

# MÁSTER EN ALTA DIRECCIÓN DE EMPRESAS

## Trabajo Fin de Master

*Consultoría en Servicio de Recursos  
Humanos*

PRESENTADO POR.

ABAD BARZOLA Nathaly Cathrine  
LUNA RODRIGUEZ Ana Gabriela  
APAZA ÑAUPA Mario Anderson  
HUAMANÍ LEÓN Víctor Alberto

PROFESOR: Jorge LOPEZ-CIFRE

Junio, 2018

## ESQUEMA DEL TRABAJO FINAL DEL MÁSTER

### RESUMEN EJECUTIVO PLAN DE NEGOCIO

#### PLAN DE EMPRESA

Descripción del proyecto y de la empresa  
Descripción de la idea de negocio

#### Plan jurídico-legal

Forma jurídica adecuada Obligaciones fiscales  
Trámites en la constitución y puesta en marcha

#### Plan de marketing

Plan de Marketing Estratégico:  
Análisis del sector y competidores Análisis de los consumidores  
Análisis de proveedores y distribuidores Análisis DAFO  
Estrategia de segmentación, definición del público objetivo y posicionamiento

#### Plan de Marketing Operativo:

Estrategia de producto  
Estrategia de precios  
Estrategia de comunicación  
Estrategia de distribución

#### Plan de recursos humanos

Analizar las necesidades de personal

#### Plan de producción y operaciones

Localización  
Descripción del proceso productivo  
Infraestructuras necesarias  
Costos de operación

#### Plan económico-financiero

Cálculo de datos  
Hipótesis del plan de negocio  
Estimación de ingresos y egresos  
Estimación de inversiones  
Estimación de financiación  
Análisis económico-financiero del plan de negocios  
Análisis de riesgos  
Punto muerto Análisis de riesgos  
Escenario 1: aumento de ingresos por expansión Escenario 2: caída de las ventas  
Análisis comparativo de la empresa  
Valoración de la empresa

### **Plan estratégico de la compañía**

Identificación de la visión y misión Análisis de situación

Análisis interno Análisis externo Análisis DAFO

La matriz MCPE

Definir las estrategias corporativas

Definir las estrategias competitivas

Implantar la estrategia

Designar los responsables de la implantación estratégica

Elaborar un cronograma de las acciones propuestas

Designar los recursos para la ejecución de la estrategia

### **Plan de contingencias**

Analizar los escenarios

Conocer las consecuencias

Identificar las medidas a adoptar

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>7</b>
<b>CAPÍTULO 2: DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA LIDERA CONSULTORES .....</b>	<b>7</b>
2.1 ¿Quiénes Somos? .....	7
2.2 Nuestros Clientes .....	7
2.3 Misión De La Empresa Lidera Consultores.....	8
2.4 Visión De La Empresa Lidera Consultores... ..	8
2.5 Valores De La Empresa Lidera Consultores.....	8
<b>CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DEL MICRO Y DEL MACRO ENTORNO DEL PERÚ...9</b>	<b>9</b>
3.1 Macro Entorno .....	9
3.2 Micro Entorno.....	9
3.3 Matriz FODA.....	11
3.3.1 ¿Cómo identificar Fortalezas y Debilidades .....	11
3.3.2 Identificación de Oportunidades y Amenazas .....	11
<b>CAPÍTULO 4: PLAN DE MARKETING Y COMERCIAL.....14</b>	<b>14</b>
4.1 Marketing Estratégico.....	14
4.1.1 Situación Actual.....	14
4.1.2 Cliente Objetivo.....	14
4.1.3 Oportunidades del Mercado.....	14
4.1.4 La Competencia .....	14
4.1.5 Habilidades Distintivas de Competencia .....	14
4.1.6 Ventaja Competitiva .....	15
4.1.7 El Producto .....	15
4.1.8 Marca .....	15
4.1.9 Oportunidades de Posicionamiento .....	15
4.1.10 Estrategias de Posicionamiento .....	15
4.2 Marketing Operativo.....	16
4.3 Marketing Mix .....	16
4.3.1 Estrategias de Producto.....	16
4.3.2 Estrategias de Precio .....	17
4.3.3 Estrategias de Distribución .....	17
4.4 Diseño de las Herramientas .....	17
4.5 Publicidad .....	17
4.6 Promoción de Ventas. Promoción de Incentivos. Descuentos, cupones, combos, productos de regalo.....	18
4.7 Marketing Directo. Manejo de Base de Datos.....	18
4.8 Fuerza de Ventas. Vendedores .....	18
<b>CAPÍTULO 5: PLAN DE ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN .....</b>	<b>19</b>
5.1 Información General de la Empresa Lidera Consultores .....	19
5.2 Niveles de la Organización .....	20
5.2.1 Organigrama .....	20

5.2.2	Descripción de Funciones del Cargo .....	20
5.2.3	Outsourcing.....	24
5.3	Estructura Legal de la empresa.....	24
5.3.1	Tipo de Sociedad.....	24
5.3.2	Ventajas de constituirse como una S.A.C.....	24
5.3.3	Proceso de tramitación.....	25
5.3.4	Proceso de Operación .....	26
5.4	Concepto del Servicio.....	26
5.5	Estrategia Organizacional.....	26
5.6	Estrategia de Distribución .....	26
5.7	Proceso Metodológico .....	27
5.8	Servicios de Reclutamiento Efectivo del Personal .....	27
5.8.1	Etapas del Proceso de Búsqueda.....	27
5.9	Servicios de Seguimiento de las Fases de la Incorporación del Personal .....	28
5.9.1	Trabajo en Conjunto .....	28
5.10	Servicio de Team Building.....	28
5.10.1	Proceso Operativo del Servicio .....	28
5.11	Servicio de Capacitación y Formación del Personal .....	29
5.11.1	Proceso Operativo del Servicio .....	29
<b>CAPÍTULO 6: MARCO LEGAL .....</b>		<b>30</b>
6.1	Constitución Política del Perú de 1993 .....	30
6.2	Contratación Laboral General.....	30
6.3	Trabajadores Extranjeros.....	30
6.4	Intermediación y Tercerización .....	31
6.5	Protección de Datos Personales del Perú.....	31
6.6	Código Civil Peruano .....	31
6.7	Ley General de Sociedades.....	31
<b>CAPÍTULO 7: PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO .....</b>		<b>33</b>
7.1	Costo de Mano de obra directa.....	33
7.1.1	Proyección de los costos anuales de mano de obra directa.....	33
7.2	Costos indirectos.....	33
7.2.1	Otros Costos indirectos .....	33
7.2.2	Costos totales anuales indirectos... ..	34
7.3	Calculando el Gasto de Administración Proyectado .....	34
7.3.1	Otros gastos del área de administración.....	34
7.3.2	Proyección de gastos administrativos .....	35
7.4	Inversión de activos tangibles .....	35
7.4.1	Inversión de activos intangibles.....	35
7.4.2	Depreciación de activos tangibles.....	36
7.4.3	Amortización de activos intangibles.....	36
7.5	Capital de trabajo.....	36
7.6	Composición de la inversión inicial total .....	37
7.7	Financiamiento .....	37
7.7.1	Fuentes internas .....	37
7.7.2	Fuentes externas.....	37

7.8 Datos Generales del Financiamiento .....	38
7.9 Flujo de capital .....	38
7.10 Calculo de ingresos.....	38
7.11 Flujo Operativo.....	39
7.12 Flujo de caja económico .....	39
7.13 Flujo del servicio de la deuda.....	39
7.14 Flujo de caja financiero .....	39
7.15 Indicadores evaluativos del proyecto.....	40
7.16 Balance de Ganancias y Pérdidas.....	40
7.17 Presupuesto Operativo.....	41
7.18 Flujo de Caja.....	41
7.19 Punto de Equilibrio.....	42
7.20 Estimación del ROI.....	42
<b>CAPÍTULO 8: PLAN DE CONTINGENCIAS.....</b>	<b>43</b>
8.1 Escenarios de Contingencia.....	43
8.1.1 Función de los Responsables.....	43
8.1.2 Comunicaciones ante el Riesgo.....	44
8.2 Descripción de Estrategias.....	45
8.3 Identificación de Procesos Críticos.....	47
8.4 Capacitación y Pruebas.....	48
8.5 Política de Incentivos para la gestión de riesgo operacional.....	50
<b>CAPÍTULO 9: CONCLUSIONES.....</b>	<b>51</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>52</b>
<b>ANEXOS</b>	

## CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

La realización de una Consultoría de Recursos Humanos especializada en el sector minero, es nuestro plan de negocio, ya que cada vez más las empresas valoran el caudal de conocimientos de sus empleados, buscando que éstos posean las competencias, habilidades, capacidades, actitudes y aptitudes acordes a las necesidades de su propia organización.

En ese aspecto, la razón por la cual nos hacemos distintos al resto y lo que nos otorga ventaja competitiva es porque “Lidera Consultores” tiene como propuesta de valor dar respuestas a las necesidades detectadas en el cliente y dar soluciones efectivas a través de sus servicios, garantizando que en cada proyecto sus clientes usen adecuadamente las herramientas y estrategias brindadas por “Lidera Consultores” para fortalecer y elevar su nivel de Desempeño Organizacional.

Si bien el core business del negocio se enfoca en el reclutamiento efectivo de personal, “Lidera Consultores” cuenta también con los siguientes servicios: Capacitación y formación del personal, team building e integración del personal, seguimiento de los procesos y fases de la incorporación del personal.

El objetivo principal, dada la demanda de los servicios de consultoría en recursos humanos es identificar, analizar y evaluar una oportunidad de negocio, examinando su viabilidad técnica, comercial, económica y financiera. Asimismo, se desarrollarán los procedimientos y estrategias necesarias para convertir dicha oportunidad de negocio en un proyecto empresarial tangible.

Para lograr la consecución de estos objetivos, el Plan de Empresa que se ha elaborado, cuenta con nueve capítulos, compuestos en primer lugar por la presente introducción, en el segundo capítulo se desarrolla la descripción de la empresa, en la cual se establecen la visión, misión y valores de “Lidera Consultores”, en el tercer capítulo se desarrolla el análisis del micro y macro entorno, se elabora en este capítulo el FODA de la empresa. En el cuarto capítulo se elabora el plan de marketing y comercial, estableciéndose los objetivos y estrategias comerciales que la empresa utilizará para llegar a sus clientes objetivos, evaluando también la coyuntura económica y competitiva actual. En el quinto capítulo se desarrolla el plan de organización y administración de la empresa, en el cual se describe la estructura organizativa de la empresa. A continuación, en el capítulo sexto se establece el marco legal vigente que se requiere para realizar el servicio de consultoría en recursos humanos, así como la norma que rige el establecimiento de las sociedades en el Perú. En el capítulo séptimo se describe el plan económico y financiero, en el que se desarrolla el análisis general del estudio de costos y gastos del servicio, haciendo un cálculo de cuánto asciende la inversión para la puesta en marcha de “Lidera Consultores”. En el último capítulo, evaluaremos el plan de contingencia en el cual se establecen las posibles ocurrencias que puedan interrumpir el negocio y las acciones a desarrollar para evitar que decaiga la puesta en marcha del negocio.

