respuesta:

1. ¿Conoce empresas que presta servicios de consultoría en la ciudad de Arequipa?

SI ☐

NO ☐

2. ¿Alguna vez ha contratado un servicio de consultoría en el aspecto de recursos humanos?

SI ☐

NO ☐

3. ¿Con que frecuencia requieren servicio de consultoría en la empresa?

Mensual ☐

Semestral ☐

Trimestral ☐

Anual ☐

Ninguna de las anteriores ☐

No se hizo consultoría ☐

4. ¿Qué criterios tendría en cuenta a la hora de adquirir un servicio de consultoría?

(Califique de 1 al 5, siendo 1 el menos importante y 5 como más importante)

					CRITERIO
					Reconocimiento
					Precio
					Condiciones del servicio
					Flexibilidad en el servicio

5. ¿Cómo calificaría a usted la utilización de dinero en servicio de consultoría?

GASTO

COSTO

INVERSIÓN

6. Seleccione el rango en el cual creería usted que una micro y pequeña empresa se encuentra dispuesta a pagar servicios de consultoría

- a. 350 a 400
- b. 400 a 450
- c. 450 a 500
- d. 500 a 550
- e. Más de 550

7. ¿Desarrolla los procesos de reclutamiento y selección de persona?

Sí

No

8. ¿Actualmente su micro y pequeña empresa cuenta con un área o áreas especializadas en el proceso de reclutamiento y Selección de Personal?

Sí

No

9. ¿Qué procesos de reclutamiento y selección de personal maneja la empresa?

- A) REQUERIMIENTO DE PERSONAL
- B) PRESELECCIÓN
- C) FORMATO DE TRABAJO
- D) PRESENTACIÓN DE CV
- E) ENTREVISTA PERSONAL
- F) EXÁMENES PSICOLÓGICOS, PSICOMETRICOS
- G) PRUEBA EN BASE A COMPETENCIAS
- H) ASSESMECENTER(SIMULACIONES DE SITUACIÓN)
- I) PUBLICACIONES DE EMPLEOS DE TRABAJO
- J) RECLUTAMIENTO DENTRO DE LA EMPRESA
- K) RECLUTAMIENTO FUERA DE LA EMPRESA
- L) TODAS LAS ANTERIORES
- M) ALTERNATIVA D Y E
- N) ALTERNATIVA J Y K
- Ñ) ALTERNATIVA D, E y K
- O) ALTERNATIVA I Y K
- P) OTROS

10. ¿conoce empresas que presta servicios de consultoría en procesos de reclutamiento y selección de personal en la ciudad de Arequipa?

Si

No

11. Cree usted que una consultoría en reclutamiento y selección de personal le ayudaría a solucionar las situaciones de mejoramiento que afectan los objetivos de la empresa? (costos, servicio, productividad, rentabilidad, competitividad, permanencia en el mercado, entre otros)

Mucho

Poco

Nada

12. ¿Estaría dispuesto a contratar una empresa de consultoría especialista que lo asesore solo en el proceso de reclutamiento o selección de personal?

Estaría muy interesado

Estaría interesado

Estaría poco interesado

No estaría interesado

13. ¿Estaría dispuesto a contratar una empresa de consultoría especialista que lo asesore en procesos de reclutamiento y selección de personal?

Estaría muy interesado

Estaría interesado

Estaría poco interesado

No estaría interesado

14. En caso de que se realizara charlas cursos, capacitaciones sobre reclutamiento y selección de personal. ¿usted estaría interesado?

SI

NO



“AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL”

Yanahuara, 25 de abril del 2022

Carta N° 088-2022-SG-MDY

Señorita:

ROSSMERY CELINA MAMANI CHEJE

Asociación Los Ángeles del Sur-Zona A Lote 5- Cerro Colorado

Presente.-

Referencia: Exp. N° 5516-2022

De mi consideración:

Tengo a bien dirigirme a usted para expresarle mi saludo cordial y en relación a su solicitud por la Ley N° 27806 – Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, al respecto se le remite la información solicitada en copias simples:

- Información de datos y existencia de Empresas en el distrito de Yanahuara. (Folios 06).

Sin otro en particular, quedo de usted.

Atentamente,

YANAHUARA
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YANAHUARA
OFICINA DE SECRETARÍA GENERAL
Abog. Alejandro Aguado Intriago-Gutiérrez
JEFE DE OFICINA

ENTREVISTA

BUENOS DIAS...

1. ¿Cómo llama Ud. a su trabajo?
.....
.....
2. ¿Por qué decidió estudiar cocina?
.....
.....
3. ¿Cuál ha sido su experiencia como cocinero?
.....
.....
4. ¿Dónde trabajo anteriormente?
.....
.....
5. ¿Por qué se ha ido de su último empleo? (nos va a determinar porque ha cambiado de trabajo y dará ideas de que lo motiva o motivará más dinero más responsabilidad, mejor trabajo)
.....
.....
6. Cuando laboraba, en algún momento ¿Ha tenido algún conflicto con un superior o compañero de cocina? ¿Cómo los ha resuelto?
.....
.....
7. ¿Considera que es importante para un cocinero la comunicación?
.....
.....
8. ¿Alguna vez ha tenido problemas con sus clientes?
.....
.....
9. ¿Prefieres cocinar solo o en equipo? ¿Cómo le gusta trabajar más?
.....
.....

