



**Autónoma**  
Universidad Autónoma del Perú

**ESCUELA DE POSGRADO  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

CONSULTORA DE RECURSOS HUMANOS PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA  
EMPRESA – PLATAFORMA DE EVALUACIÓN DE 360°

**PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE  
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORES**

Br. TEMIS JHON RIVAS OCHOA  
ORCID: 0000-0002-8764-9093

Br. YASMIN VASQUEZ SAMAME  
ORCID: 0009 0004 6564 1535

**ASESOR**

Mg. CARLOS VALENTIN MARTINEZ DEL RIO  
ORCID: 0000 0003 1862 544x

**LIMA, PERÚ, JUNIO DE 2024**



**CC BY-NC-ND**

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

*Esta licencia es la más restrictiva de las seis licencias principales, sólo permite que otros puedan descargar las obras y compartirlas con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se pueden cambiar de ninguna manera ni se pueden utilizar comercialmente.*

## Referencia bibliográfica

Rivas Ochoa, T. J., & Vasquez Samame, Y. A. (2024). *Consultora de Recursos humanos para la pequeña y mediana empresa-plataforma de evaluación de 360°* [Trabajo de Investigación, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú.

## HOJA DE METADATOS

Datos del autor	
Nombres y apellidos	Temis Jhon Rivas Ochoa
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	05342650
URL de ORCID	<a href="https://orcid.org/0000-0002-8764-9093">https://orcid.org/0000-0002-8764-9093</a>
Datos del autor	
Nombres y apellidos	Yasmin Alissa Vasquez Samame
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	46059297
URL de ORCID	<a href="https://orcid.org/0009-0004-6564-1535">https://orcid.org/0009-0004-6564-1535</a>
Datos del asesor	
Nombres y apellidos	Carlos Valentín Martínez Del Rio
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	08210131
URL de ORCID	<a href="https://orcid.org/0000-0003-1862-544x">https://orcid.org/0000-0003-1862-544x</a>
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Arturo Adolfo Medrano Carmona
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	40622088
Secretario del jurado	
Nombres y apellidos	Rodolfo Zea Melodias
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	29388850
Vocal del jurado	
Nombres y apellidos	Ronald Armando Leon Santos
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	46551205
Datos de la investigación	

<b>Título de la investigación</b>	Consultora de Recursos humanos para la pequeña y mediana empresa-plataforma de evaluación de 360°
<b>Línea de investigación Institucional</b>	Ciencia, Tecnología e Innovación
<b>Línea de investigación del Programa</b>	Planificación Estratégica
<b>URL de disciplinas OCDE</b>	<a href="https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04">https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04</a>

**ESCUELA DE POSGRADO**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

En la ciudad de Lima, el jurado de sustentación del Trabajo de Investigación conformado por: el MTRO. ARTURO ADOLFO MEDRANO CARMONA como presidente, el MTRO. RODOLFO ZEA MELODIAS como secretario y el MTRO. RONALD ARMANDO LEON SANTOS como vocal, reunidos en acto público para dictaminar el Trabajo de Investigación titulada:

**CONSULTORA DE RECURSOS HUMANOS PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA  
EMPRESA - PLATAFORMA DE EVALUACIÓN DE 360°**

Presentado por el bachiller:  
**TEMIS JHON RIVAS OCHOA**

Para obtener el **grado de Maestro en Administración de Empresas**; luego de escuchar la sustentación de la misma y resueltas las preguntas del jurado se procedió a la calificación individual, obteniendo el dictamen de **Aprobado** con una calificación de **dieciséis (16)**.

En fe de lo cual firman los miembros del jurado, el 21 de junio del 2024.



**PRESIDENTE**  
MTRO. ARTURO ADOLFO  
MEDRANO CARMONA



**SECRETARIO**  
MTRO. RODOLFO ZEA  
MELODIAS



Ronald Armando Leon Santos  
Facultad de  
C.A.P. 2010

**VOCAL**  
MTRO. RONALD ARMANDO  
LEON SANTOS

**ESCUELA DE POSGRADO**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

En la ciudad de Lima, el jurado de sustentación del Trabajo de Investigación conformado por: el MTRO. ARTURO ADOLFO MEDRANO CARMONA como presidente, el MTRO. RODOLFO ZEA MELODIAS como secretario y el MTRO. RONALD ARMANDO LEON SANTOS como vocal, reunidos en acto público para dictaminar el Trabajo de Investigación titulada:

**CONSULTORA DE RECURSOS HUMANOS PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA  
EMPRESA - PLATAFORMA DE EVALUACIÓN DE 360°**

Presentado por la bachiller:  
**YASMIN ALISSA VASQUEZ SAMAME**

Para obtener el **grado de Maestro en Administración de Empresas**; luego de escuchar la sustentación de la misma y resueltas las preguntas del jurado se procedió a la calificación individual, obteniendo el dictamen de **Aprobado** con una calificación de **dieciséis (16)**.

En fe de lo cual firman los miembros del jurado, el 21 de junio del 2024.



**PRESIDENTE**  
MTRO. ARTURO ADOLFO  
MEDRANO CARMONA



**SECRETARIO**  
MTRO. RODOLFO ZEA  
MELODIAS



**VOCAL**  
MTRO. RONALD ARMANDO  
LEON SANTOS

## **ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD**

Yo Carlos Valentin Martinez Del Rio docente de la Escuela de Posgrado de la maestría en Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, en mi condición de asesor del Trabajo de Investigación que lleva por título:

CONSULTORA DE RECURSOS HUMANOS PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA - PLATAFORMA DE EVALUACIÓN DE 360°

De los autores Yasmin Alissa Vasquez Samame y Temis Jhon Rivas Ochoa, certifico que el Trabajo de Investigación tiene un índice de similitud de 13 % verificable en el reporte de similitud del software Turnitin que se adjunta.

El suscrito revisó y analizó dicho reporte a lo que concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender el Trabajo de Investigación cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Autónoma del Perú.

Lima, 18 de junio de 2024



---

Carlos Valentin Martinez Del Rio

DNI: 08210131



## **DEDICATORIA**

A Dios, porque no somos nada sin Él.  
Tenemos vida, salud, conocimiento,  
sabiduría y un amor sin límites gracias a él.  
Y ahora nos llena de alegría poder  
completar este proyecto, para la felicidad de  
todos nuestros seres queridos.

## AGRADECIMIENTOS

Para nuestro: **Dios** y nuestros **Padres** de sus queridos hijos **Yasmin** y **Temis**, que siempre están en sus corazones; hoy comprendemos la entrega total e indeterminable que jamás podríamos pagarlos tanto amor, donde solo expresamos nuestro eterno agradecimiento.

A nuestro asesor **Mag. Carlos Valentín Martínez Del Rio**, hiciste que lo difícil pareciera simple gracias a tu compromiso con esta investigación, y tu confianza me dio la seguridad que necesitaba para continuar.

A mis **profesores de la Maestría MBA de la UA**, no queremos olvidar a ninguno de ellos; todos son igualmente esenciales para nosotros. Nombrarlos sería intentar olvidar a alguien. Cada uno de ellos ofreció sus experiencias, así como su conocimiento para avanzar en nuestro progreso.

A los **empresarios micros y pequeños de Lima Metropolitana**, ellos dieron vida a este documento con la información compartida. El cual hoy lo presentamos como fruto de investigación siendo nuestro deseo de que sirva para mejorar y aportar a ellos la calidad de los procesos, captación y fidelización de su personal que requieren y así lograr su objetivo y meta empresarial.

A todos lo que hoy no nombramos **amigos, familiares y compañeros** que de alguna manera ayudó a que este proyecto de investigación se hiciera realidad; su anonimato no es un acto de ingratitud, ya que sus contribuciones enriquecieron la esencia y el contenido de esta investigación.

**INDICE**

<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>2</b>
<b>AGRADECIMIENTOS .....</b>	<b>3</b>
<b>LISTA DE TABLAS .....</b>	<b>5</b>
<b>LISTA DE FIGURAS .....</b>	<b>6</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>7</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>8</b>
<b>I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>9</b>
<b>II. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>13</b>
<b>III. METODOLOGIA .....</b>	<b>19</b>
<b>IV. RESULTADOS .....</b>	<b>21</b>
4.1. Descripción de la propuesta de negocio .....	21
4.2. Investigación de mercado.....	25
4.3. Planificación y organización del negocio .....	28
4.4. Plan de marketing y ventas .....	38
4.5. Proyección financiera .....	39
<b>V. CONCLUSIONES .....</b>	<b>40</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>41</b>
<b>VII. REFERENCIAS .....</b>	<b>42</b>
<b>VIII. ANEXOS.....</b>	<b>46</b>

**LISTA DE TABLAS**

Tabla 1 FODA

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Procesos

Figura 2 Design Thinking

Figura 3 Organigrama

## RESUMEN

El objetivo principal de esta tesis fue determinar si sería factible establecer una firma de consultoría en recursos humanos para pequeñas y medianas empresas (PYMES) en Lima que mejorara el desarrollo y la capacitación de los empleados mediante el uso de una herramienta de evaluación de 360 grados. El estudio empleó una metodología híbrida, integrando análisis cualitativos y cuantitativos, e incluyó encuestas y entrevistas con gerentes y personal de las pymes para realizar un estudio de mercado. Los hallazgos demostraron que las PYMES carecen de técnicas de gestión del talento humano, lo que dificulta la retención de empleados y provoca una alta incidencia de rotación de personal. Ofrecer soluciones especializadas que aumenten la productividad y competitividad de las empresas a través de servicios de capacitación, desarrollo de habilidades y retención de talento es la base del concepto de la firma de consultoría VSTALENT. Debido a la ventaja competitiva de este sector la ausencia de competidores especializados se han descubierto perspectivas de mercado. La firma de consultoría visualiza un plan de negocios próspero y duradero con una inversión de capital razonable y una tasa de retorno favorable. En resumen, la adopción de esta consultoría es viable y ofrece una respuesta práctica para las pequeñas y medianas empresas (PYMES) que buscan mejorar su capital humano sin necesidad de contar con un departamento de recursos humanos interno, fomentando así la expansión de la empresa y mejorando el ambiente laboral.