Finalmente, mediante las principales herramientas estudiadas en el máster brindaremos nuestras conclusiones y recomendaciones finales.

## CAPÍTULO 2: DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

En este apartado, se hará una breve descripción del proyecto y de la empresa, cuales son los objetivos de la empresa y sus principales características.

### 2.1 ¿Quiénes Somos?

LIDERA CONSULTORES, es una empresa especializada en el servicio de Recursos Humanos. Llevamos a cabo procesos de reclutamiento efectivo de personal, capacitación y formación del personal, team building e integración del personal así como seguimiento de los procesos y fases de la incorporación del personal.

### 2.2 Nuestros Clientes

Sabemos que el sector minero en el Perú es un sector altamente especializado que necesita un socio en la búsqueda de talento que entienda sus perfiles y competencias para elaborar planes de contratación que aseguren la sostenibilidad de sus negocios. Teniendo en cuenta que hay escasa oferta de talento en este sector, nuestra labor de investigación resulta vital para las empresas mineras en la búsqueda de personal calificado que sea candidato para su contratación. Actualmente el Perú es considerado un destino atractivo para las inversiones en el sector minero<sup>1</sup>, por lo que teniendo en cuenta que las inversiones mineras se expandirán en los próximos años, dado que el gobierno peruano está promoviendo la inversión, realizando cambios normativos favorables, simplificación administrativa, creación de condiciones sociales en los entornos mineros entre otros, Lidera consultores ve en este sector un nicho de mercado.

Con un sector minero que crece, cuando suben los precios de los minerales, las empresas pueden competir por talento, pues tienen recursos más que suficientes para pagar muy buenos sueldos. Entonces proceden a la búsqueda de los mejores profesionales y se dan con la sorpresa que este tipo de profesional es escaso.

Como menciona el profesor Luis Chirinos *“Quisiera remarcar que el Perú forma muy buenos profesionales geólogos e ingenieros de minas, con excelentes capacidades en sus respectivos campos. Es necesario capacitarlos para que puedan asumir roles de liderazgo en las compañías mineras. Igualmente, hacen falta profesionales de otras ramas como la administración, contabilidad, finanzas, economía, que puedan aportar sus conocimientos al desarrollo de los proyectos mineros”*<sup>2</sup>.

En ese sentido, teniendo en cuenta que el sector minero debe contar con personal ejecutivo y operativo altamente especializado, nuestra empresa ofrece solucionar el problema de contratación de las compañías mineras, reclutando y seleccionando, a través de nuestros especialistas, personal con talento. Adicional a nuestro servicio principal que es el reclutamiento efectivo de personal, aportamos a nuestros clientes asesoramiento

---

<sup>1</sup> Diario digital El Economista. 2018. Visto el 10 de abril de 2018

<sup>2</sup>Escuela Graduate School of Business. 2018 Visto el 12 de abril de 2018

especializado en el sector minero a través de capacitación y formación del personal de dichas empresas.

### **2.3 Misión de la Empresa Lidera Consultores**

Al entender la realidad del mundo minero, el cual se desarrolla en un mercado cambiante, LIDERA CONSULTORES sabe que sus clientes necesitan ser competitivos en dicho rubro, es por ello, que a través de sus servicios de alta calidad en gestión de recursos humanos, contribuye en la transformación de las organizaciones, con su proceso de búsqueda y selección de talento profesional, creando espacios más colaborativos, productivos y positivos en los centros de trabajo.

### **2.4 Visión de la Empresa Lidera Consultores**

Liderar la creación y provisión de servicios de identificación y atracción de talento humano, aportando soluciones innovadoras, entregando un servicio eficiente y confiable, contribuyendo así a la mejora de la productividad y competitividad de sus clientes.

### **2.5 Valores de la Empresa Lidera Consultores**

Estándares de ética: Confidencialidad y Transparencia

Calidad: Rapidez, Profesionalismo, Efectividad

Conocimiento del Mercado y Estrategia Comercial

Superación de las expectativas de nuestro cliente, para establecer vínculos duraderos

## CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DEL MICRO Y MACRO ENTORNO EN EL PERÚ

Siempre en las organizaciones se tiene que tener en cuenta los elementos tanto internos como externos del entorno, ya que estos pueden afectar a la situación de la empresa.

En ese aspecto, se debe tener en cuenta tanto el Macro Entorno como el Micro Entorno, por lo que es fundamental analizar estos dos elementos de una forma minuciosa ya que de ellos se derivan oportunidades y amenazas que la empresa tendrá que aprovechar o evitar de cara al intercambio en el mercado<sup>3</sup>.

**3.1 Macro Entorno:** fuerzas externas y no controlables por la empresa. Para analizarlos se debe tener en cuenta:

*Entorno demográfico:* tiene en cuenta el crecimiento de población mundial, la dimensión y composición de los núcleos familiares y la diversidad étnica y movimientos migratorios de la población

*Entorno económico:* tiene en cuenta el nivel de distribución de la renta, el tipo de interés el tipo de cambio y el tipo de inflación como también la etapa del ciclo económico de la economía.

*Entorno sociocultural:* tiene en cuenta la incorporación progresiva de la mujer al trabajo y la difusión de patrones culturales.

*Entorno medioambiental:* tienen en cuenta la sensibilización medioambiental de la población.

*Entorno tecnológico:* tiene en cuenta los nuevos productos y procesos, la obsolescencia de los productos y los cambios en el mix de marketing originados en internet.

*Entorno político y legal:* Está formado por las leyes que influyen en los individuos de una sociedad determinada y cómo el gobierno a través de sus normas puede afectar a las empresas y todos los aspectos de la vida. En cuanto a lo referente a los negocios, desempeña dos papeles principales: los fomenta y los limita.

**3.2 Micro Entorno:** Para que el marketing tenga éxito es importante una relación estrecha entre los diferentes agentes del Micro Entorno. Los elementos principales son:

*El mercado:* Se debe tener en cuenta tanto el mercado actual como el mercado potencial.

*Los proveedores:* Se recomienda una buena gestión de compras y aprovisionamiento de las materias necesarias, además de una buena relación.

*Los intermediarios:* Son necesarios cuando una organización se dirige a un número elevado de consumidores que están repartidos en una amplia área geográfica (mayoristas y detallistas)

---

<sup>3</sup>Blog del autor Juan Francisco, sobre Marketing Digital. 2018. Visto el 20 de marzo de 2018

*La competencia:* Formada por el conjunto de empresas que intentan satisfacer la misma necesidad que nuestra empresa. En este punto conviene hacer un análisis minucioso de la competencia mediante los pasos siguientes:

- ✓ Identificar los competidores
- ✓ Identificar la situación competitiva de los competidores
- ✓ Objetivos, estrategias, puntos fuertes y débiles de los competidores



Tabla N°1: Fuerzas Presentes en el Macroentorno  
Fuente: Propia



Tabla N° 2: Actores Presentes en el Microentorno  
Fuente: Propia

### **3.3 Matriz FODA**

Estas siglas provienen del acrónimo en inglés SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threats); en español, aluden a fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas.

También es una herramienta que puede considerarse sencilla y que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada.

Establecen que el análisis FODA estima el efecto que una estrategia tiene para lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación externa, esto es, las oportunidades y amenazas.

#### **3.3.1 ¿Cómo identificar las fortalezas y debilidades?**

Una fortaleza de la organización es alguna función que ésta realiza de manera correcta, como son ciertas habilidades y capacidades del personal con ciertos atributos psicológicos y la evidencia de su competencia. Otro aspecto identificado como una fortaleza son los recursos considerados valiosos y la misma capacidad competitiva de la organización como un logro que brinda ésta o una situación favorable en el medio social. Una debilidad se define como un factor que hace vulnerable a la organización o simplemente una actividad que la empresa realiza en forma deficiente, lo que la coloca en una situación débil (Henry, 1980). Para Porter (1998), las fortalezas y oportunidades son, en conjunto, las capacidades, esto es, los aspectos fuertes como débiles de las organizaciones o empresas competidoras (productos, distribución, comercialización y ventas, operaciones, investigación e ingeniería, costos generales, estructura financiera, organización, habilidad directiva, etc). Estos talones de Aquiles pueden generar en la organización una posición competitiva vulnerable (Van- denberg y Lance, 1992). Para el análisis FODA, una vez identificados los aspectos fuertes y débiles de una organización se debe proceder a la evaluación de ambos. Es importante destacar que algunos factores tienen mayor preponderancia que otros: mientras que los aspectos considerados fuertes de una organización son los activos competitivos, los débiles son los pasivos también competitivos. Pero se comete un error si se trata de equilibrar la balanza. Lo importante radica en que los activos competitivos superen a los pasivos o situaciones débiles; es decir, lo trascendente es dar mayor preponderancia a los activos. El éxito de la dirección es diseñar estrategias a partir de las que la organización realiza de la mejor manera, obviamente tratando de evitar las estrategias cuya probabilidad de éxito se encuentre en función de los pasivos competitivos (Wilhelm, 1992).