10. Cuáles son las tres cualidades o adjetivos que te describen (ayudará a conocer la personalidad del candidato)

.....
.....

11. ¿Cuál es su mayor satisfacción y porque? (saber su honestidad)

.....
.....

12. ¿Por qué quiere trabajar en este restaurante?

.....
.....

13. ¿Qué puede aportar al restaurante? (nivel de creatividad)

.....
.....

14. ¿A qué cocinero admira?

.....
.....

15. Crees que la cocina gourmet: ¿es sólo para gente de mucho dinero?

.....
.....

16. Piensas que ¿El humor es importante en la cocina?

.....
.....

17. ¿tiene alguna pregunta?

.....
.....

CUADRO PARA EVALUAR A LOS LÍDERES

N°	Concepto	A	B	C	D
1	Los jefes son personas de mucha confianza	0	1	2	3
2	Los jefes tienen sólida moral	0	1	2	3
3	Se da a cada quien lo que le corresponde	0	1	2	3
4	Los jefes actúan con integridad	0	1	2	3
5	Los jefes son muy honestos	0	1	2	3
6	Los jefes no tienen confianza en nadie	3	2	1	0
7	Los jefes saben que no los aceptan	3	2	1	0
8	Los jefes son muy exigentes	3	2	1	0
9	Está relacionado el liderazgo y la excelencia	0	1	2	3
10	El bienestar de todos es primero	0	1	2	3
11	Los líderes no son éticos	3	2	1	0
12	Los líderes son morales y productivos	0	1	3	0
13	A los lides les preocupa ser muy claros	0	1	2	3
14	Los líderes están atentos a las necesidades	0	1	2	3
15	Los líderes son humildes	0	1	2	3
16	Se estimula el respeto y la confianza	0	1	2	3
17	La ética es causa de buenos resultados	0	1	2	3
18	Los líderes dan confianza y son ejemplo	0	1	2	3
19	Sólo se da información una sola vez	3	2	1	0
20	Las estrategias las diseñan los lideres	0	1	2	3
TOTAL					
De 0 a 19		El nivel de las jefaturas es mínimo e improductivo			
De 20 a 39		Los jefes no son reconocidos como líderes			
De 40 a 55		Necesitan mejorar hacia un máximo nivel			
De 56 a 60		Se ejecuta el liderazgo de influencia y máximo nivel			

En la interpretación empezamos mencionando bueno y terminando con las recomendaciones respecto a los puntos en los que han tenido menor puntaje, así:

- los puntajes más altos (amarillo)
- Los puntajes más bajos (con rojo)

FORMATO DE PERFIL DE PUESTO	
IDENTIFICACIÓN DE PUESTO	
ÓRGANO	
UNIDAD ORGÁNICA:	
NIVEL ORGANIZACIONAL:	
GRUPO DE SERVIDORES CIVILES:	
FAMILIA DE PUESTOS:	
ROL:	
PUESTO TIPO:	
NIVEL/CATEGORIA:	
SUBNIVEL/SUBCATEGORIA:	
NOMBRE DEL PUESTO:	
CODIGO DEL PUESTO:	
N° DE POSICIONES DEL PUESTO:	
CODIGO DE POSICIONES:	
DEPENDENCIA JERARQUICA LINEAL:	
DEPENDENCIA FUNCIONAL:	
GRUPO DE SERVIDORES AL QUE REPORTA:	
N° DE POSICIONES A SU CARGO:	
MISIÓN DEL PUESTO	
FUNCIONES DEL PUESTO	

CONDICIONES ATÍPICAS PARA EL DESEMPEÑO DEL PUESTO															
APLICACIÓN TEMPORAL															
PERMANENTE							TEMPORAL								
SI MARCÓ TEMPORAL ANOTE EL SUSTENTO															
COORDINACIONES PRINCIPALES															
COORDINACIONES INTERNAS															
GRUPO DE SERVIDORES CIVILES CON QUIEN COORDINA															
FUNCIONARIOS PÚBLICOS				DIRECTIVOS PÚBLICOS				SERVIDORES DE CARRERA				ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS			
COORDINACIONES EXTERNAS															
FORMACIÓN ACADÉMICA															
A. NIVEL EDUCATIVO						B. GRADO (SITUACIÓN ACADÉMICA Y ESTUDIOS/ ESPECIALIDADES REQUERIDAS PARA EL PUESTO)						C. ¿ SE REQUIERE COLEGIATURA?			
		INCOMPLETA		COMPLETA				EGRESADO(A)						<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	
PRIMARIA															
SECUNDARIA								BACHILLER						¿ REQUIERE HABILITACIÓN <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	
TECNICA BÁSICA(1 O 2 AÑOS)															
TECNICA SUPERIOR(3 O 4 AÑOS)								TÍTULO/LIC.							
UNIVERSITARIA															
								MAESTRÍA							
								EGRESADO				TÍTULO			
								DOCTORADO							
								EGRESADO				TÍTULO			