**Palabras clave:** captación laboral, gestión de talento humano, evaluación 360, pequeñas y medianas empresas (PYMES), competitividad empresarial

## ABSTRACT

The main objective of this thesis was to determine if it would be feasible to establish a human resources consulting firm for small and medium-sized businesses (SMEs) in Lima that would improve employee development and training through the use of a 360-degree evaluation tool. The study used a hybrid methodology, integrating qualitative and quantitative analysis, and included surveys and interviews with managers and staff of SMEs to conduct a market study. The findings demonstrated that SMEs lack human talent management techniques, which makes it difficult to retain employees and causes a high incidence of staff turnover. Offering specialized solutions that increase the productivity and competitiveness of companies through training, skills development and talent retention services is the basis of the concept of the VSTALENT consulting firm. Due to the competitive advantage of this sector and the absence of specialized competitors, market prospects have been discovered. The consulting firm envisions a prosperous and long-lasting business plan with a reasonable capital investment and a favorable rate of return. In summary, the adoption of this consultancy is viable and offers a practical response for small and medium-sized companies (SMEs) that seek to improve their human capital without the need for an internal human resources department, thus promoting the expansion of the company and improving the work environment.

**Keywords:** job recruitment, human talent management, 360 evaluation, small and medium-sized businesses (SMEs), business competitiveness

## **I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1. Descripción del problema**

Una problemática que se ha ido incrementando en las organizaciones, según Jáuregui (2018) es la alta fuga de talentos a través de la rotación de personal en las áreas, inconformidad de los colaboradores y la falta de interés de un análisis de puestos que no se acomodan a sus funciones de trabajo, lo cual ha generado una brecha en las organizaciones que no permite generar un mejor aprovechamiento de su recurso humano.

El sistema laboral del país está determinado por un conjunto de bajas oportunidades para las pequeñas empresas por el incremento de las inversiones outsourcing y servicios temporales, que otorga una temporalidad laboral al contratar por terceros capital humano que tienen relación directa con el empresariado, la visualización en oportunidades para fortalecer áreas relacionadas administrativamente con el capital humano en empresas que no cuentan con un área interna y en forma específica para el soporte de estas, es positivo. Esto con la finalidad de potenciar capacidades internas en el personal que mejoren su rendimiento laboral permitiendo cumplir con aquellas labores que suman y sean necesarias en la organización para el cumplimiento de los objetivos del negocio permitiendo lograr eficientes resultados con menos inversiones frente a las labores contratadas por terceros.

### **1.2. Problema de investigación**

Ñaupas et al. (2018) enfatizan que: “cuando el investigador formula el problema y especifica los parámetros de las preguntas de investigación, surgen problemas metodológicos” (p. 214).



Vara Horna (2012) pone de manifiesto que: “la forma en que se organiza la investigación y se enmarcan las preguntas del estudio se conoce como la formulación del problema” (p. 180).

El tipo de perfil de las empresas que se evalúa son de tipo corporativo donde los funcionarios, colaboradores y socios articulan roles de responsabilidad y función, la expectativa es atenta, hay que impulsar la preocupación por los colaboradores quienes muchas veces carecen de interés y capacitación en la estructura de una corporación interno de RRHH más centrados en el rubro principal de la gestión.

### **1.2.1 Problema general**

¿De qué manera las PYMES pueden capacitar y actualizar a sus colaboradores para tener un mejor posicionamiento empresarial?

### **1.2.2 Problema Específicos**

- ¿De qué manera se fomenta una predisposición organizacional de valores en la vida de esta generación y las nuevas que requieren prestezas profesionales buscando combinar con su proyecto vida personal y familiar?
- ¿De qué manera las corporaciones que tienen beneficios establecidos y preocupación constante para su colaborador suelen ser las más atractivas en proposición laboral?

## **1.3. Objetivos de la investigación**

Cortés e Iglesias (2004) “Son directrices por la que encaminan la investigación a fin de dar respuesta a las interrogantes” (p. 13). (Anexo 2 - Tabla 2)

### **1.3.1. Objetivo general**

VSTALENT tiene como objetivo poner en marcha una consultora de recursos humanos, se forma para solucionar las exigencias PYMES en capacitar, actualizar a sus colaboradores y personal adecuado y preparado que requiere para su

posicionamiento empresarial, sin la obligatoriedad de un equipo interno de RRHH como suelen tener las grandes corporaciones empresariales que se caracterizan por sostener planes de servicios integrales permanente, esta asesoría VSTALENT se desarrollara como parte de su estructura organizacional.

### **1.3.2. Objetivo específico**

Ofrecer servicios profesionales en el impacto de resultados positivos y económicamente alcanzables, a medida de cada menester laboral. Una asesoría personalizada para cada negocio, según el periodo de proyección a crecimiento y sus necesidades de mejora. Se marca en el formato de oferta mediante un paquete a la medida de cada organización no se basa en la magnitud del trabajo sino en optimizar el recurso humano en la aplicación de cada problema específico que sumará en el logro del objetivo comercial, este plan será ejecutado por los especialistas mediante control y seguimiento asegurando avances positivos. Los años de experiencia, el conocimiento y lo ético como formación en gestión de RR HH por parte del staff de asesores, son valores que garantizan el objetivo a cumplir.

Se creará un paquete que le permitan contar con asesorarías en generar para crear estrategias de negocios sostenibles y rentables en el tiempo, permitiendo acceder a mejores oportunidades en inversión.

### **1.4. Justificación de la investigación**

Lo valioso de una investigación es justificarlo, más aún la que se está realizando, estudiando la proposición e hipótesis de los procesos de gestión humana desde una perspectiva de no ver al colaborador como una herramienta sino como un cliente interno, este sistema básico del desarrollo corporativo en las MIPES se aplicara.

Adherir la problemática desde un ámbito nacional, fundamentando el porqué de la presente investigación, detallamos:

#### **1.4.1. *Justificación teórica***

Es básico crear una controversia académica sobre la presente investigación, buscando reflexión previa sobre la documentación considerada antelada mente por otros investigadores, ya que de ello resalto el porqué de la importancia de sostener al trabajador como fuente base del desarrollo laboral y empresarial, desde una perspectiva social y legal.

#### **1.4.2. *Justificación metodológica***

Esta basa en un valor de tipo permanente, su modificatoria en el presente trabajo seria de tipo contextual porque es una herramienta considerativa operacional en variables, cuyo resultado no varía en el tiempo, que dentro el sistema laboral se aplicó el enfoque cuantitativo y cualitativo es decir mixto que es fundamental para identificar el tipo y magnitud del problema.

#### **1.4.3. *Justificación práctica***

En el país la política laboral pasa por una etapa muy primitiva con normas críticas que cada vez va quitando mayor oportunidad de estabilidad y una verdadera meritocracia al saber y desarrollo del ser humano, en aspectos socio económicos y normativos, desmotivando la inversión privada y el valor de la persona en una organización, y esto no solo por la falta de oportunidades sino porque no permite integrar al trabajador con derecho dentro de su capacidad y competencia, que esto permitirá lograr el fin que tiene la norma laboral para empresas de nivel micro y pequeñas, los cuales dentro sus principales objetivos es el bienestar del trabajador.

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Definiciones Generales

Consultoría. Consiste en ofrecer asistencia para el descubrimiento y análisis de problemas relacionados con organizaciones, políticas, procesos y metodologías; se brinda asesoramiento sobre acciones adecuadas y apoyo en la implementación de esas recomendaciones por una persona o personas imparciales y con conocimientos. (González Millán et al., 2011).

Considerar una empresa consultora en gestión de talento humano: significa la exploración del pronóstico a desarrollar de una estructura organizacional motivando modificaciones en la aplicación de estrategias para mejorar una organización que acepte cambios acelerados en su sistema corporativo. Un equipo capacitado realiza un diagnóstico que permite las sugerencias esenciales para modificar la estructura organizativa, así como las capacidades de gestión y operativas del plan de la empresa, basándose en una investigación metódica y procedimientos probados. (Rivera Cabrera, 2019).

Consultoría en Recursos Humanos: sirve para ayudar en la resolución de problemas y el logro de objetivos, un consultor es una persona capacitada con la habilidad, el conocimiento y la experiencia, cuya labor consiste en identificar e investigar cuestiones relacionadas con la gestión empresarial (Vega Artavia, 2013)

Evolución Histórica de los RRHH: Desde su creación en las Ciencias Sociales y la Economía Política, el departamento de Recursos Humanos (RRHH) ha pasado de ser un componente eficiente de una organización, a asumir un papel clave y estratégico, especialmente desde mediados de la década de 1980 (de la Parte Chana, 2018).

Gestión de Talento Humano: “Se compone de la administración adecuada de los recursos de la institución, lo que incluye una serie de acciones o tareas destinadas a hacer un uso óptimo de los recursos disponibles para la organización” (Jara Martínez et al., 2018, p. 744).

## **2.2. Antecedentes**

### **2.2.1. Antecedentes internacionales**

Son valorados por que se centran por el análisis del entorno de la competitividad laboral, basada en la estrategia de empatía logrando la fidelización del cliente externo (ENGAGEMENT), la proximidad son los que permitirán conocer las urgencias de cambio en capacidad humana permitiendo adelantar la solución de los mismos, se busca crear una relación directa con el consultor y cliente, consolidando dependencia positiva entre el cliente y la empresa, creando seguridad, respaldo en la toma de decisiones fortaleciendo así su éxito empresarial.