#### **3.3.2 Identificar oportunidades y amenazas**

Las oportunidades constituyen aquellas fuerzas ambientales de carácter externo no controlables por la organización, pero que representan elementos potenciales de crecimiento o mejoría. La oportunidad en el medio es un factor de gran importancia que permite de alguna manera moldear las estrategias de las organizaciones. Las amenazas son lo contrario de lo anterior, y representan la suma de las fuerzas ambientales no controlables por la organización,

pero que representan fuerzas o aspectos negativos y problemas potenciales. Las oportunidades y amenazas no sólo pueden influir en el atractivo del estado de una organización, sino que establecen la necesidad de emprender acciones de carácter estratégico; pero lo importante de este análisis es evaluar sus fortalezas y debilidades, las oportunidades y las amenazas y llegar a conclusiones<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup>Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal.2007.Visto el 17 de abril de 2018

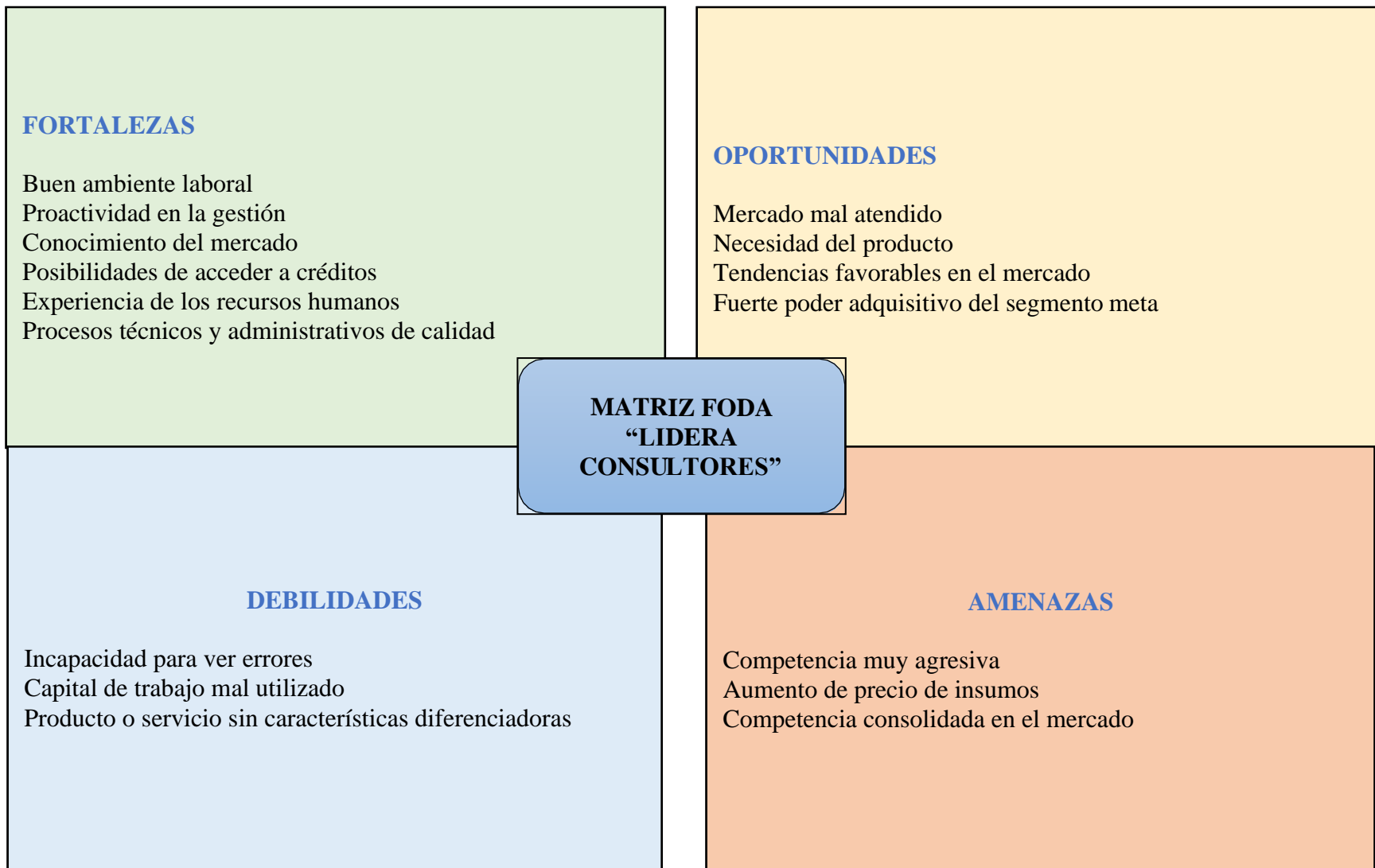


Tabla N° 3: Matriz FODA-Lidera Consultores  
Fuente: Propia

## CAPÍTULO 4: PLAN DE MARKETING Y COMERCIAL

El plan de marketing es un punto fundamental del plan ya que analiza las necesidades de los consumidores y se encarga de analizar la viabilidad comercial del proyecto.

### 4.1 Marketing Estratégico:

Estudiar la situación actual y las perspectivas del sector: clientes objetivos, competidores, proveedores y distribuidores. Y realizar un análisis DAFO: estudio de la situación competitiva de la empresa en su mercado (situación externa) y de las características internas (situación interna) de la misma, para determinar sus debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas.

#### 4.1.1 Situación Actual

MERCADO	
Región geográfica:	Perú y alrededores
Tamaño empresa	Pequeñas, Medianas y grandes
Giros	Industria Minera
Beneficios buscados por el mercado	Calidad, Servicio, Precio y variedad.
Frecuencia de uso	Mensual

#### 4.1.2 Clientes Objetivos

Las compañías mineras con la necesidad de atracción, retención y crecimiento del talento humano en todos sus niveles, así como la detección y solución oportuna de problemas en el área de Capital Humano mejorando el funcionamiento interno de la misma.

#### 4.1.3 Oportunidades del mercado

Está en las empresas mineras de la zona industrial de Perú.

#### 4.1.4 La competencia

Las principales empresas que ofrecen servicios de consultoría en recurso humanos en el Perú son:

Pigmaleon  
Headhuntersperu  
MBS Consulting

#### 4.1.5 Habilidades distintivas de competencia

Eficacia en el resultado, personal altamente capacitado.

#### 4.1.6 Ventaja Competitiva

Servicio 360°

Servicio 24/7

#### 4.1.7 El producto:

Asesoría para el manejo de Capital Humano

Couching Directivo y Gerencial

Teambuildings

Atracción y Retención del talento humano

Desarrollo de Competencias

#### 4.1.8 Marca:

Lidera Consultores tiene como objetivo ser la opción número 1 para la solución de necesidades en el área de Capital Humano de las compañías mineras.

#### 4.1.9 Oportunidades de posicionamiento.

Lidera Consultores cuenta con una gran y amplia oportunidad de posicionarse, tiene muchos factores positivos a su favor, tomando en cuenta las ventajas competitivas que su servicio ofrece.

#### 4.1.10 Estrategia de posicionamiento

Establecer la información de marca que queremos transmitir, seleccionando los mejores atributos diferenciados que nuestros productos y servicios ofrece y quiere comunicar.

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1. Personal capacitado F2. Retención del cliente F3. Calidad en los servicios F4. Eficacia de los servicios F5. Habilidades F6. Convenios	D1. Compañía nueva en el mercado D2. Deficiencia de innovación D3. Flujo de efectivo para inversión inicial D4. Economía de escala D5. Capacitación D6. Líderes capacitados y visionarios D7. Dedicación de empleados D8. Orientación emprendedora
<b>OPORTUNIDADES</b> 1. NUEVOS MERCADOS O1. Con la llegada de nuevas industrias existe más mercado. (INDUSTRIA AUTOMOTRIZ)	<b>MAXI – MAXI</b> Desarrollo de mercado F1, F3, F4 – O1  Penetración F3, F5, F6 – O2	<b>MAXI – MINI</b> O1 – D1, D3, D4 Con el aumento de utilidades que se refleje con las nuevas industrias, un % de estas será destinadas para hacer eficiente la promoción.

<p>2. NUEVAS NECESIDADES DEL MERCADO O2. La industria minera y otras más requieren de asesores altamente capacitados con los que contamos.</p> <p>3. COMPETENCIA O3. La competencia no tiene servicios por lo que se destaquen.</p> <p>4. MACROENTORNO</p>		<p>O2 – D5, D6</p> <p>Lidera Consultores contará con personal altamente capacitado que ya alcanza las expectativas del cliente en cuanto a su experiencia de compra, sin embargo se buscará arrebazar las mismas mediante una capacitación no únicamente del producto, sino, se invertirá en capacitaciones de liderazgo, actitud y de más que refleje en el vendedor qué tanto vende a la empresa más que al producto.</p>
<p>AMENAZAS</p> <p>1. NUEVOS MERCADOS A1. Se debe cubrir nuevas expectativas y requerimiento que podemos no cubrir y conocer.</p> <p>2. NUEVAS NECESIDADES DEL MERCADO A2. Falta de innovación.</p> <p>3. COMPETENCIA A3. La competencia cuenta con estrategias que aun no hemos implementado.</p> <p>MACROENTORNO</p>	<p>MINI – MAXI A1 – F5</p> <p>En Lidera Consultores se lanzará una campaña de introducción y posicionamiento. A2 – F1, F2, F3, F4</p> <p>Mediante outsourcing de empresas no sólo de Publicidad sino de diseño, se creará promoción BTL que atraiga al mayor mercado posible, al ya existente lo retenga por la gran innovación de los servicios que ya tienen; todo esto, enfatizando la calidad y eficiencia de las soluciones que ofrecemos. A3 - F6</p> <p>Llegar a una mejor negociación en donde las marcas nos ofrezcan todos sus productos innovadores para que el cliente pueda saber de ellos y de nuestras propuestas de valor.</p>	<p>MINI – MINI A1 - D5, D6, D7</p> <p>Esta amenaza y debilidad se eliminará con talleres y capacitaciones que buscará implementar tanto para el cliente interno y más importante (Capital Humano) y para el cliente externo.</p> <p>A3 – D3, D7</p> <p>Mediante Benchmarking y Mystery Shopping se reunirá información que logre arrojar aquellas estrategias que la competencia emplea y de esa forma buscar superarlas para mejorar nuestros resultados.</p>

Tabla N° 4: Cuadro de Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas

Fuente: Propia

## 4.2 Marketing Operativo

Características del producto, estrategia de precios, de comunicación y de distribución.

Este plan deberá contener información sobre quién es el público objetivo, estudio del precio del bien o servicio ofertado y establecer el precio de venta, quién es la competencia, previsión de ventas, cómo se va a distribuir y como se va a comunicar el servicio ofertado.

## 4.3 Marketing Mix.

### 4.3.1 Estrategia de producto

Asesoría para el manejo de Capital Humano

Couching Directivo y Gerencial

Teambuildings

## Atracción y Retención del talento humano Desarrollo de Competencias

### 4.3.2 Estrategia de precio

Se elaborará una lista de precios respecto a los servicios que se manejan, tomando en cuenta los siguientes aspectos de manera adicional:

Número de personas

Necesidad de respuesta

Tiempo de desarrollo y solución

Financiamiento

### 4.3.3 Estrategia de distribución

Consiste en fortalecer la venta con ayuda de la tecnología, línea de productos, así como llegar a ser distribuidores minoristas a pequeñas empresas.

### 4.3.4 Estrategia de promoción

Se especificarán más adelante, sin embargo, consisten en:

Diseño de objetivos de promoción y comunicación.

En base a los objetivos de la empresa diseñar objetivos de promoción, que tienen un objetivo de comunicación.

#### Objetivo de promoción:

Posicionamiento de un 20% de la marca en el mercado objetivo.

#### Objetivo de comunicación.

Comunicar al mercado objetivo que el producto/servicio es de excelente calidad.