CERTIFICACIONES											
CONOCIMIENTOS											
A. CONOCIMIENTOS TÉCNICOS PRINCIPALES REQUERIDOS PARA EL PUESTO											
B. CURSOS Y PROGRAMAS DE ESPECIALIZACIÓN REQUERIDOS Y SUSTENTADOS CON DOCUMENTOS											
C. CONOCIMIENTOS DE OFIMATICA E IDIOMAS Y/O DIALECTOS:											
	NIVEL DE DOMINIO						NIVEL DE DOMINIO				
OFIMATICA	NO APLICA	BÁSICO	INTER MEDIO	AVAN ZADO		IDIOMAS Y/O DIALECTOS	NO APLICA	BÁSICO	INTER MEDIO	AVAN ZADO	
PROCESADOR DE TEXTOS (WORD, OPEN OFFICE, ETC)						INGLES					
HOJAS DE CÁLCULO						QUECHUA					
PROGRAMA DE PRESENTACIONES (POWER POINT)											
OTROS											

SOLICITUD DE EMPLEO

Antes de llenar este formato lea detenidamente y luego escriba con letra imprenta

1. Datos generales

Nombre:

Fecha de nacimiento:

Edad: estado civil:

Lugar de nacimiento:

carnet S.S.P.N

DNI N L.M.N

Domicilio actual:

2. Datos generales (solo padres, conyugue e hijos)

3. Vivienda

4. Estudios

NIVEL	CENTRO EDUCATIVO	TÍTULO OBTENIDO	AÑO

5. Antecedentes de trabajo:

EMPRESA/INSTITUCIÓN	FUENTE QUE OCUPÓ	PERÍODO	OCUPACIÓN

6. Diversos:

En caso de pertenecer a alguna agrupación social, política o deportiva, especificar a cuales:

Nota.- en caso de haber consignado datos falsos en esta ficha, el postulante quedará automáticamente eliminado antes o después del proceso de selección.

Arequipa... de... del 2012

COMPETENCIAS	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Conciencia de uno mismo 2. Análisis, síntesis y crítica 3. Organización y planificación 4. Habilidades de comunicación 5. Responsabilidad y perseverancia 6. Toma de decisiones 7. Orientación a clientes 8. Cooperación 9. Capacidad de aprendizaje 10. Adaptabilidad 11. Flexibilidad 12. Orientación al cambio 13. Orientación para conseguir objetivos de largo plazo 14. compromiso con la organización 15. Capacidad para trabajar bajo presión 16. Búsqueda de la excelencia 17. Innovación 18. Emprendimiento 19. liderazgo 20. Participación 21. Capacidad de coordinación 22. coordinación 23. dirección 24. ejecución 25. control 26. Capacidad de relación 27. decisión 28. Capacidad de dirección. 29. Manejo positivo de conflictos 30. Carácter solidario 31. Disposición al servicio 32. Proactividad 33. Actitud crítica 34. capacidad analítica 35. Sensibilidad a la realidad 36. Espíritu emprendedor 37. Polivalencia 38. Análisis e interpretación de la realidad 39. Descripción 40. Juicio crítico 41. Asumir riesgos 42. Identificación de problemas 43. Responsabilidad social 44. Integridad 45. Orientación humanista 	<ol style="list-style-type: none"> 57. Manejo de las herramientas tecnológicas. 58. Humildad 59. Dinámica 60. Creatividad 61. alto grado de atención al Cliente 62. tolerancia 63. carisma 64. enfoque a la eficacia 65. Amplia red de contactos 66. Persona preventiva y correctiva 67. Persona paciente 68. Persona motivadora 69. Facilidad de expresión oral 70. Comprensión escrita. 71. Manejar las herramientas tecnológicas 72. acorde al puesto 73. fuerza 74. relaciones interpersonales 75. autocuidado personal 76. orientación en el entorno 77. manejo de dinero 78. aprendizaje 79. visión 80. audición 81. Comunicación efectiva 82. Intuición 83. Autocrítico 84. Autocontrol 85. Autoconfianza 86. Concentración 87. Agilidad 88. Capacidad de iniciativa 89. Relación interpersonal: 90. Autonomía 91. Capacidad de trabajar en equipo 92. Responsabilidad en el trabajo: 93. Capacidad de organización del trabajo 94. Capacidad de resolución de problemas 95. técnicas de negociación

46. Administración del tiempo 47. Ejercicio y delegación de autoridad 48. Flexibilidad 49. Imparcialidad 50. Confiabilidad 51. Sensibilidad para para identificar otros puntos de vista 52. Resistencia 53. Asertividad y decisión 54. Motivación para el aprendizaje y mejora continua 55. Excelente trato al cliente 56. Orden	
--	--