### **2.2.2. Antecedentes nacionales**

Desde el inicio de nuestra existencia como seres humanos en la tierra, Se ha desarrollado principios e innovaciones y actualizaciones que hoy percibimos en el entorno, buscando siempre mejorar condiciones de vida, con mayor sensación de felicidad, en condiciones y nivel de vida más concordante en expectativas de mejora; porque no indicar cultura asociado al desarrollo humano, progreso y bienestar.

## **2.3. Bases teóricas y científicas**

Esta teoría considerada como clave; fusiona razón con práctica, sin la razón, los colaboradores y asesores en la meta de inversión y en el equipo de recursos humanos no es posible consolidar estrategias de confianza para un objetivo trazado, desarrollando la segmentación del mercado para identificar clientes que permita

profundizar un sector corporativo descuidado por los propios inversionistas de las MYPES.

### **Cultura organizacional**

Cuando se piensa en el coloquio en valores que comulgan los integrantes corporativos se desarrolla cultura organizacional, con la presente consultora se fidelizara un servicio personalizado a los clientes, primicia en la responsabilidad, la preparación, la empatía con los colaboradores (cliente externo) con actitud éticas y comportamientos predominantes con adaptación al cliente y sus exigencias.

### **Teoría de los recursos y capacidades en las PYMES**

Fosterwit (2012) indica que la comprensión de cómo las pequeñas y medianas empresas (PYMES) pueden alcanzar y mantener una ventaja competitiva depende en gran medida de la noción de recursos y capacidades.

Según esta idea, para que una empresa logre sus objetivos estratégicos, debe reconocer y gestionar de manera eficiente sus recursos y habilidades. Los recursos son los activos materiales e inmateriales de una empresa, incluyendo efectivo, tecnología, experiencia y conocimiento.

Las capacidades, por otro lado, se refieren a qué tan bien puede la empresa utilizar estos recursos para alcanzar sus objetivos. Debido a sus limitaciones en comparación con las grandes organizaciones, las pymes necesitan gestionar sus recursos y competencias con cuidado.

Para competir en el mercado, las pymes necesitan ser muy eficientes en el uso de recursos y creativas. Según una investigación de la Universidad Militar Nueva Granada, la gestión del conocimiento en las pymes depende de un diagnóstico preciso de estos recursos y competencias. Con la ayuda de este método, las pymes

pueden identificar sus ventajas y desventajas y crear planes de acción que optimicen su capacidad para competir en un mercado en constante evolución y dinámico.

### **Teoría de la Motivación Humana y su Aplicación en las PYMES**

Comprender cómo las pequeñas y medianas empresas (PYMES) pueden mejorar el rendimiento y la felicidad de los empleados requiere entender el concepto de la motivación humana (Equipo de Expertos en Empresa, 2023).

La jerarquía de necesidades de Abraham Maslow, que sostiene que los humanos están impulsados por una serie de deseos jerárquicos, desde los fundamentales (fisiológicos y de seguridad) hasta los superiores (sociales, de estima y de autorrealización), es una de las ideas más conocidas. Según esta idea, en el contexto de las pymes, los empleadores deben asegurarse primero de que se satisfacen los requisitos fundamentales de sus empleados antes de poder inspirarlos a alcanzar mejores niveles de rendimiento y compromiso.

### **Innovación en la Gestión de Recursos Humanos en PYMES**

Martínez López (2024) refiere que la innovación en la gestión de recursos humanos (GRH) es vital para que las pequeñas y medianas empresas (PYMES) compitan de manera efectiva en el mercado actual.

En resumen, el uso de tecnología de vanguardia y la automatización de procesos son dos desarrollos importantes que ayudan a las pymes a gestionar su capital humano de manera más efectiva. Estos desarrollos mejoran la recolección y el análisis de datos para una toma de decisiones bien informada, además de aumentar la eficiencia administrativa.

Además, fomentar una cultura inclusiva y considerar la salud mental de los empleados son elementos cruciales que mejoran el atractivo y la vitalidad del lugar de trabajo.

## **Satisfacción Laboral y su Influencia en la Productividad**

La satisfacción Laboral y la influencia en la productividad, los trabajadores satisfechos están más motivados y comprometidos, la satisfacción laboral es esencial para la productividad (Vargas Vega et al., 2018).

Un problema importante que afecta en gran medida la productividad de los trabajadores es la satisfacción laboral. Los empleados que están felices en sus puestos son más motivados, dedicados y están listos para dar lo mejor de sí.

Esto resulta en una mayor productividad y excelencia en el trabajo que realizan. Mejorar la felicidad laboral requiere elementos como la oportunidad de crecimiento profesional, el reconocimiento y una comunicación eficiente. Una investigación de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo reveló una fuerte correlación entre la productividad y la felicidad laboral, enfatizando la importancia de elementos como el salario y el ambiente de trabajo.

## **Gestión del Conocimiento en las PYMES: Un Enfoque de Recursos Humanos**

Appelius (2013) señala que la gestión del conocimiento impulsa la productividad y la competitividad en las pymes al optimizar los recursos humanos.

Particularmente en las pymes, la gestión del conocimiento es una disciplina crucial en la gestión de recursos humanos. Ayuda a las empresas a encontrar, almacenar y distribuir conocimientos importantes, lo que mejora la creatividad y la toma de decisiones.

Una investigación de la Universidad de Salamanca encontró que desarrollar una ventaja competitiva sostenida requiere la confluencia de la gestión del conocimiento y la gestión de recursos humanos. Esta integración fomenta una cultura de aprendizaje y adaptabilidad al facilitar que los profesionales accedan a formación



y desarrollo continuos. Además, al aprovechar al máximo los recursos disponibles, reduce los gastos operativos y mejora la retención del talento.

### **III. METODOLOGIA**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

Para el diseño de investigación se considera acciones en captar clientes, además, se busca en primera instancia una conexión personalizada a través de un envío de email-marketing a clientes objetivos de nuestra zona de estudio, ofertando nuestros servicios y el tipo de beneficios de este paquete de asesoría a un costo estandarizado, luego se envía boletín mensual web con principales tips de lo comprende el servicio a desarrollar, se buscara presentaciones presenciales y virtuales didácticas con dueños de las empresas y sus colaboradores, a través de un estudio de mercado y priorización de la misma, así mismo se ofertaran servicios en demo para clientes objetivos con la finalidad de dosificar nuestros servicios mediante Try and by. Se aplicará a un público de 12 jefes inmediatos de 03 corporaciones pequeñas y medianas, sondeos a 86 colaboradores de MYPES, con indagación cualitativa logrando destreza en el análisis del comportamiento determinado en cumplimiento de sus funciones, la problemática identificada del cliente, los precios que están dispuestos a adquirir por ellos.

#### **3.2. Hipótesis de la investigación**

##### **3.2.1. Hipótesis general**

Las MYPES logran una adecuada capacitación y actualización de sus colaboradores bajo la asesoría de VSTALENT con el programa Head-hunter para optimizar el clima laboral.

#### **3.3. Población y muestra, muestreo**

##### **3.3.1. Población**

Conocer la población objetivo, significa aplicar muestreos en macro y microsegmentación. Es necesario demostrar nuestra muestra poblacional teniendo

en cuenta que se cuenta con una base de datos de nuestros posibles clientes MYPES. Este cálculo será en función de encuestas cuyo objetivo es determinar la satisfacción interna de los distritos de Pueblo Libre, San Isidro, Magdalena de la ciudad de Lima.

### **3.3.2. Muestra**

La población de muestreo pertenece a los CEO, ejecutivos de dirección, jefes de administración, finanzas, RRHH y colaboradores, se busca un universo de información interna corporativa de sistemas y subsistemas, se debe reflejar las potencialidades y carencias del reclutamiento de personal que es la esencia de esta investigación. Se realizarán 86 encuestas a colaboradores (clientes internos)

$$\text{Tamaño de muestra} = \frac{[Z^2 \times p \times (1-p)]}{(e^2)} \times 1 + \frac{[(z^2 \times p \times (1-p))] / (e^2 \times n)}$$

### **3.4. Teorías de recolección de datos**

Como base teórica se aplicó el instrumento de simulación de encuesta de salida (Satisfacción con el área de RRHH) con el objetivo de vender el DEMO elaborado en Power BI – Evaluación 360°, trasladado a Excel utilizando macros con el fin de medir el nivel de gestión laboral que se desarrolla en el interior de una organización siendo básico para su objetivo empresarial. Se debe analizar, las necesidades emocionales, y económicas del cliente interno.

### **3.5. Aspectos éticos**

Lo ético como aspecto en el trabajo, o en el sistema del personal que se refiere a la forma de comportarse que un colaborador o empleador debería adoptar en su lugar laboral principios que regulen el comportamiento y conducta laboral, lo cual con esta investigación y consultoría nos lleva a accionar haciendo que comprenda la necesidad de poner la atención debida y no lo que se cree que es correcto, y que permiten catalogarlo a ese colaborador como una persona de confianza y capacitado para el ejercicio de sus responsabilidades laborales.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Descripción de la propuesta de negocio

Profesionales conversando durante una copa después del trabajo descubrieron que sus organizaciones estaban perdiendo productividad debido a malas prácticas de reclutamiento. Esto llevó a la creación de VSTALENT. El concepto principal era ofrecer asistencia y una nueva perspectiva a las pequeñas y medianas empresas (MYPES). A medida que avanzaba el estudio y la implementación, quedó claro que los empleadores valoraban mucho el desarrollo de habilidades de los empleados. Como resultado, VSTALENT se centró en crear habilidades integrales que satisfacen las demandas del mercado. (Ver anexo 2 - Tabla 3)

#### 4.1.1. Segmentos de clientes

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) son indispensables para la economía peruana, ya que expresan la generalidad de empresas a nivel nacional. Sin embargo, carecen de medios y experticia básica en gestionar de manera eficaz sus recursos humanos. Las consultoras de recursos humanos pueden ayudar a las PYMES a fortalecer desarrollando una política de fidelización a los mejores empleados.