- 4.4 **Diseño de las herramientas:** Relaciones Públicas: convenios, campañas sociales, eventos de promoción de marca, intercambio, noticias.  
Objetivo de Relaciones Públicas  
Maximizar el número de convenios como estrategia de crecimiento, de esa forma realizar como promoción cruzada en donde el objeto de promoción sean nuestros productos más el valor añadido de un extra que el proveedor brindará.  
*Campañas sociales* donde se dé a conocer la labor social que la organización realiza.
- 4.5 **Publicidad:**  
Revistas dirigidas a lectores potenciales, internet, redes sociales, btl  
Metas de la campaña publicitaria  
Llegar al mercado objetivo mediante las estrategias de MKT que se elaboren.  
Cambio deseado en el consumidor  
Que logren percibir la esencia que la empresa maneja en cuanto a productos de calidad, servicio y seguridad de compra.  
Plan de medios (Selección de medios, frecuencia) Julio a Oct  
2018 Revistas industriales

Redes sociales  
AddWords

#### **4.6 Promoción de ventas. Promociones de incentivos, descuentos, cupones, combos, producto regalo**

Objetivo de promoción de ventas

Establecer promociones.

Combos (en la compra de algún servicio se regala el complemento que mejore los resultados.)

Cupones de descuento en productos seleccionados para clientes frecuentes

Programa de lealtad ( Describir características)

Por cierto número de compra en alguna línea de productos se obsequia el rack de posición.

Se obsequiará una tarjeta de cliente frecuente en donde al finalizar el año podrá elegir algún producto o capacitación.

Elementos gráficos para publicitar la promoción.

BTL por parte de los proveedores y de la empresa misma.

#### **4.7 Marketing Directo manejo de base de datos**

- Diseño de CRM ( Cómo se va utilizar)

La base de datos se llenará en una hoja de cálculo Excel. Por cada servicio el cliente registrará su factura a cambio de un descuento en su próxima visita y con el registro de la factura añadirá datos personales o de la empresa para recibir futuras promociones y noticias.

- Variables a configurar para el uso de un CRM

Tipo de cliente, es decir, las noticias y promociones irán de acuerdo al mercado de nuestro cliente.

- Presupuesto de operación de CRM

Prácticamente será gratuito.

#### **4.8 Fuerza de ventas. Vendedores**

- Promocionales.

Las características de la promoción deberá contener la esencia de la marca y una frase de doble sentido en relación al producto.

- Composición de la fuerza de ventas.

Gerencia de ventas, Vendedores de campo

- Actividades que van a realizar los vendedores.

Los vendedores realizarán visitas a los posibles clientes.

## CAPÍTULO 5: PLAN DE ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN

Aquí se define la propuesta de organización, dotación de personal, responsabilidades por cargo, estructura organizativa y legal de la empresa, así como el proceso productivo de la misma, incluyendo los servicios externos a contratar para el funcionamiento de la empresa.

### 5.1 Información General de la Organización:

#### A. INFORMACION DE LA EMPRESA

Razón Social	LIDERA CONSULTORES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
Nombre Comercial	LIDERA CONSULTORES
Dirección	Av. República de Colombia N° 385, Oficina. 103, San Isidro, Lima-Perú
Teléfono	3912345
web	lideraconsultores.com.pe

#### B. OBJETO DE LA EMPRESA

Empresa de Servicios de Recursos Humanos

#### C. TAMAÑO DE LA EMPRESA

Total de Trabajadores	12
Personal de Contacto con el Cliente	80% del personal
Personal Administrativo	20% del personal

#### D. ASPECTOS IMPORTANTES DE LA ORGANIZACION

Lista de Competidores	Todas las empresas de recursos humanos
Lista de Clientes	Compañías Mineras
Relación de principales proveedores	Rodrigo, Elías & Medrano Abogados <sup>5</sup> , Estudio Ehecopar <sup>6</sup> , LinkedIn, Universidades y empresas mineras.

#### E. MIEMBROS DE LA ALTA DIRECCION

Gerente General  
Jefe Comercial  
Jefe de Administración y Recursos Humanos  
Jefe de Operaciones

---

<sup>5</sup> La firma de abogados cuenta con un destacado departamento de energía y recursos naturales, con habilidades de primer nivel en toda la gama relacionada a minería. Chambers & Partners destaca que asesoran a una impresionante lista de clientes en el desarrollo y operación de proyectos de minería a gran escala, así como complejas transacciones de financiamiento que involucran regalías.

<sup>6</sup> La firma es reconocida por ser un grupo de renombre de la práctica minera. Tienen un amplio conocimiento de la regulación relacionada al sector.

## 5.2 Niveles de la Organización:

Nuestra empresa emplea una filosofía empresarial donde se da acceso a la participación de los trabajadores, donde la actividad se desarrolla en un nivel plano y flexible.

### NIVEL EJECUTIVO:

Compuesto por la gerencia general. A través de la gerencia se dirige y controla las operaciones, se imparten las políticas, planes y programas que se desarrollan en la empresa.

### NIVEL OPERATIVO:

Constituido por los jefes que tienen a cargo su equipo de trabajadores. En este nivel se desarrolla y ejecuta el servicio.

### 5.2.1 Organigrama:

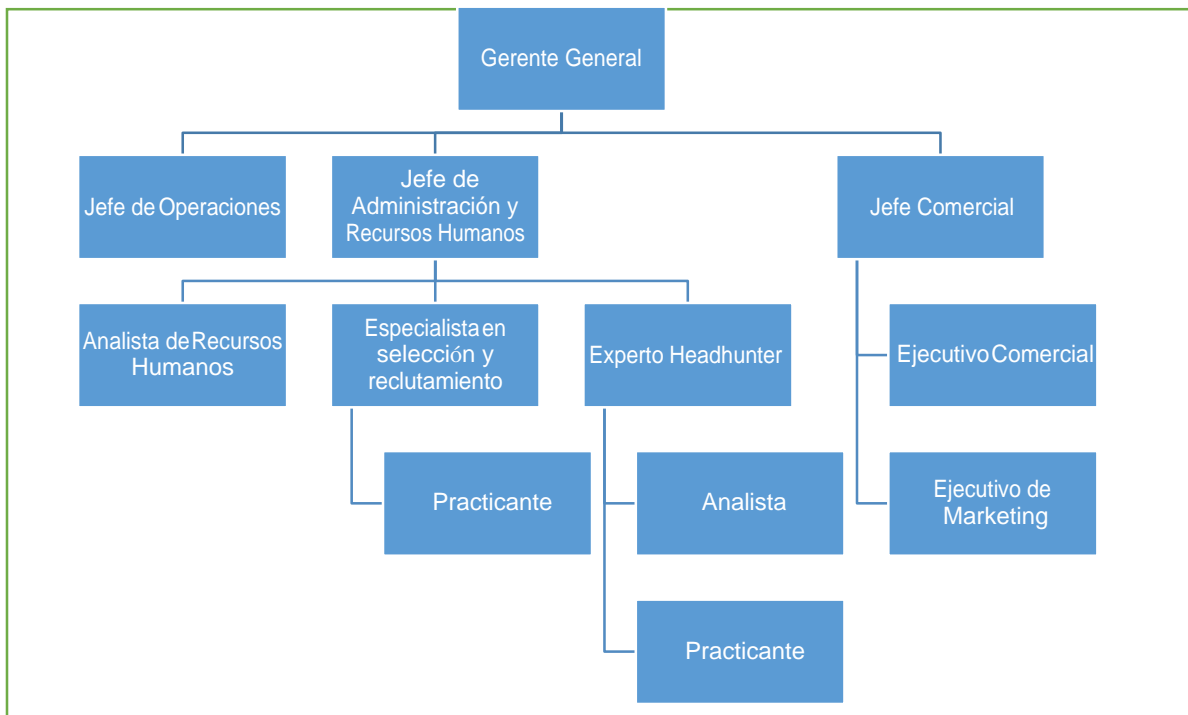


Tabla N° 05: Organigrama  
Fuente: Elaboración Propia

### 5.2.2 Descripción de Funciones del Cargo:

#### Gerente General:

Es el representante legal de la empresa. Se encargará además de planear y coordinar las actividades del área administrativa y del área operativa, así como de las relaciones públicas de la empresa.

**Funciones:**

- Planificar las operaciones de la Compañía, de acuerdo a las políticas y objetivos y estrategias de la organización para obtener los resultados esperados en el corto, mediano y largo plazo.
- Desarrollar e implementar la estrategia detallada para la Compañía, así como organizar las operaciones para la ejecución de la misma; delegando en las áreas responsables la autoridad respectiva.
- Controlar la ejecución de las operaciones de la compañía, promoviendo el desarrollo de sistemas de información Gerencial, que permitan evaluar los resultados de la gestión.
- Aprobar los contratos que la Compañía firmará, revisados por el Estudio Legal externo.
- Mantener un buen nivel de comunicación con todos los niveles de la organización, así como con los clientes.
- Representar a la Compañía ante las entidades públicas y privadas manteniendo buenas relaciones comerciales.

**Jefe de Operaciones**

**Funciones:**

- Planificar, administrar, ejecutar, supervisar y evaluar las operaciones de procesamiento que se realizan en el marco de los proyectos de selección y Consultoría de todas las unidades de Negocio.
- Garantizar la ejecución eficiente y de calidad de los proyectos.
- Planificar, organizar y dirigir la ejecución de tareas y proyectos a su cargo.
- Proveer a la Gerencia General la información oportuna sobre resultados de la gestión de operaciones, proponiendo alternativas de acción.
- Aplicar las políticas de operaciones, suscripción, atención de solicitudes de cobertura y archivo técnico definidas por el Subgerente Técnico y velar por su cumplimiento.
- Coordinar y supervisar las actividades relacionadas con el manejo administrativo de las capacitaciones y formación de personal realizados por la Compañía.
- Mantener y mejorar la calidad de los procesos según su ámbito de acción y responsabilidad.
- Participar en el proceso de diseño de nuevos servicios según su ámbito de acción y responsabilidad.
- Establecer y transmitir estándares de desempeño para los colaboradores a su cargo.
- Realizar otras funciones que le sean indicadas por Gerencia General que sean materia de su competencia y otras que sin serlo le sean encomendadas expresamente.

## **Jefe de Administración y Recursos Humanos**

### **Funciones:**

- Responsable de gestionar la administración de la tesorería, cobranza, facturación y registro de las operaciones de la Compañía, dentro del marco de la normativa vigente y manuales que la Compañía haya aprobado para los efectos.
- Controlar los gastos y aumentar los ingresos de tesorería, en línea con la estrategia de negocios.
- Supervisar los procedimientos de contabilización y registro de las operaciones de la compañía, preparación, revisión y aprobación de los balances e información contable y financiera.
- Establecer y supervisar la política de pago a proveedores (cronogramas, cuentas de las cuales se efectuarán los pagos, etc.).
- Tramitar las licencias de funcionamiento de avisos y publicaciones.
- Establecer los procedimientos de operación y control para el abastecimiento y mantenimiento de mobiliario, equipos y útiles de oficina.
- Elaborar y ejecutar el plan y presupuesto anual de gestión de recursos humanos, aprobado por la Gerencia General.
- Diseñar lineamientos para líneas de carrera y promociones.
- Controlar la aplicación de las estructuras de remuneración que haya definido la Compañía.
- Aplicar el sistema de evaluación de desempeño, reconocimientos e incentivos.