#### 4.1.2. Propuestas de valor

Después de que se identificaron las vulnerabilidades y requisitos críticos de las MYPES a través de la investigación, VSTALENT pudo crear programas integrales que tuvieron un impacto significativo en el mercado laboral. En San Isidro y las regiones circundantes, la organización tiene como objetivo apoyar el crecimiento de pequeñas y medianas empresas (PYMES) destacadas en los sectores minorista e inmobiliario, adaptando soluciones organizativas para generar resultados duraderos. Para lograr

esto, depende de expertos altamente capacitados que utilizan técnicas prácticas, garantizando el funcionamiento y la expansión del servicio ofrecido.

En la investigación para el impulso de este trabajo de investigación en los resultados se identificó la oferta actual del mercado en prestaciones de este tipo de consultoría, donde las fases de evaluación, desarrollo y seguimiento son brindadas por etapas y combinados, a razón se optó nuestra prestación a tipo integral.

#### **4.1.3. Relaciones con el cliente**

Debido al clima político en la nación, TALENTS (VS) ha centrado su atención en las pequeñas y medianas empresas (PYMES) desde su fundación, definiendo deliberadamente su cartera de clientes. Los hallazgos del estudio y la experiencia acumulada permitieron identificar atributos importantes de posibles clientes, como el tamaño del personal y los niveles de ingresos. Los clientes otorgan una gran importancia a la calidad de los candidatos, la rapidez del servicio, la orientación y la comunicación a lo largo del proceso, la investigación de viabilidad antes de la búsqueda y la asistencia posterior a la capacitación del personal para garantizar una integración sin problemas.

Finalmente, con las nuevas tendencias en comunicación y tecnología, los clientes valoran la interacción con los proveedores, por lo que TALENTS (VS) también se ve obligada a gestionar adecuadamente estos medios.

#### **4.1.4. Canales de distribución**

La empresa VSTALENT utilizará los siguientes canales de distribución para comercializar sus servicios de consultoría de RRHH:

- Canales directos: reuniones de ventas, llamadas telefónicas y presentaciones online.

- Canales indirectos: headhunters, bolsas de trabajo y asociaciones empresariales.
- Canales digitales: publicidad online, redes sociales y marketing de contenidos.
- En el caso específico de VSTALENT, se centra en MYPES, esto se debe a que las empresas MYPES suelen tener diferentes necesidades específicas y complejas, que requieren una comprensión profunda del sector y de las mejores prácticas. Por ello, VSTALENT tendrá la capacidad de adecuar servicios y ofertas a las exigencias de cada consumidor.

#### **4.1.5. Procesos clave**

El negocio debe encontrar prospectos, generar oportunidades y comercializar sus servicios para poder gestionar su clientela. Además, es fundamental evaluar las demandas revisando informes sobre los objetivos y urgencias de cada cliente. VSTALENT ofrecerá soluciones específicas para abordar completamente las preocupaciones planteadas. Siguiendo el diseño, las acciones sugeridas deben llevarse a cabo. Por último, para evaluar la efectividad de las soluciones implementadas, la empresa monitoreará y evaluará los resultados.

#### **4.1.6. Socios clave**

- Bolsas de Curriculum Vitae de postulantes: Adquiriendo membresías corporativas en Planes Premium, administrando soporte de información de los Curriculum Vitae como LinkedIn, Indeed, Bumerán, Jobmas y Laborum para tener información clasificada a nivel de tipos y especialidades en su experiencia de cada postulante conforme de cada requerimiento de nuestros clientes. Además, por añadidura y en nuestro sitio Web, se estructurará una Data matriz.

- Se podría trabajar a futuro con empresas SOCIAS de Marketing brindando el soporte y recomendando los servicios duales.

#### **4.1.7. Estructura de Inversiones**

En las inversiones se consideran aspectos como el tamaño del negocio, las necesidades estructurales mencionadas en el análisis y los gastos operativos, administrativos y de venta o publicidad.

**4.1.7.1 Tamaño del negocio.** La Consultora de Recursos Humanos “VSTALENT” se constituye como una microempresa establecida por una sociedad de personas naturales basado en principios de aportar prestaciones en soporte y asesoría a otras MYPES.

La infraestructura principal, se requerirá un pequeño despacho que cumpla con las normativas estructurales y de salubridad e higiene, capaz de albergar un aforo mínimo de 5 personas dentro de los que se puede presumir, 1 gerente general, 2 colaboradores y 2 clientes al mismo tiempo. Dicho espacio deberá contar con mobiliario de oficina acorde a las tareas desempeñadas, así como equipos capacitados para las labores.

**4.1.7.2. Necesidades.** Dentro de las principales necesidades para la consultora, se encuentran los siguientes equipos para el cumplimiento de las funciones:

- Computadora
- Impresora
- Tarjetas de presentación
- Útiles de oficina
- Teléfono celular

**4.1.7.3. Inversiones.** Para calcular la inversión, se toma en cuenta el precio de los insumos de oficina, el mobiliario, equipos y la remuneración mensual del personal interno de la empresa. (Ver anexo 3 - Tablas 4, 5, y 6)

## **4.2. Investigación de mercado**

Se evalúan los potenciales clientes estimados como público objetivo, los competidores directos e indirectos, además los aspectos socioeconómicos y educativos donde representan un factor relevante en cuanto la necesidad de una consultora de RRHH para las MYPES en Lima. Para esto se analizará según el microentorno y macroentorno para poder abordar cada aspecto con mayor detalle.

### **4.2.1. Análisis de microentorno**

**4.2.1.1. Clientes.** La investigación se centra en las pequeñas y medianas empresas (PYMES), particularmente en la planificación, procedimientos, políticas y prácticas, que requieren asistencia en la gestión del personal para aumentar la productividad, la eficiencia y la comunicación. Con un énfasis en las pymes de los estratos A y B y omitiendo a las personas del estrato C, que también trabaja para estas empresas, su objetivo es atender las demandas urgentes del sector empresarial.

**4.2.1.2. Competidores.** En nuestro país existe un déficit de empresas consultoras con especialidad en RR HH frente a la demanda existente, los que giran en el rubro no están al alcance ni de las inversiones, ni de la necesidad a cubrir a nivel de PYMES, cubren un mercado mayormente a las empresas grandes, quienes por la exigencia de mercado recurren a consultoras extranjeras, se plantea alianzas estratégicas de mercado para segmentar nuestra población objetiva, a fin de contar con mercado exclusivo en las PYMES.



Definido como un grupo o conjunto de organizaciones cuyos productos o servicios son similares a los ofrecidos. Los principales competidores por la propuesta es:

- Vertical Consulting: Fundado en 2016, ubicado en 7001 Case Miraflores, Perú.
  - KAM Consultores - Consultora de RRHH y asesora en administración de empresas, ubicada en Av. Guardia Civil 1321, Surquillo 15036
  - Gestiona y Aprende - Equipo multidisciplinario, reconocido por desarrollar experiencias colectivas de creación de valor con alto impacto social, ubicado en Av. Petit Thouars 4699, Miraflores Lima, Perú
  - Psicotec Expertos en talento ubicados en Av. Rivera Navarrete 762, Lima 15046
- Tipos de las empresas se indica Tabla 7 (ver Anexo 3)

#### **4.2.2. Análisis de macroentorno**

El análisis macro ambiental se realiza de acuerdo con los puntos identificados por el análisis PESTEL, que se utiliza para evaluar el contexto empresarial, considerando los aspectos políticos, económicos, sociales, legales y técnicos.

**4.2.2.1. Factor económico.** Para la evaluación del aspecto económico se debe considerar el factor básico de la economía nacional en conjunto con la demanda laboral y la tasa de empleo y desempleo poblacional reciente. Cabe enfatizar que la situación económica interna ha sido inestable y la inflación va en lenta recuperación desde el 2021, por lo que la tasa de desempleo sigue siendo bastante alta, lo que incide en el desarrollo del estudio ya que genera una brecha potencial para la formación de futuras empresas que requieren personal especializado en ciertas áreas.

La demanda de recursos y empleo en Lima está aumentando drásticamente debido al crecimiento de la población de la ciudad. Pero es importante tener en cuenta

el potencial socioeconómico de cada sector, que se clasifica según su potencial económico. El Grupo B, que incluye San Borja y Chorrillos, pertenece a la clase media; el Grupo C, que abarca San Martín de Porres y Comas, representa la clase baja; y el Grupo A, que incluye lugares como Miraflores y San Isidro, representa la clase alta. Esto demuestra cómo el grupo C está muy enfocado en su búsqueda de empleo.

En 2022, había 371,300 buscadores de empleo, o el 6.8% de la población que estaba económicamente activa, según datos de 2019 a 2022. Más de 2.1 millones de pequeñas y medianas empresas (PYMES) formales representaron el 99.5% de todos los negocios en Perú en 2021. De estos, el 91% de los empleos en el sector privado son ocupados por pymes. En 2020, la pandemia redujo las pymes en un 25.1%, a pesar de que las empresas formales se expandieron un 4.1% anualmente entre 2016 y 2021. El éxito de estos negocios depende de la gestión del capital humano, especialmente en Lima Metropolitana, donde las microempresas son la norma conforme a la gestión de la calidad del don e inteligencia de la persona, como se indica en la Tabla 7 (ver Anexo 3).