## **Analista de Recursos Humanos**

### **Funciones:**

- Elaborar cartas de bienvenida y comunicar el nuevo ingreso de personal.
- Coordinar con los diferentes estudios de abogados la realización de eventos, capacitaciones o revisiones de contratos.
- Atender los requerimientos de capacitación de los colaboradores y de los clientes de acuerdo a los planes de capacitación establecidos previamente.
- Controlar y revisar los servicios de soporte en la gestión de recursos humanos prestados por terceros: planillas, beneficios, liquidaciones y ceses.
- Participar en el diseño del sistema de evaluación de desempeño, reconocimientos e incentivos.
- Efectuar las mediciones del clima laboral, dando cuenta de los resultados y coordinando la aplicación de las medidas para su mejora.

## **Especialista en selección y reclutamiento**

### **Funciones:**

- Dirigir y controlar los procesos de reclutamiento y selección del personal de acuerdo a lo solicitado por el cliente así como por parte de la organización.
- Dirigir el proceso de elaboración de perfiles de puestos para los fines de reclutamiento, selección y capacitación.
- Realizar los exámenes psicológicos y de conocimientos del candidato.
- Coordinar con el experto headhunter la elaboración de la terna de candidatos para el cliente.

- Absolver las consultas y asesorar a los clientes en los temas de gestión de selección y reclutamiento.
- Ser socio estratégico de la organización para tomar decisiones relacionadas a la gestión de personas. Planificar, coordinar, ejecutar y controlar políticas, programas, normas y procedimientos en materia del talento humano.
- Controlar la base de datos con los perfiles del personal.

### **Experto Headhunter**

#### **Funciones:**

- Realizar la convocatoria de personal.
- Análisis de los currículos de los que dispone.
- buscar información a través de Internet y las redes sociales profesionales para ampliar y contrastar datos.
- Asistir a reuniones con el cliente y con el personal, así como con responsables de otros empleos para solicitar referencias.
- Planificar, identificar, seleccionar y, finalmente, integrar al candidato en la nueva empresa.

### **Analista**

#### **Funciones:**

- Estudio del mercado minero.
- Apoyo al experto Headhunter en averiguar la experiencia del candidato.
- Coordinación de reuniones.
- Elaborar cartas, informes u otros documentos.
- Realizar otras funciones que le sean indicadas por el experto Headhunter que sean materia de su competencia y otras que sin serlo le sean encomendadas expresamente.

### **Jefe Comercial**

#### **Funciones:**

- Planificar la estrategia de comercialización a seguir para la captación de los clientes.
- Elaborar el Plan Anual de Estrategia Comercial. en el cual se establecerán las metas y objetivos. Dicho Plan será aprobado por la Gerencia General.
- Coordinar con el responsable de Marketing las campañas de publicidad, los artículos y el merchandising de los productos que ofrecemos en el mercado.
- Revisar los informes de ventas de las carteras asignadas al ejecutivo de ventas.
- Elaborar los informes referidos al cumplimiento de objetivos poniendo en conocimiento de la Gerencia General los resultados de los mismos.

### **Ejecutivo Comercial**

#### **Funciones:**

- Buscar y generar nuevas oportunidades de negocios.
- Dirigir y coordinar las actividades que involucren la capacitación en los nuevos servicios que brinda la Compañía.
- Coordinar los proyectos que se lleven a cabo en el Área Comercial.
- Desarrollar y mantener una relación continua y cercana con clientes y/o proveedores.

- Velar para que los clientes reciban en todo momento un servicio oportuno y eficiente de parte de la compañía.

### **Ejecutivo de Marketing**

#### **Funciones:**

- Elaborar el plan anual de Marketing y de comunicaciones de la empresa.
- Administrar los canales y contenidos de comunicación interna utilizados por la Compañía proponiendo las estrategias de mejora.
- Diseñar las piezas gráficas y publicitarias a requerimiento de la Gerencia General.
- Participar en el diseño de las campañas publicitarias.
- Coordina con proveedores la producción e implementación de los formatos, folletos y piezas publicitarias.
- Responsable de controlar, atender y elaborar reportes relacionados al Merchandising de la compañía.
- Administra el archivo de imágenes de la Compañía.
- Coordinación de Eventos y Actividades requeridos por los clientes.
- Administrar la Página Web de la Compañía.
- Administrar las redes sociales.
- Realiza Investigación de Mercado Digital.

#### **5.2.3. Outsourcing:**

De forma externa se contratará a empresas o profesionales: de asesoría Legal, especialistas en animación y couch especializados en las necesidades del cliente. Ellas representarán un costo fijo para la empresa.

### **5.3. Estructura Legal de la Empresa:**

#### **5.3.1 Tipo de Sociedad**

Para realizar la selección del tipo de sociedad que tendrá la empresa se toma en cuenta la información de la Ley General de Sociedades, Ley No 26887, publicada el 12 de noviembre de 1984, la cual determina los requisitos que deben cumplir las sociedades en el Perú.

#### **5.3.2 Ventajas de constituirse como una Sociedad Anónima Cerrada<sup>7</sup>**

Es la más conveniente para nuestra empresa, dado que:

- ✓ Esta creada por un reducido número de personas (la SAC permite tener hasta veinte socios).
- ✓ Su adecuada estructura permite que la empresa no cuente con un directorio.
- ✓ El hecho de que en esta figura societaria su máximo sea contar con 20 accionistas, ello no implica que se vea limitada la posibilidad de manejar grandes capitales.

---

<sup>7</sup> La Sociedad Anónima Cerrada es una figura más dinámica y la más recomendable para una empresa familiar, chica o mediana, señaló a PQS Carmen Chasseloup, analista legal de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI).2017. Visto el 04 de abril de 2018

- ✓ La aportación de cada uno de los socios podrá ser en bienes o en dinero en efectivo o prestaciones accesorias.
- ✓ No tiene acciones inscritas en el Registro Público del Mercado de Valores.
- ✓ Bajo esta modalidad, en caso la sociedad contraiga obligaciones, solo se podrá responder con su patrimonio, mas no con el patrimonio personal de alguno de sus miembros.

### 5.3.3 Proceso de Tramitación

Corresponde en esta etapa realizar todos los trámites legales necesarios para constituir la empresa como Sociedad Anónima Cerrada con el fin de cumplir lo establecido por la ley.

Los requisitos necesarios para el funcionamiento de la empresa, según lo indica la ley son<sup>8</sup>:

1. Elaborar la minuta de constitución.
2. Presentar la minuta al notario público.
3. Inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes (RUC).
4. Legalizar los libros societarios.
5. Tramitar la licencia municipal de las instalaciones de la empresa.

Los requisitos para elaborar la minuta de constitución son los siguientes<sup>9</sup>:

1. Presentar los documentos personales: Aquí se incluye la copia simple del DNI de cada uno de los socios.
2. Describir la actividad económica: Se presenta un documento redactado y firmado por cada una de las partes involucradas donde se aclara el objetivo de la empresa, es decir, la actividad que realizará.
3. Tipo de empresa: Debemos especificar el tipo de sociedad que vamos a formar, ya sea S.A., E.I.R.L., entre otras.
4. Duración: Puede ser de plazo fijo o indeterminado.
5. Inicio de actividad comercial: Se menciona la fecha en que iniciarán todas las actividades.
6. Domicilio: La dirección comercial de la empresa.
7. La razón social de la empresa: Es decir, el nombre legal de la empresa.
8. Capital de la empresa: Aquí se indica el aporte de cada socio para la constitución de la empresa. Estos pueden ser tanto monetarios como no monetarios. En el caso de los no monetarios, se mencionan los bienes aportados y su valor presentada junto a declaración jurada simple. Para el aporte monetario, se realiza un depósito bancario a nombre de la empresa y se presenta una Constancia de Depósito en original y copia.
9. Estatuto: Aquí se establece la organización de la empresa como el régimen del directorio, la junta general, las responsabilidades de cada socio, etc. Se debe aclarar si tendrá directorio o no.

<sup>8</sup> Mi Empresa Propia. Escuela de Emprendedores. 2018. Visto el 07 de abril de 2018

<sup>9</sup> Superintendencia Nacional de Administración Tributaria del Perú. 2018. Visto el 07 de abril de 2018

#### **5.3.4 Proceso de Operación:**

La actividad de la empresa se centra en servicios descritos, siempre en el ámbito empresarial.

Para desarrollar el funcionamiento de la empresa, se debe tener presente ciertos conceptos que ayudaran a comprender el proceso operativo y la propuesta de valor.

#### **5.4. Concepto del Servicio:**

*“Un servicio es el conjunto de actividades que lleva a cabo internamente una empresa por ejemplo para poder responder y satisfacer las necesidades de un cliente. Es un bien pero se diferencia de este porque siempre se consume en el momento en que es prestado”<sup>10</sup>.*

Los servicios que se prestarán por parte de “Lidera Consultores”, serán principalmente el reclutamiento efectivo de personal, asimismo, se brindarán servicios de capacitación y formación del personal, team building e integración del personal, seguimiento de los procesos y fases de la incorporación del personal. Con el variado portafolio de servicios con el que cuenta para atender principalmente a sus clientes que se enfocan en el rubro minero, se darán respuestas a las necesidades detectadas por el cliente y se brindarán soluciones efectivas, garantizando que en cada proyecto, los clientes se encuentren satisfechos con el personal seleccionado y/o que usen adecuadamente las herramientas y estrategias brindadas para fortalecer y elevar su nivel de Desempeño Organizacional.

#### **5.5. Estrategia Organizacional:**

##### **MISION**

Brindar servicios de alta calidad en gestión de recursos humanos, contribuyendo en la transformación de las organizaciones, a través del talento profesional y creando espacios más colaborativos, productivos y positivos de trabajo.

##### **VALORES**

Estándares de ética: Confidencialidad y Transparencia

Calidad: Rapidez, Profesionalismo, Efectividad, Excelencia

Conocimiento del Mercado y Estrategia Comercial

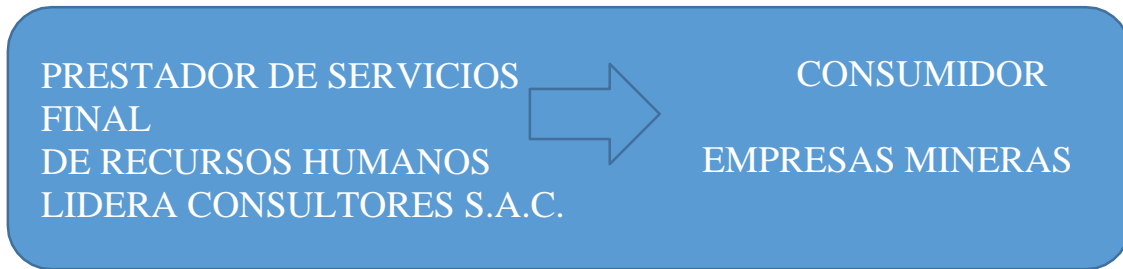
Superación de las expectativas de nuestro cliente, para establecer vínculos duraderos

#### **5.6. Estrategia de Distribución:**

La estrategia de distribución más efectiva y la que más funcionaría en este caso es directamente llegar al consumidor final, es decir, principalmente a las empresas del sector minero que se encuentran en el Perú.