Las microempresas cubren el mayor mercado en Lima Metropolitana, viéndose imposibilitada por su capacidad económica de contar con servicios de esta naturaleza, por lo que son se los considerara con una subpoblación futura, direccionando el objetivo y mercado actual a Las PYMES.

**4.2.2.2. Factor cultural y social.** En cuanto al PIB, Perú es el 51º país del mundo, pero la epidemia ha afectado su perspectiva y ha aumentado la desigualdad. Mientras que las ganancias han disminuido, la tasa de empleo ha aumentado, subiendo del 8.8% en 2020 al 12.4% en el segundo trimestre de 2021. A pesar de la implementación de ayudas para la recuperación, las empresas están buscando

talento humano especializado, lo que requiere la mediación de recursos humanos para mantener obligaciones y derechos. Los profesionales que buscan reconocimiento y mejores condiciones laborales son menos propensos a participar en las pymes, ya que estas luchan por ofrecer una compensación competitiva.

**4.2.2.3. Factor Político y legal.** La designación del nuevo gobierno y su gabinete en 2021-2026 ha generado incertidumbre interna, pues aún no hay claridad sobre las políticas internas y externas que se adoptarán en este periodo (Campos Suárez, 2021).

**4.2.2.4. Factor Tecnológico.** Las plataformas virtuales han avanzado mucho en el lugar de trabajo desde el inicio de la epidemia, ofreciendo recursos como aplicaciones de banca móvil y entrevistas por videoconferencia. Al proporcionar a los usuarios acceso rápido y sencillo al estado de sus actividades, estas innovaciones simplifican los procedimientos y aumentan la lealtad del usuario al permitir que las transacciones y operaciones se realicen de manera más efectiva.

### **4.3. Planificación y organización del negocio**

#### **4.3.1. *Visión, misión, FODA, objetivos e indicadores de gestión***

##### **Misión**

Para Chiavenato (2011) representa el entender del porqué la creación de la empresa resume la finalidad y sustenta el motivo de la organización. Una misión debe de ser compartida y debe de ser parte del ADN de la organización. Desarrollamos una organización que potencie los RR HH y evitar la alta rotación del talento y la gestión humana de las empresas, buscando obtener la mejor versión de los colaboradores y potenciar equipos de alto nivel que optimicen la calidad del personal calificado.

##### **Visión**

Chiavenato (2011) entiende por visión a la imagen que la organización tiene de sí misma y de su futuro. Nuestra visión es ser la mejor organización repotencializadora en desarrollo de gestión humana y team building de todo el Perú en el año 2025.

### **Valores**

La empresa mantendrá la formalidad y legalidad de estos procesos de investigación con principios éticos, donde imperaran:

- Honradez: Ser transparentes en todo accionar del día a día.
- Liderazgo: Esforzarse para buscar ser mejores siempre.
- Colaboración: Apoyarse entre todos y hacer crecer el talento colectivo.
- Calidad: Buscar la excelencia en los trabajos.
- Puntualidad: Para tener la responsabilidad, orden y eficacia en desarrollar mejor las actividades.
- Innovación: Indagar en estrategias, diseño y operatividad garantizando productos adecuados a las nuevas necesidades que vayan surgiendo de manera creativa.
- Dedicación: Dirigir las urgencias de los usuarios para saciar y apoyar su objetivo.
- Responsabilidad Social: Asumir obligación social de cada individuo de nuestra población objetiva en relación con el medio ambiente.

### **Objetivo Principal**

Posicionar la marca VSTALENT como una de las principales consultoras de RRHH a nivel regional y mejorar la productividad general de las empresas.

### **Objetivos Estratégicos**

- Atraer candidatos potencialmente calificados para el puesto y la empresa que lo requiera
- Motivar a los empleados
- Hacer valer los derechos y deberes pertinentemente de acuerdo a lo que dicta la Ley del trabajador
- Hacer cumplir normas y cubrir adecuadamente las necesidades de las empresas
- Motivar y generar confianza en los empleados respecto a las empresas
- Garantizar seguridad laboral a los empleados
- Generar un ambiente laboral agradable
- Impulsar incentivos de mejora en todos los ámbitos

## Matriz FODA

**Tabla 1**

### FODA

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
Uso de herramientas tecnológicas Se utilizan filtros efectivos para la selección de candidatos antes de hacer las pruebas Las pruebas permiten descubrir distintas habilidades que pueda poseer un candidato. Buenos contactos de servicio industrial e Inmobiliarios.	Bajo dominio de herramientas publicitarias. No cuenta con una buena cantidad de personal especializado en análisis de verificación de Bandas Salariales. Empresa formada recientemente con corta trayectoria. Solo contamos con el Brochure y no de otras plataformas comerciales.
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
Convenios con distintas instituciones Necesidad de la creación de empresas con el objetivo de motivar y repotenciar el equipo de trabajo con el fin de obtener buenos resultados. Crea una amplia cartera de opciones de productos y servicios Si el proceso se realiza adecuadamente, se puede obtener una contratación fiable	Las pruebas virtuales pueden arrojar falsos resultados Prácticas de acciones ilegales por consultoras que frecuentan nuestra población objetiva No se conocen los aspectos conductuales de los candidatos en las pruebas Muchos candidatos pueden prescindir de la postulación al descubrir otras competencias

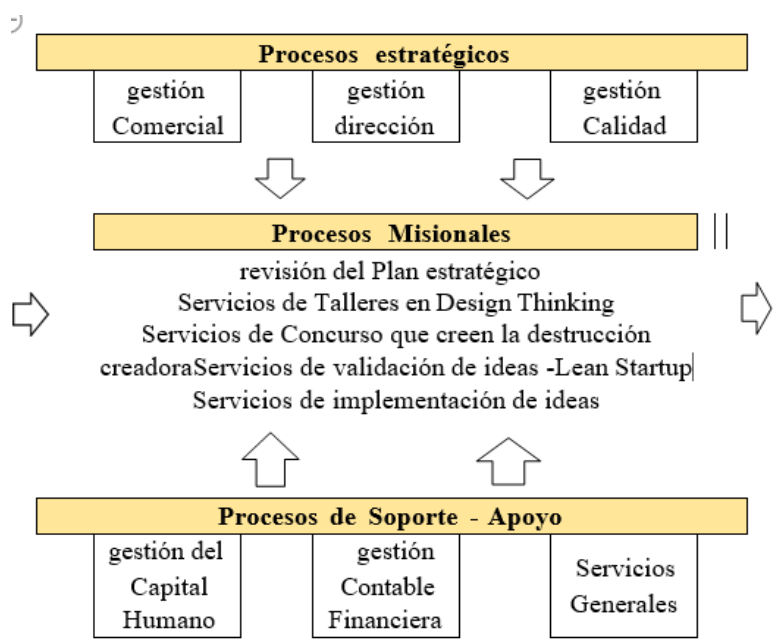
## Estrategia de éxito

Identificamos la realidad de VSTALENT buscando integrar la misión y visión corporativa, para desarrollar la estrategia de factores que permita fortalecer nuestro éxito en la oportunidad y fortalezas, analizando nuestras amenazas y debilidades, buscando no ser limitativas frente a nuestros objetivos.

### 4.3.2. Diagramas de procesos, organigrama, funciones de unidades orgánicas y perfil de puestos

Figura 1

Procesos



### Proceso de prestación de servicios

El proceso se inicia con un demo del servicio, el cual consiste en la explicación de la oferta al consumidor, donde se informa a detalle la tipología, forma y horas de servicio a desarrollar conforme las necesidades de la empresa, focalizando lugar, horarios, incentivos que entregará el cliente a los ganadores, donde luego se perfeccionará el contrato, así se dará inicio las prestaciones consultoras.

Módulos:

Módulo 1: Plan Estratégico, revisión y corrección con el ejecutivo autorizado, comienzo de las metas; estudio de innovación y prueba;

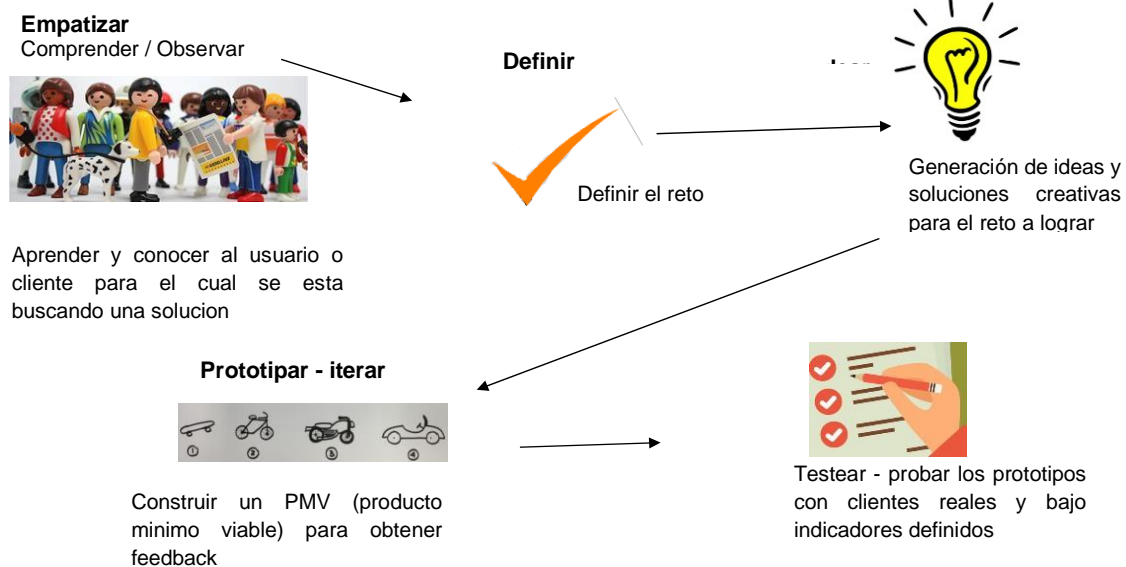
Módulo 2: Validación de la idea ganadora y mejora;

Módulo 3: Implementación de la innovación.