---

<sup>10</sup> Diccionario Digital. Definición ABC. 2018. Visto el 10 de Abril de 2018



Fuente N° 6: Estrategia de distribución  
Fuente: Elaboración Propia

### **5.7. Proceso Metodológico:**

Cada servicio ofrecido por Lidera Consultores es único, así como lo es cada cliente. Por ello, se hace un acompañamiento minucioso de cada proceso, desde el inicio hasta la contratación e, incluso, la adaptación de un ejecutivo en la nueva organización.

A fin de lograr una metodología de trabajo efectiva que garantice al cliente satisfacción y confianza, Lidera Consultores, contará con un grupo de expertos para asesorar al cliente en cada uno de los servicios que ofrecemos.

### **5.8 Servicio de Reclutamiento efectivo de personal:**

Siendo el core business del negocio la búsqueda de personales especializados en el sector minero, los expertos de Lidera Consultores asesorarán al cliente sobre los mejores ejecutivos de alto rendimiento resolutivo, que pueden ocupar una posición específica en su organización.

Se entregará al cliente:

- Asesoría en cada etapa del proceso.
- La terna con el nivel requerido, y
- El candidato que aporte valor agregado a la compañía

#### **5.8.1 Etapas del proceso de búsqueda:**

##### **a) Conocimiento**

El grupo de expertos de nuestra empresa se reúne con el cliente para conocer sus necesidades e identificar el perfil correcto del candidato teniendo presente la cultura organizacional de la compañía y las necesidades del perfil.

##### **b) Investigación**

Se realiza una investigación minuciosa buscando el perfil adecuado en los mercados objetivos a nivel local e internacional. Nuestro trabajo de campo permitirá obtener información valiosa del mercado laboral para nuestros clientes. En esta etapa realizamos un análisis a los candidatos precalificados e investigamos su trayectoria laboral.

#### c) Evaluación y Selección

Nos entrevistamos con los candidatos y evaluamos las competencias requeridas en el perfil. Estudiamos su trayectoria, su proyección profesional, sus competencias y su personalidad, siempre considerando la cultura organizacional del cliente para que el candidato seleccionado se adapte rápidamente a la organización.

#### d) Presentación

En esta etapa se realiza una presentación para nuestro cliente con los resultados obtenidos de nuestra investigación, exponemos cuáles son los perfiles encontrados y brindamos conocimiento de la situación en la que se encuentra el mercado laboral del sector.

#### e) Decisión

Elaboramos un informe completo de la terna de candidatos finalistas que contiene referencias laborales, un análisis integral del perfil de cada uno y su score crediticio. Siendo el cliente quien finalmente los entreviste y tome la decisión.

### **5.9 Servicio de Seguimiento de los procesos y fases de la incorporación del personal:**

#### **5.9.1 Trabajo en conjunto:**

Una vez elegido al candidato por nuestro cliente, asesoramos, monitoreamos y acompañamos a nuestros clientes desde la propuesta de oferta, negociación, contratación hasta la inserción cultural del nuevo personal en la organización.

Utilizamos un programa de coaching de adaptación al cargo por seis (6) meses para el profesional seleccionado. El programa será dirigido por coaches homologados en la metodología con experiencia en coaching para posiciones gerenciales y de alta dirección.

#### **5.10 Servicio de Team building (Trabajo en equipo) e Integración del Personal:**

Las actividades son conducidas por Coach certificados que pueden ser nacionales o internacionales, expertos en formación de adultos y desarrollo de equipos.

Las actividades que desarrollamos se implementan mediante dinámicas de grupos, las mismas que se diseñan de acuerdo a los objetivos buscados por el cliente, realizándolas tanto en espacios exteriores (outdoor) como en interiores (Indoor) o mixtos.

##### **5.10.1 Proceso Operativo del servicio:**

- Desarrollamos dinámicas Team building para grupos desde 20 a 150 personas
- La capacitación puede ser por áreas específicas o sedes.
- Se utiliza un día full time o se puede ajustar el programa a las necesidades del cliente
- Se utilizará una metodología interactiva, colaborativa, innovadora, amena y altamente productiva para todos los participantes.
- Las actividades pueden estructurarse en:

- Actividades físicas y de desafíos mentales, orientados a la solución de problemas, aprendizajes y evidenciando competencias para el trabajo en equipo.
- Actividades de aventura, como la escalada, el rafting, canopy u otras, que demuestran el manejo de los aspectos técnicos y de seguridad, potenciando y transformando las experiencias concretas en aprendizajes de vida.
- Actividades lúdicas o recreativas como el paintball, gymkhana u olimpiada. Se crean momentos de esparcimiento, recreación y diversión con el equipo orientados a la unión, integración y fortalecimiento de la organización.

### **5.11 Servicios de capacitación y formación del personal:**

En la Formación de Personal de destacan el Adiestramiento, Capacitación y Desarrollo de Personal<sup>11</sup>. Asimismo, según Chiavenato *“la capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos”*. Por tanto Lidera Consultores cuenta con profesionales especialistas en el ámbito del sector minero que ofrecen a nuestro cliente capacitación y formación integral al personal.

#### **5.11.1 Proceso Operativo del Servicio:**

- Manejar un amplio programa de temas específicos orientados al sector de la minería.
- Las capacitaciones se ajustan a los requerimientos del cliente y se desarrollan inhouse en el horario más adecuado para la empresa.
- Si la empresa no cuenta con una sala de conferencias brindamos la facilidad de realizarse en nuestras instalaciones.
- Los servicios estarán a cargo de un profesional experto en minería que impartirá conocimientos de capacitación y formación al personal.

---

<sup>11</sup> Escuela de Organización Industrial. 2018. Visto el 17 de abril de 2018

## CAPÍTULO 6: MARCO LEGAL<sup>12</sup>

La normativa legal peruana a la cual se acoge el sector de servicios de recursos humanos con respecto al manejo de personal, son las estipuladas en la Constitución Política del Perú de 1993, en las leyes, reglamentos y decretos legislativos en materia laboral, en el Código Civil y para la creación y manejo de empresas se rige por la Ley General de Sociedades.

### 6.1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL PERÚ DE 1993

En materia laboral el artículo 22° sobre la Protección y fomento del empleo, señala que *“El trabajo es un deber y un derecho. Es base del bienestar social y un medio de realización de la persona”*. Así mismo, el artículo 26° señala los siguientes principios: la igualdad de oportunidades y el carácter irrenunciable de los derechos laborales reconocidos por la Constitución y la Ley y la Interpretación favorable al trabajador en caso de duda insalvable sobre el sentido de una norma.

En el caso de la igualdad de oportunidades sin discriminación es aplicable la norma genérica del derecho a la igualdad establecido en el inciso 2 del artículo 2°. El caso de trato desigual en materia laboral se da en muchas ocasiones por el género. En los últimos años se han desarrollado una serie de normas que buscan establecer la equivalencia de oportunidades y derechos a igual trabajo prestado en idénticas condiciones.

### 6.2 CONTRATACIÓN LABORAL GENERAL

- Decreto Supremo N° 003-97-TR (27/03/1997)

Publicado el 27 de marzo de 1997, mediante el cual se establece el Texto Único Ordenado del Decreto Legislativo N° 728, Ley de productividad y competitividad laboral. En cuyo Título II, artículos 53 al 56 se establece el ámbito de aplicación de los contratos de trabajo sujetos a modalidad. Así también dicho Decreto Supremo establece los alcances del contrato para obra determinada o de servicio. En los artículos 72° y 73° se señalan los requisitos formales para la validez de los contratos.

- Decreto Supremo N° 001-96-TR (26/01/1996)

Esta norma fue publicada el 26 de enero de 1996, por el cual se aprueba el Reglamento del Texto Único Ordenado de Ley de fomento al empleo. En el referido reglamento, se señalan los supuestos de capacitación para el trabajo, la extinción del vínculo laboral, así como los derechos del trabajador.

### 6.3 TRABAJADORES EXTRANJEROS

- Decreto Legislativo N° 689

A través del referido Decreto Legislativo, publicado el 05 de noviembre de 1991, se dicta la Ley para la contratación de trabajadores extranjeros, modificada por el Decreto Legislativo N° 1246; así como su Reglamento, el Decreto Supremo N° 014-92-TR. Esta

---

<sup>12</sup> Diario El Peruano, Normas Legales

normativa establece como principio general la preferencia de la contratación de trabajadores nacionales; sin perjuicio de ello nuestra legislación permite la contratación de personal extranjero exonerado de la obligación de cumplir con los porcentajes limitativos establecidos en el mencionado Decreto, cuando sea personal profesional o técnico especializado, personal de dirección y/o gerencial de una nueva actividad empresarial, así como otros casos que justifiquen tal contratación.

#### **6.4 INTERMEDIACION Y TERCERIZACION**

- Ley 27626

Ley que regula la actividad de las empresas especiales de servicios y de las cooperativas de trabajadores, define su ámbito de aplicación en función de dos criterios: el destaque de trabajadores y la cobertura de actividades principales en determinados supuestos de carácter temporal y de actividades complementarias y especializadas.

#### **6.5 PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES DEL PERÚ**

- Ley N° 29733

El 03 de julio de 2011 se publicó en el Diario Oficial. Tiene como objetivo proteger todos los datos de las personas naturales gestionados por las compañías: clientes, colaboradores y proveedores, entre otros.

- Decreto Supremo N° 003-2013-JUS

Publicado el 22 de marzo de 2013, aprobó el Reglamento de Ley N° 29733, el cual desarrolla y detalla las disposiciones de la ley.

#### **6.6 CÓDIGO CIVIL PERUANO**

En el Código Civil de 1984 se regula el Contrato de locación de servicios, el cual se desarrolla en los artículos 1764° hasta el 1770°.

#### **6.7 LEY GENERAL DE SOCIEDADES**

La Ley General de Sociedades es una ley que rige a la empresa. Esta norma fue promulgada mediante Decreto Legislativo 311, publicada el 12 de noviembre de 1984. En cuya sección tercera se detalla en específico sobre la Sociedad Anónima.