El módulo inicial del programa dura cuatro semanas, con sesiones de seis horas. Examine primero el plan estratégico del cliente, prestando especial atención a sus objetivos, misión y visión. Luego, se llevan a cabo talleres teóricos sobre creatividad, design thinking y lean startup, utilizando ejemplos empresariales pertinentes. Con el fin de promover el pensamiento innovador y abordar problemas específicos, los participantes colaboran en grupos de dos o tres, lo que facilita la integración de soluciones en el mercado.

**Figura 2**

*Design Thinking*



## Organigrama

**Figura 3**

*Organigrama*



### PERFIL DE PUESTO:

Nombre de Puesto: Gerente General

Fecha de elaboración: 05/06/2023 Ciudad: Lima

### PERFIL DE PUESTO DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

**Miembro principal** Capaz de diseñar una estrategia para el área de estudio y llevar al equipo para conseguir la mejor conexión técnica con nuestros clientes, plasmando decisiones en mejora y crecimiento del sector de la empresa cliente.

DEPARTAMENTO/ÁREA: Categoría 1 – Cargo Gerencial Línea de Mando Alta

Puestos que le reportan:

- Asistente Contable
- Asistente de Marketing y Ventas

### PRINCIPALES TAREAS:

1. Administrar, optimizar, ejecutar el planeamiento que optimice el servicio a desarrollar.
2. Planificar acciones de labor del personal consultor para optimizar los objetivos en tiempo, costo y ganancia.
3. Realizar seguimiento constante de los servicios, verificar la ejecución programada para un fiel cumplimiento de las metas contratadas.



4. Medir los Índices de Eficiencia del personal considerando acciones correctivas para lograr las metas.
5. Asesorar a los clientes para prevenir conflictos y/o solucionarlos.
6. Calcular y gestionar el Challenge obtenido a cargo de su consultor y equipo a su cargo para efectuar su pago.
7. Asegurar el cumplimiento de la calidad y uso de los procedimientos ofertadas.
8. Realizar una comunicación con los clientes velando por el interés de las partes.
9. Fomentar un ambiente laboral cordial y colaborativo.

#### PERFIL DEL CANDIDATO:

- Titulado en carreras de administración de negocios, Financiero y/o formación académica adyacente.
- Experiencia y capacidad comprobada que ocupó el cargo de Gerente comercial, jefe de proyecto, jefe de área o cargos similares.
- Conocimiento en la realización de proyectos con tecnológicos y en la dirección de equipos multidisciplinarios.
- Trabajar y conocer logros en objetivos
- Debe contar con capacidad de organización e iniciativa
- Debe ser un líder positivo que valore gestión de talento
- Conocer idiomas

Nombre de Puesto: ASISTENTE CONTABLE

Fecha de elaboración: 05/06/2023

Ciudad: Lima

PERFIL DE PUESTO DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

- Colaborador con habilidad para determinar el pago de impuestos de forma mensual, considerando normativa legal generados, para cumplir con la obligación de pagos provisionales ante la autoridad.
- DEPARTAMENTO/ÁREA: Categoría 2 – Cargo Administrativo
- Línea de Mando medio – Reporta a la Gerencia General

#### PRINCIPALES TAREAS DEL PUESTO:

- Mantenimiento de registros y de los archivos de documentación sustento electrónicos y físicos
- Registro y actualización de los libros de contabilidad
- Presentación de análisis de cuenta y reportes financieros
- Registrar y actualizar los movimientos bancarios mensuales
- Ejecutar el procedimiento de conciliaciones bancarias
- Registrar y actualizar los movimientos de caja chica y entregas a rendir Reportar información al área de caja para la actualización de movimientos no identificado
- Registrar depósitos relacionados con la cobranza a clientes, así como depósitos por detracciones
- Analizar vencimientos y días pendientes de cobranza a clientes

#### PERFIL DEL CANDIDATO:

- Contar con estudios superiores concluidos en contabilidad.
- Experiencia en empresas consultoras/ financiera.
- Conocimiento en NIF, manejo de concar, análisis de operaciones.
- Tener experiencia comprobada en declaración y pagos en impuestos, conciliaciones bancarias, estados financieros.
- Excel a nivel intermedio/ avanzado

Nombre de Puesto: ASISTENTE DE MARKETING Y VENTAS

Fecha de elaboración: 05/06/2023 Ciudad: Lima

#### PERFIL DE PUESTO DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

- Colaborador con habilidad para promocionar los productos a vender, mediante técnicas de promoción y convencimiento, creando y ejecutando campañas de marketing efectivas para aumentar nuestra visibilidad.
- DEPARTAMENTO/ÁREA: Categoría 2 – Cargo Comercial
- Línea de Mando medio – Reporta a la Gerencia General

#### PRINCIPALES TAREAS DEL PUESTO:

- Comercializar nuestros productos y servicios dirigidos a empresas en base a metas de venta mensuales.
- Manejo de WhatsApp, Business, RRSS y correo corporativo de la empresa.
- Responder a clientes potenciales mediante redes sociales.
- Posventa y dirección de nuestro soporte de información de clientes.
- Elaboración videos, imágenes, administración general de redes. Con conocimiento de diseño gráfico.
- Visita a Empresas de clientes, propios o potenciales, para realizar la cotización de servicios y/o venta de productos.
- Búsqueda de nuevos clientes por medios digitales y visita a sus establecimientos.

#### PERFIL DEL CANDIDATO:

- Carrera técnica o universitaria, culminada o trunca, en marketing, comunicaciones o afines. Abstenerse estudiantes de pregrado.
- Experiencia mínima de 1 año en ventas B2B.
- Se valorará experiencia comercial de productos y servicios de tecnológicos y/o contar con cartera de clientes. No indispensable.

Nombre de Puesto: AGIL EXTERNO/ COUCH

Fecha de elaboración: 05/06/2023

Ciudad: Lima

#### PERFIL DE PUESTO DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

Lidera o acompaña la práctica de entrega de proyectos velando por la disciplina, mejora continua y calidad a través del cumplimiento de las prácticas de entrega de software.

DEPARTAMENTO/ÁREA: Categoría 2 – Cargo Comercial

Línea de Mando medio – Reporta a la Gerencia General

#### PRINCIPALES TAREAS DEL PUESTO:

- Dictar clases de acuerdo con el horario entregado mensualmente
- Preparar materiales pedagógicos y uso de recursos metodológicos para el logro de las competencias
- Evaluar el avance de los alumnos, brindar feedback oportuno
- Participar en las capacitaciones y reuniones de trabajo en equipo
- Presentar a las respectivas coordinaciones las evaluaciones de los colaboradores. Subir las notas en el sistema de la empresa.

#### PERFIL DEL CANDIDATO:

- Psicólogo de carrera o Coach empresarial
- Licenciado en psicología o certificado en Coach
- años como mínimo habiendo enseñado a jóvenes
- Inglés básico deseable

Cronograma de actividades en la Tabla 8 (ver Anexo 3)

#### **4.4. Plan de marketing y ventas**

##### Marca

La marca VSTALENT se desglosa del término “talento” haciendo alusión a una de las principales funciones de una consultora de recursos humanos que es bien conocida, la búsqueda del talento humano para el reclutamiento en empresas que necesitan personal capacitado para una función específica.

Esta consultora pretende responder las necesidades que presentan las PYMES de una correcta selección, capacitación o actualización del personal según requiera, permaneciendo como organismo independiente para que la empresa no tenga que gestionar este servicio de manera interna.

##### **4.4.1. Inversiones del servicio**

La contratación y selección de personal, la reorganización de puestos, la evaluación de actitudes, la formación, las estrategias de integración, la formación interna y externa, las políticas de retención de talento, la reorganización de funciones, la implementación de políticas organizacionales, los programas laborales ecológicos y la formulación de gestión empresarial son solo algunos de los servicios que ofrecerá la firma de consultoría de recursos humanos. Las necesidades de cada empresa se evaluarán por adelantado, y se crearán tres paquetes o soluciones junto con un plan de acción personalizado para adaptarse a sus requisitos y expectativas.

##### **4.4.2. Plaza**

La consultora estará ubicada en REGUS, Dean Valdivia 148 en el distrito de San Isidro, el cual se considerará el principal canal de atención, promoción y venta del servicio, además de los medios virtuales y plataformas digitales manipuladas mediante un Social Business Manager. Esta ubicación se seleccionó porque en el

distrito de San Isidro se encuentra ubicado el principal centro financiero de Lima Metropolitana y del Perú.

#### **4.4.3. Promoción**

Se utilizarán tecnologías digitales para vender el servicio de asesoría y atraer a un mayor número de startups y organizaciones. Para establecer confianza con los clientes potenciales, se llevarán a cabo visitas informativas utilizando materiales visuales como folletos y catálogos. Se ofrecerá participación en ferias de empleo, incluyendo anuncios tangibles y seminarios grupales. Para optimizar el alcance, se utilizarán portales virtuales y redes sociales como Indeed, Computrabajo, Bolsa de Trabajo-Perú, Facebook y LinkedIn para las solicitudes de empleo.

#### **4.5. Proyección financiera**

##### ***Inversiones***

Un total de S / 44,478.00 requerirá “VSTALENT” para iniciar sus operaciones de asesoría laboral, los cuales estarán integrados por S / 24,907.00 en bienes tangibles y S / 19,571.00 en activos intangibles, que conforman la estructura, se encuentra especificado en la Tabla 9 al 17 (ver Anexo 3)

## V. CONCLUSIONES

- Se concluye basado en la capacidad de cada participante involucrado de la empresa y sus políticas descritas en el desarrollo empresarial, se consideró el efectuar un plan agregado yuxtapuestas a las ventajas competitivas que puedan ofrecerse.

- El sector referido en el estudio se mantiene en constante mejora, con una con una línea de tendencia de manera creciente en su volumen de ganancias. Lo que nos indica un referente para nuestro ingreso al mercado actual, ofreciendo un producto de calidad.

- Manteniéndose en constante crecimiento según su envergadura en el mercado, presentándose con la fuente de recursos humanos y las tecnologías necesarias, señalamos la facilidad para la entrega de servicios y capacidad de respuesta ante ello.

- Resaltar un posicionamiento de marca en el sector yendo de la mano con las técnicas de marketing la cual aseguraron como prueba piloto la estadía constante de nuestra empresa en el mercado local.

- Generar el proceso de innovación constante para la satisfacción de la entrega de servicio.

## VI. RECOMENDACIONES

- El estudio indica factibilidad económica y comercial, por lo que se recomienda implementar el Trabajo de investigación.
- Ganar un crecimiento y reconocimiento de la marca al capitalizar en el crecimiento económico regional para establecer los servicios de la empresa - Utilizar los recursos locales para poner en marcha el negocio
- Conocer las experiencias locales y nacionales conocidas es esencial para generar un referente de consultoría en la región.
- Asegúrese de las necesidades y mantener un ritmo constante de innovación.



## VII. REFERENCIAS

- Appelius, F. (26 de diciembre de 2013). *¿Qué es la gestión del conocimiento?* Recursos Humanos. <https://www.gbsrecursoshumanos.com/blog/gestiondelconocimiento/>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis* (5 ed.). Bogotá: Ediciones de la U.
- Campos Suárez, E. (2 de junio de 2021). *Los factores políticos que retrasan el crecimiento*. El Economista. <https://www.economista.com.mx/opinion/Los-factores-politicos-que-retrasan-el-crecimiento-20210601-0122.html#:~:text=El%20otro%2097%25%20de%20las,interno%20se%20pueda%20realmente%20recuperar>
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de recursos humanos. El capital humano de las organizaciones*. McGraw-Hill. <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1145/1/Chiavenato-Recursos%20humanos%209na%20ed.pdf>
- Cortés, M., & Iglesias, M. (2004). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación*. Universidad Autónoma del Carmen. <https://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/contenido2.pdf>
- Equipo de Expertos en Empresa. (2023, 6 de noviembre). *Teorías de la motivación: propósito, importancia y tipos*. VIU España. Universidad Internacional de Valencia. <https://www.universidadviu.com/es/actualidad/nuestros-expertos/teorias-de-la-motivacion-proposito-importancia-y-tipos>

Fosterwit. (2012, 20 de julio). *Análisis de recursos y capacidades en las pymes*.  
<https://www.pymesyautonomos.com/vocacion-de-empresa/analisis-de-recursos-y-capacidades-en-las-pymes>

Gallardo Echenique, E. E. (2017). *Metodología de la Investigación: manual autoformativo interactivo*. Universidad Continental.  
[https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO\\_UC\\_EG\\_MAI\\_UC0584\\_2018.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO_UC_EG_MAI_UC0584_2018.pdf)

González Millán, J., Rodríguez Díaz, M., & Duarte, L. (julio-diciembre de 2011). Necesidades de consultoría en las MIPYMES del Valle de Sugamuxi en Boyacá. *Cuadernos de Administración*, 27(46), 67-80.  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=225022711006>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2021). *Situación del mercado laboral en Lima Metropolitana. Trimestre móvil: Abril-Mayo-Junio 2022*.  
<https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/07-informe-tecnico-mercado-laboral-abr-may-jun-2022>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2022). *Perú: Estado de la Población en el año del Bicentenario, 2021*.  
[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1803/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1803/libro.pdf)

Jáuregui, K. (3 de julio de 2018). *Fuga de talentos: ¿cómo acabar con esta problemática en las organizaciones?* <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/fuga-de-talentos-como-acabar-con-esta-problematika-en-las-organizaciones>

Jara Martínez, A. M., Asmat Vega, N. S., Alberca Pintado, N. E., & Medina Guzmán, J. J. (2018). *Gestión del talento humano como factor de mejoramiento de la*

gestión pública y desempeño laboral. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(83), 740-758.

<https://www.redalyc.org/journal/290/29058775014/29058775014.pdf>

Martínez López, P. (27 de agosto de 2024). *Innovación en la Gestión de Recursos Humanos: Tendencias Clave*. <https://powerplan.es/tendencias-de-innovacion-en-la-gestion-de-recursos-humanos/>

Rivera Cabrera, J. F. (2019). *Estrategia del modelo de gestión del talento humano para optimizar el desempeño de los colaboradores del Banco de la Nación - Agencia Bagua, 2018* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/47568>

Vara Horna, A. A. (2012). *Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa. Un método efectivo para las ciencias empresariales*. Universidad de San Martín de Porres. <https://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARA-UNA-TESIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf>

Vargas Vega, T. d., Vizzuett Balderas, V., Amador Montiel, E., Becerra Córdova, L. E., & Villegas González, E. (2018). La satisfacción laboral y su influencia en la productividad. *Teuken Bidikay: Revista Latinoamericana de Investigación en Organizaciones, Ambiente y Sociedad*, 9(13), 129-153. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8761033>

Vega Artavia, N. I. (2013, enero-junio). Asesorías Innovadoras en Recursos Humanos para las Pymes Mediante el uso de la red de Internet. *Revista Nacional de Administración*, 4(1), 85-100. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4721452.pdf>

Verano Tacoronte, D., & de la Parte Chana, C. (2018). *Evolución histórica de los RRHH. Departamentalización y profesionales que la integran*. Universidad de las Palmas de Gran Canariaa.  
<https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/97005/4/TFG.%20Cynthia%20de%20la%20Parte%20Chana.%20RLL%20y%20RRHH.pdf>

## VIII. ANEXOS

### ANEXO 1. Reporte de similitud



Página 2 of 65 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid::27421:417237466




## 13% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

### Filtrado desde el informe


- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 8 palabras)

### Fuentes principales

- 12%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 7%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

### Marcas de integridad

#### N.º de alerta de integridad para revisión

-  **Texto oculto**  
137 caracteres sospechosos en N.º de página  
El texto es alterado para mezclarse con el fondo blanco del documento.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



Página 2 of 65 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid::27421:417237466

## Anexo 2. Recursos clave

Recursos y capacidades	V	R	I	O	Implicancia competitiva
<b>Talentos</b>					
Aptitud para atender al cliente (Persuasión)	Sí	Sí	No	Sí	VCT
Conocimiento de producto y servicio	Sí	Sí	No	Sí	VCT
<b>Experiencia</b>	<b>Sí</b>	<b>Sí</b>	<b>Sí</b>	<b>Sí</b>	<b>VCS</b>
<b>Recursos</b>					
<b>Cultura</b>	<b>Sí</b>	<b>Sí</b>	<b>Sí</b>	<b>Sí</b>	<b>VCS</b>
Acceso a fuentes financiera	Sí	No	No	No	PC
Patrimonio - Equipos de cómputo, celulares, equipos complementarios, impresora, etc.	Sí	No	No	Sí	PC
Canal de ventas <i>on line</i> (en desarrollo) LEADS	Sí	Sí	No	No	VCT
Puntos de venta seguros, amplios y organizados	Sí	Sí	No	Sí	VCT
<b>Nivel de recomendación</b>	<b>Sí</b>	<b>Sí</b>	<b>Sí</b>	<b>Sí</b>	<b>VCS</b>
<b>Procesos</b>					
Buena Gestión de operaciones	Sí	No	No	Sí	PC
<b>Asesoría personalizada en la venta</b>	<b>Sí</b>	<b>Sí</b>	<b>Sí</b>	<b>Sí</b>	<b>VCS</b>
Servicios complementarios	Sí	Sí	No	Sí	VCT
<b>Fidelización de cliente: bonificaciones por consumo</b>	<b>Sí</b>	<b>Sí</b>	<b>Sí</b>	<b>Sí</b>	<b>VCS</b>
<b>Servicios postventa: cambios, devoluciones y retroalimentación</b>	<b>Sí</b>	<b>Sí</b>	<b>Sí</b>	<b>Sí</b>	<b>VCS</b>

Leyenda: V= Valioso; R= Raro; I= Inimitable; O= Aprovechable para la organización;  
 VCS= Ventaja competitiva sostenible; VCT= Ventaja competitiva

### Anexo 3. Matrices

**Tabla 2**

*Matriz de Objetivos*

<b>Problemática</b>	<b>Objetivo Estratégicos</b>	<b>Indicador:</b>	<b>Metas</b>
Falta de empatía laboral por parte de los colaboradores, no se sienten parte del equipo menos integrados en los objetivos de la organización.	Conseguir y comprometer, motivando a los colaboradores en las mejoras de la organización empresarial.	Sondeos	80% colaboradores comprometidos
La inversión como instrumento no está debidamente instituida en las empresas.	Cuantificar con indicadores previo análisis, y medir los avances alcanzados, focalizando la efectividad.	Progreso operacionalización empresarial. Progreso de la utilidad de inversión.	Suma comercio de 10% Utilidad +10%
Corporaciones que urgen innovar, gerentes concentrados funcionalmente mas no en el planeamiento.	Constituir estrategia que sensibilice a los colaboradores la importancia de innovar para su propio desarrollo laboral.	Índices	80% colaboradores innovados.