## CAPÍTULO 7: PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

### 7.1 Costo de Mano de obra directa

Cargos	Cantidad	Sueldo Bruto en S/.	Deducciones	Aportes	Gratificaciones	Sueldo
Secretaria	1	1200				1200
Especialistas	2	2500				5000
<b>Total MOD enS/.</b>	<b>2</b>					<b>6200</b>

#### 7.1.1 Proyección de los costos anuales de mano de obra directa

Item	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Secretaria	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200
Especialista	5000	5000	7500	7500	7500	7500	7500	7500	7500	7500
<b>Costo anual MOD En S/.</b>	<b>6200</b>	<b>6200</b>	<b>8700</b>	<b>8700</b>	<b>8700</b>	<b>8700</b>	<b>8700</b>	<b>8700</b>	<b>8700</b>	<b>8700</b>

### 7.2 Costos indirectos

Item	Unidad	Cantidad	Precio unitario	Costo total en S/.
Data display	Unid	1	1200	1200
Pizarra	Unid	1	45	45
Plumones	Unid	10	1	10
Papel bond	Paquete	5	12	60
<b>Total Materiales indirectos en S/.</b>				<b>1315</b>

#### 7.2.1 Otros Costos indirectos

Item	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total en S/.
Asesor legal	Consultas	10	100	1000
Asesor técnico	Consultas	5	80	400
<b>Total en S/.</b>				<b>1400</b>

### 7.2.2 Costos totales anuales indirectos

Item	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>Materiales Indirectos</b>	1315	1345	1375	1405	1405	1405	1405	1405	1405	1405
<b>Otros costos indirectos</b>	1400	1500	1600	1700	1700	1700	1700	1700	1700	1700
<b>Costos Indirectos en S/.</b>	<b>2715</b>	<b>2845</b>	<b>2975</b>	<b>3105</b>	<b>3105</b>	<b>3105</b>	<b>3105</b>	<b>3105</b>	<b>3105</b>	<b>3105</b>

### 7.3 Calculando el Gasto de Administración Proyectado

Cargos	Cantidad	Sueldo Bruto en S/	Deducciones	Aportes	Gratificaciones	Sueldo S/
<b>Gerente general</b>	1	3000				3000
<b>Jefe de operación</b>	1	2500				2500
<b>Jefe de Administración y Recursos Humanos</b>	1	2500				2500
<b>Jefe comercial</b>	1	2500				2500
<b>Analista de recursos humanos</b>	1	2500				2500
<b>Especialista en selección</b>	1	2500				2500
<b>Experto Headhunter</b>	1	2500				2500
<b>Ejecutivo de Marketing</b>	1	2500				2500
<b>Total En S/.</b>	<b>8</b>					<b>20500</b>

#### 7.3.1 Otros gastos del área de administración

Item	Unidad	Cantidad	Precio Unitario en S/.	Costo total S/.
<b>Papeles bond</b>	Millar	2	12	24
<b>Archivadores</b>	Unidad	1	6	6
<b>Grapas</b>	Caja	1	2	2
<b>Tampon</b>	Unidad	1	5	5
<b>Lapiceros</b>	Docena	1	5	5
<b>Cuadernos</b>	Docena	1	10	10
<b>Total En S/.</b>				<b>52</b>

### 7.3.2 Proyección de gastos administrativos

Item	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>Gastos de administración</b>	15500	15500	15500	15500	15500	15500	15500	15500	15500	15500
<b>Otros gastos administrativos</b>	52	82	92	120	120	120	120	120	120	120
<b>Gastos en administración S/.</b>	<b>15552</b>	<b>15582</b>	<b>15592</b>	<b>15620</b>	<b>15620</b>	<b>15620</b>	<b>15620</b>	<b>15020</b>	<b>15620</b>	<b>15620</b>

### 7.4 Inversión de activos tangibles

Item	Precio unitario En S/.	Q Inicial	Año 0	año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total inversión
<b>1. Terreno</b>			3000	3000	3000	3000	3000	3000	18000
<b>Alquiler de oficina</b>	3000	1	3000						
<b>2. Equipos de oficina</b>			11030	0	0	0	0	0	11030
<b>Escritorios</b>	250	5	1250						
<b>Sillas</b>	35	15	525						
<b>Emgranpador</b>	7	5	35						
<b>computadoras</b>	1500	5	7500						
<b>archivador</b>	2	10	20						
<b>Impresora</b>	850	2	1700						
<b>Total</b>			<b>14030</b>	<b>3000</b>	<b>3000</b>	<b>3000</b>	<b>3000</b>	<b>3000</b>	<b>29030</b>

#### 7.4.1 Inversión de activos intangibles

Item	Precio unitario En S/.	Q Inicial	Año 0
<b>Expediente técnico</b>	450	1	450
<b>Libro de actas y legalización</b>	25	1	25
<b>Registro Notarial</b>	50	1	50
<b>Registro Público</b>	110	1	110
<b>Autorización de funcionamiento</b>	100	1	100

<b>Gastos administrativos</b>	300	1	300
<b>Total en S/</b>			<b>1035</b>

#### 7.4.2 Depreciación de activos tangibles

Ítem	Monto de depreciación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Terreno</b>	3000					
<b>Equipos de oficina</b>	11030	2206	2206	2206	2206	2206
<b>Depreciación anual</b>	14030	2806	2806	2806	2806	2806
<b>valor a depreciarse</b>		14030	14030	14030	14030	14030
<b>Depreciación acumulada</b>		2806	5612	8418	11224	14030
<b>Valor en libros</b>		<b>16836</b>	<b>19642</b>	<b>22448</b>	<b>25254</b>	<b>28060</b>

#### 7.4.3 Amortización de activos intangibles

Ítem	Tasa de Amortización	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activo Intangible</b>		1035	1035	1035	1035	1035
<b>Amortización</b>	207	207	207	207	207	207
<b>Amortización acumulada</b>		207	414	621	828	1035
<b>Valor en libros</b>		<b>828</b>	<b>621</b>	<b>414</b>	<b>207</b>	<b>0</b>

#### 7.5 Capital de trabajo

Ítem	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>Costo anual mano de obra directa</b>		6200	7200	8200	9200	10200	11200	12200	13200	14200	15200
<b>costos indirectos</b>		2715	3715	4715	5715	6715	6715	6715	6715	6715	6715
<b>gastos de administracion</b>		15500	15500	15500	15500	15500	15500	15500	15500	15500	15500
<b>costo total desembolsable</b>		24415	26415	28415	30415	32415	32415	32415	32415	32415	32415
<b>diferencia</b>	24415	2000	2000	2000	2000	0	0	0	0	0	0
<b>Ratio (periodo de desfase)</b>		0.83	0.83	0.83	0.83	0.83	0.83	0.83	0.83	0.83	0.83
<b>capital de trabajo inicial</b>	10000										

<b>variacion de capital de trabajo</b>		1660	1660	1660	1660	0	0	0	0	0	0
<b>Recuperacion de capital de trabajo</b>											

## 7.6 Composición de la inversión inicial total

Item	En S/.	En %	En Prob.
<b>Activo Fijo</b>	29030	45	0.41
<b>Activo Intangible</b>	1035	2	0.01
<b>Capital de trabajo</b>	34415	53	0.59
<b>Total Inversión</b>	<b>64480</b>	<b>100</b>	<b>1</b>

**Gráfico Composición de la inversión total**

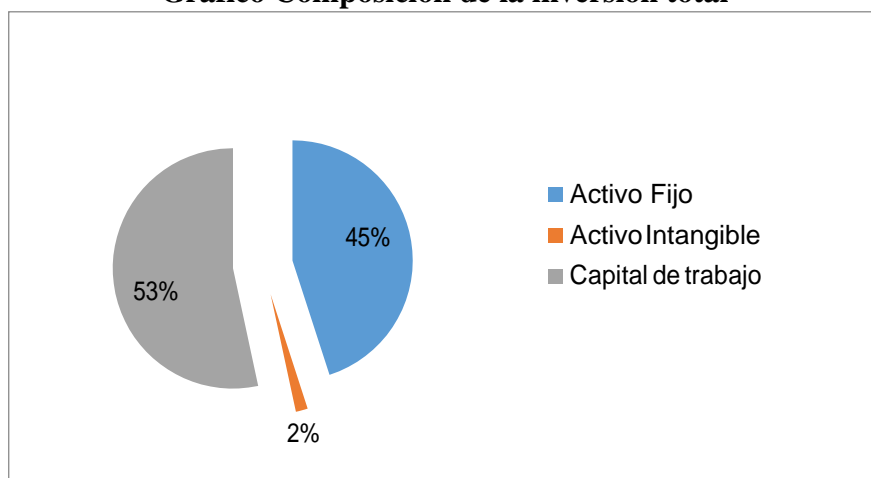


Tabla N° 7: Composición de la inversión total  
Fuente: Propia

## 7.7 Financiamiento

### 7.7.1 Fuentes internas

La inversión que le corresponde a los socios de la Empresa Lidera Consultores es de S/ 24480 lo que representa el 38% del proyecto.

### 7.7.2 Fuentes externas

La inversión que efectuará el Banco de Continental S/ 40 000 que representa el 62% del total.

<b>Estructura de financiamiento</b>	<b>Monto S/.</b>
<b>Préstamo</b>	<b>40000</b>
<b>Aporte de socios</b>	<b>24480</b>
<b>Capital inicial</b>	<b>10000</b>

## 7.8 Datos Generales del Financiamiento

### *Datos Generales del Financiamiento*

<b>Ítems</b>	<b>Valores</b>
<i>Monto del Préstamo (En S/)</i>	40,000
<i>Plazo (En Meses)</i>	36
<i>Interés anual (En %)</i>	20%
<i>Interés mensual (En %)</i>	0.018769265
<i>Periodo de gracia (En Meses)</i>	0

## 7.9 Flujo de capital

<b>Ítem</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
<b>Inversión activo fijo</b>	-14030										
<b>Reinversión activo fijo</b>		3000	3000	3000	3000	0	0	0	0	0	0
<b>Inversión en activo intangible</b>	-1035										
<b>Capital de trabajo inicial</b>	-10000										
<b>variantes de capital de trabajo</b>		-1660	-1660	-1660	-1660	0	0	0	0	0	0
<b>Recuperación del trabajo de capital</b>											
<b>valor de desecho neto</b>											
<b>Flujo de capital</b>	<b>-25065</b>	<b>-1340</b>	<b>-1340</b>	<b>-1340</b>	<b>-1340</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

## 7.10 Estimación de ingresos

<b>Ítem</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
<b>Cantidad de servicio</b>	100	120	140	160	180	200	220	240	260	280
<b>Precio</b>	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900
<b>Ingresos</b>	<b>9000</b>	<b>10800</b>	<b>12600</b>	<b>14400</b>	<b>16200</b>	<b>18000</b>	<b>19800</b>	<b>21600</b>	<b>23400</b>	<b>25200</b>

Los ingresos se estimaron en base a la cantidad de servicio que se prestará, básicamente la

proyección de personal que se capacitará y dispondrá para que trabajen en las diversas empresas, el primer año de funcionamiento se capacitara a 100 personas, el costo que se cobrara por persona capacitada es de S/ 900 Soles.