Tabla 3

## Matriz de propuesta de negocio

Socios clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con clientes	Segmento de mercado
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveedores: Derivados directos de alta y baja rotación de personal.</li> <li>• Entidades financieras.</li> <li>• Agencia de empleos, head-hunter independientes.</li> <li>• Especialistas en rubro industrial, retail, construcción e inmobiliaria.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compra de productos</li> <li>• Envase, alimentos</li> <li>• Abastecimiento de productos desde fábricas a almacén central</li> <li>• Distribución de pedidos de almacén central a cliente final</li> <li>• Servicio al cliente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar a sus clientes productos de calidad, a precios competitivos, con un servicio diferenciado o por la asesoría y entrega oportuna.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio de venta y asesoría</li> <li>• Servicio postventa</li> <li>• Redes sociales: Facebook e Instagram</li> <li>• Servicios adicionales requerido por los clientes que complementen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adultos entre 30 a 50 años que laboren dentro del sector señalado.</li> <li>• Clientes con estilo en compras que buscan productos de calidad.</li> <li>• Personas progresistas que buscan permanentemente el progreso profesional y familiar.</li> <li>• Jóvenes adultos modernos que buscan la realización personal y que, al momento de la compra, buscan seguridad y practicidad.</li> </ul>
	Recursos clave		Canales	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructura (locales propios)</li> <li>• Gestión de Talento Humano</li> <li>• Sistema de almacenamiento de información</li> <li>• Movilidad, SOFT</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Puntos de venta físico: Jesús María, Lince, San Isidro, Magdalena, San Borja.</li> <li>• <i>On line</i>: Redes sociales y página web</li> </ul>	
Estructura de inversiones		Flujo de ingresos		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Logística de SOFT equipos y maquinaria</li> <li>• Inteligencia de Persona</li> <li>• Conservación de los muebles e inmuebles y prestaciones</li> <li>• Suministros producidos</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Venta de productos</li> <li>• Prestación de servicios</li> </ul>		



### Anexo 3. Resultados

**Tabla 4**

*Inversiones de mobiliario*

<b>Silla</b>	5	S/. 75.00	S/. 375.00
<b>Mesa</b>	1	S/. 350.00	S/. 350.00
<b>Escritorio</b>	3	S/. 250.00	S/. 750.00
<b>Tacho de basura</b>	3	S/. 25.00	S/. 75.00
<b>Estantería</b>	2	S/. 250.00	S/. 500.00
<b>Total</b>			S/. 2,050.00

**Tabla 5**

*Inversión de equipos*

<b>Computadora</b>	3	S/. 1,300.00	S/. 3,900.00
<b>Teléfono celular</b>	1	S/. 600.00	S/. 600.00
<b>Impresora</b>	1	S/. 650.00	S/. 650.00
<b>Total</b>			S/. 5,150.00

**Tabla 6***Insumos*

Resma de hojas	2	S/. 13.00	S/. 26.00
Caja de lápices	4	S/. 6.00	S/. 24.00
Caja de lapiceros	2	S/. 20.00	S/. 40.00
Grapadora	1	S/. 16.00	S/. 16.00
Caja de grapas	6	S/. 5.00	S/. 30.00
Cinta adhesiva	6	S/. 5.00	S/. 30.00
Plumones	12	S/. 2.00	S/. 24.00
Folders	12	S/. 1.50	S/. 18.00
Notas adhesivas	12	S/. 5.00	S/. 60.00
Escoba	1	S/. 5.00	S/. 5.00
Recogedor	1	S/. 5.00	S/. 5.00
Bolsas de basura	30	S/. 3.00	S/. 90.00
<b>Total</b>			<b>S/. 368.00</b>

**Tabla 7***Empresas Consultoras de RR HH en la ciudad de Lima*

CORPORACION	TIPO
Vertical Consulting	HR Consultora - Coaching
KAM Consultores	HR Consultora
Gestiona y Aprende	HR Consultora
Psicotec	HR Consultora - Coaching
Bigmond Group	HR Consultora
RCS CAPITAL HUMAN	HR Consultora
Manpower Perú S.A.	HR Consultora - Coaching
Capital Perú	HR Consultora - Coaching
T-Impulsa coaching	Coaching
Coaching Mejora	Coaching

Nota: Datos Inherentes. "Búsqueda de empresas de recursos humanos en Lima".

**Tabla 8***Empresas en Lima Metropolitana según segmento empresarial*

Segmentación	2018	2019	Porcentaje
Microempresa	820,522	840,845	93.7%
Pequeña empresa	61,933	62,924	5.2%
Mediana empresa	7,208	8,178	1.0%
Gran empresa	975	981	0.1%
<b>Total</b>	<b>890,638</b>	<b>912,928</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática, INEI, 2019

**Tabla 9***Diagrama de ejecución*

<b>Actividad</b>	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>
Estudio de necesidad				
Construcción del negocio				
Desarrollo de la propuesta				
Evaluación de la propuesta				
Selección de empresas				
Selección de postulantes				
Revisión de resultados				

**Tabla 10***Inversión tangible*

<b>CONCEPTO</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>PRECIO X UNIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
Silla	5	S/ 75.00	S/ 375.00
Mesa	1	S/ 350.00	S/ 350.00
Escritorio	3	S/ 250.00	S/ 750.00
Tacho de basura	3	S/ 25.00	S/ 75.00
Rollers de públicos (ARTESCO)	2	S/ 250.00	S/ 500.00
bandeja portapapeles	4	S/ 18.00	S/ 72.00
pizarras acrílicas	3	S/ 45.00	S/ 135.00
Mesa de Centro	1	S/ 100.00	S/ 100.00
Cuadros	4	S/ 50.00	S/ 200.00
Estantería	2	S/ 60.00	S/ 120.00
<b>TOTAL</b>		<b>S/ 1,223.00</b>	<b>S/ 2,677.00</b>

**Tabla 11***Maquinaria y Equipos*

<b>CONCEPTO</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unitario</b>	<b>INVERSION VALOR</b>
Equipo de Sonido	2	S/ 2,000.00	S/ 4,000.00
Cables extensiones	1	S/ 150.00	S/ 150.00
Laptop	4	S/ 2,100.00	S/ 8,400.00
Ecran y proyector multimedia	1	S/ 3,000.00	S/ 3,000.00
Cámara de fotográfica	1	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00
Impresora	1	S/ 650.00	S/ 650.00
Celular	3	S/ 450.00	S/ 1,350.00
Modem	1	S/ 120.00	S/ 120.00
Computadora i7 HP	2	S/ 1,450.00	S/ 2,900.00
Ventilador	2	S/ 80.00	S/ 160.00
			S/ 22,230.00

**Tabla 12***Inversión intangible*

<b>CONCEPTO</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unitario</b>	<b>INVERSION VALOR</b>
Registro de la marca CONSULTORIA "VSTALENT"	1	S/ 935.00	S/ 935.00
Cert. Def.Civil-Lic.Func	1	S/ 505.00	S/ 505.00
Estudio de Mercado	1	S/ 650.00	S/ 650.00
Acondicionamiento	1	S/ 750.00	S/ 750.00
Elaboración de Minuta	1	S/ 350.00	S/ 350.00
Constitución de Empresa	1	S/ 450.00	S/ 450.00
			S/ 3,640.00

**Tabla 13***Mano de obra*

Áreas	Puesto	Sueldo * mes	Sueldo anual
Gerencia	Gerente general	S/ 6,000.00	S/ 72,000.00
Contabilidad	Asistente contable	S/ 400.00	S/ 4,800.00
Psicología	Psicóloga	S/ 2,500.00	S/ 30,000.00
Marketing y ventas	Vendedora y técnico digital	S/ 2,300.00	S/ 27,600.00
Administración	Administrador	S/ 1,500.00	S/ 18,000.00
		S/ 12,700.00	S/ 152,400.00

**Tabla 14***Inversiones directos*

Descripción	Cantidad	Precio	Total anual
Alquiler	1	S/ 1,200.00	S/ 14,400.00
Servicio de luz	1	S/ 100.00	S/ 1,200.00
Servicio de agua	1	S/ 50.00	S/ 600.00
		S/ 1,350.00	S/ 16,200.00

**Tabla 15***Inversiones indirectos*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio * und</b>	<b>Precio * mes.</b>	<b>Total por un año</b>
Servicio de telefónico e internet	1	170	S/ 170.00	S/ 2,040.00
Servicio de cable	1	70	S/ 70.00	S/ 840.00
Constitución empresarial	1	805	S/ 805.00	S/ 9,660.00
Certificado defensa civil	1	156	S/ 156.00	S/ 1,872.00
Certificación extintores	2	180	S/ 360.00	S/ 4,320.00
Certificado de pozo a tierra	2	80	S/ 160.00	S/ 1,920.00
Certificado de fumigación	3	40	S/ 120.00	S/ 1,440.00
Carné de sanidad	2	20	S/ 40.00	S/ 480.00
Impuestos rg	12	18%	....	S/ 4,125.00
			S/ 1,881.00	S/ 22,572.00

**Tabla 16***Tipo de inversión*

<b>Tipo de inversión</b>	<b>Total</b>	<b>Total *año</b>
Tangible	S/ 24,907.00	S/ 298,884.00
Intangible	S/ 19,571.00	S/ 234,852.00
	S/ 44,478.00	S/ 533,736.00

**Tabla 17***Capital y préstamo*

	<b>Monto destinado</b>	<b>Porcentaje</b>
Capital	S/ 24,478.00	100%
Préstamo	S/ 0	0%
Total inversión	S/ 44,478.00	100%