## 7.11 Flujo Operativo

Item	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ingresos	S/. 90,000.00	S/. 108,000.00	S/. 126,000.00	S/. 144,000.00	S/. 162,000.00	S/. 180,000.00	S/. 198,000.00	S/. 216,000.00	S/. 234,000.00	S/. 252,000.00
Costo de mano de obra directa	S/. -6,200.00	S/. -6,200.00	S/. -8,700.00	S/. -8,700.00	S/. -8,700.00	S/. -8,700.00	S/. -8,700.00	S/. -8,700.00	S/. -8,700.00	S/. -8,700.00
Costos indirectos	S/. -2,715.00	S/. -2,845.00	S/. -2,975.00	S/. -3,105.00	S/. -3,105.00	S/. -3,105.00	S/. -3,105.00	S/. -3,105.00	S/. -3,105.00	S/. -3,105.00
Gastos de administración	S/. -15,552.00	S/. -15,582.00	S/. -15,592.00	S/. -15,620.00	S/. -15,620.00	S/. -15,620.00	S/. -15,620.00	S/. -15,620.00	S/. -15,620.00	S/. -15,620.00
Depreciación	S/. -2,806.00	S/. -2,806.00	S/. -2,806.00	S/. -2,806.00	S/. -2,806.00	S/. -2,806.00	S/. -2,806.00	S/. -2,806.00	S/. -2,806.00	S/. -2,806.00
Amortización de intangibles	S/. -207.00	S/. -207.00	S/. -207.00	S/. -207.00	S/. -207.00	S/. -207.00	S/. -207.00	S/. -207.00	S/. -207.00	S/. -207.00
Utilidad antes de impuestos	S/. 62,520.00	S/. 80,360.00	S/. 95,720.00	S/. 113,562.00	S/. 131,562.00	S/. 149,562.00	S/. 167,562.00	S/. 185,562.00	S/. 203,562.00	S/. 221,562.00
Impuestos (18%)	S/. 11,253.60	S/. 14,464.80	S/. 17,229.60	S/. 20,441.16	S/. 23,681.16	S/. 26,921.16	S/. 30,161.16	S/. 33,401.16	S/. 36,641.16	S/. 39,881.16
Utilidad despues de impuestos	S/. 51,266.40	S/. 65,895.20	S/. 78,490.40	S/. 93,120.84	S/. 107,880.84	S/. 122,640.84	S/. 137,400.84	S/. 152,160.84	S/. 166,920.84	S/. 181,680.84
Depreciación	S/. 2,806.00	S/. 2,806.00	S/. 2,806.00	S/. 2,806.00	S/. 2,806.00	S/. 2,806.00	S/. 2,806.00	S/. 2,806.00	S/. 2,806.00	S/. 2,806.00
Amortización de intangibles	S/. 207.00	S/. 207.00	S/. 207.00	S/. 207.00	S/. 207.00	S/. 207.00	S/. 207.00	S/. 207.00	S/. 207.00	S/. 207.00
Flujo Operativo	S/. 54,279.40	S/. 68,908.20	S/. 81,503.40	S/. 96,133.84	S/. 110,893.84	S/. 125,653.84	S/. 140,413.84	S/. 155,173.84	S/. 169,933.84	S/. 184,693.84

## 7.12 Flujo de caja económico

Item	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Flujo de capital	S/. -25,065.00	S/. -1,340.00	S/. -1,340.00	S/. -1,340.00	S/. -1,340.00	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
Flujo Operativo		S/. 718,479.40	S/. 68,908.20	S/. 81,503.40	S/. 96,133.84	S/. 110,893.84	S/. 125,653.84	S/. 140,413.84	S/. 155,173.84	S/. 169,933.84	S/. 184,693.84
Flujo de caja económico	S/. -25,065.00	S/. 717,139.40	S/. 67,568.20	S/. 80,163.40	S/. 94,793.84	S/. 110,893.84	S/. 125,653.84	S/. 140,413.84	S/. 155,173.84	S/. 169,933.84	S/. 184,693.84

## 7.13 Flujo del servicio de la deuda

Item	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Monto de préstamo	40000										
Interés afectado de impuesto		-4776.37	-2468.6	-1499.4							
amortización		-14483.5	-17780.2	-21736.2							
Flujo de servicio de deuda	40000	-19259.9	-20248.8	-23235.6							

## 7.14 Flujo de caja financiero

Item	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Flujo de caja económico	S/. -25,065.00	S/. 717,139.40	S/. 67,568.20	S/. 80,163.40	S/. 94,793.84	S/. 110,893.84	S/. 125,653.84	S/. 140,413.84	S/. 155,173.84	S/. 169,933.84	S/. 184,693.84
Flujo de servicio de la deuda	S/. 40,000.00	S/. -19,259.87	S/. -20,248.80	S/. -23,235.60	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
Flujo de caja financiero	S/. 14,935.00	S/. 697,879.53	S/. 47,319.40	S/. 56,927.80	S/. 94,793.84	S/. 110,893.84	S/. 125,653.84	S/. 140,413.84	S/. 155,173.84	S/. 169,933.84	S/. 184,693.84

## 7.15 Indicadores evaluativos del proyecto

<b>VANE</b>	<b>4816.12</b>
<b>TIRE</b>	<b>24%</b>
<b>CPPC</b>	<b>0.348259681</b>
<b>COK</b>	<b>20%</b>
<b>VANF</b>	<b>S/. 40,693.85</b>
<b>TIRF</b>	<b>0.27</b>
<b>Valor presente de Beneficios</b>	<b>239,321.69</b>
<b>Valor presente de Costos</b>	<b>39,767.86</b>
<b>CPPC</b>	<b>47.80%</b>
<b>B/C</b>	<b>6.017968</b>

## 7.16 Balance de ganancias y pérdidas

Item	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ingresos	S/. 90,000.00	S/. 108,000.00	S/. 126,000.00	S/. 144,000.00	S/. 162,000.00	S/. 180,000.00	S/. 198,000.00	S/. 216,000.00	S/. 234,000.00	S/. 252,000.00
Costo de mano de obra directa	S/. -6,200.00	S/. -6,200.00	S/. -8,700.00	S/. -8,700.00	S/. -8,700.00	S/. -8,700.00	S/. -8,700.00	S/. -8,700.00	S/. -8,700.00	S/. -8,700.00
Costos indirectos	S/. -2,715.00	S/. -2,845.00	S/. -2,975.00	S/. -3,105.00	S/. -3,105.00	S/. -3,105.00	S/. -3,105.00	S/. -3,105.00	S/. -3,105.00	S/. -3,105.00
Gastos de administración	S/. -15,552.00	S/. -15,582.00	S/. -15,592.00	S/. -15,620.00	S/. -15,620.00	S/. -15,620.00	S/. -15,620.00	S/. -15,620.00	S/. -15,620.00	S/. -15,620.00
Depreciación	S/. -2,806.00	S/. -2,806.00	S/. -2,806.00	S/. -2,806.00	S/. -2,806.00	S/. -2,806.00	S/. -2,806.00	S/. -2,806.00	S/. -2,806.00	S/. -2,806.00
Amortización de intangibles	S/. -207.00	S/. -207.00	S/. -207.00	S/. -207.00	S/. -207.00	S/. -207.00	S/. -207.00	S/. -207.00	S/. -207.00	S/. -207.00
Utilidad antes de impuestos	S/. 62,520.00	S/. 80,360.00	S/. 95,720.00	S/. 113,562.00	S/. 131,562.00	S/. 149,562.00	S/. 167,562.00	S/. 185,562.00	S/. 203,562.00	S/. 221,562.00
Impuestos (18%)	S/. 11,253.60	S/. 14,464.80	S/. 17,229.60	S/. 20,441.16	S/. 23,681.16	S/. 26,921.16	S/. 30,161.16	S/. 33,401.16	S/. 36,641.16	S/. 39,881.16
Utilidad despues de impuestos	S/. 51,266.40	S/. 65,895.20	S/. 78,490.40	S/. 93,120.84	S/. 107,880.84	S/. 122,640.84	S/. 137,400.84	S/. 152,160.84	S/. 166,920.84	S/. 181,680.84
Depreciación	S/. 2,806.00	S/. 2,806.00	S/. 2,806.00	S/. 2,806.00	S/. 2,806.00	S/. 2,806.00	S/. 2,806.00	S/. 2,806.00	S/. 2,806.00	S/. 2,806.00
Amortización de intangibles	S/. 207.00	S/. 207.00	S/. 207.00	S/. 207.00	S/. 207.00	S/. 207.00	S/. 207.00	S/. 207.00	S/. 207.00	S/. 207.00
Flujo Operativo	S/. 54,279.40	S/. 68,908.20	S/. 81,503.40	S/. 96,133.84	S/. 110,893.84	S/. 125,653.84	S/. 140,413.84	S/. 155,173.84	S/. 169,933.84	S/. 184,693.84

## 7.17 Presupuesto operativo

	1 mes	2 meses	3 meses	4 meses	5 meses	6 meses	7 meses	8 meses	9 meses	10 meses	11 meses	12 meses
<b>Ventas</b>												
Venta de producto no. 1	10	10	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>
<b>Costos Variables</b>												
Materiales - Insumos	S/. 543.00	S/. 543.00	S/. 543.00	S/. 543.00	S/. 543.00	S/. 543.00	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
Sueldos	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
Costos de Transporte	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
Otros	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
<b>Costos Variables</b>	<b>S/. 543.00</b>	<b>S/. 543.00</b>	<b>S/. 543.00</b>	<b>S/. 543.00</b>	<b>S/. 543.00</b>	<b>S/. 543.00</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>
<b>Beneficio (B): (Ventas - Costos Variables)</b>	<b>S/. -533.00</b>	<b>S/. -533.00</b>	<b>S/. -535.00</b>	<b>S/. -535.00</b>	<b>S/. -535.00</b>	<b>S/. 8.00</b>	<b>S/. 8.00</b>	<b>S/. 8.00</b>	<b>S/. 8.00</b>	<b>S/. 8.00</b>	<b>S/. 8.00</b>	<b>S/. 8.00</b>
Margin (Beneficio en %)												
<b>Costos Fijos</b>												
Sueldos	S/. 15,500.00	S/. 15,500.00	S/. 15,500.00	S/. 15,500.00	S/. 15,500.00	S/. 15,500.00	S/. 15,500.00	S/. 15,500.00	S/. 15,500.00	S/. 15,500.00	S/. 15,500.00	S/. 15,500.00
Alquiler	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00
Teléfono Movil	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00
Conexión a Internet	S/. 25.00	S/. 25.00	S/. 25.00	S/. 25.00	S/. 25.00	S/. 25.00	S/. 25.00	S/. 25.00	S/. 25.00	S/. 25.00	S/. 25.00	S/. 25.00
Subscripción página web/hosting o actualización	S/. 7.00	S/. 7.00	S/. 7.00	S/. 7.00	S/. 7.00	S/. 7.00	S/. 7.00	S/. 7.00	S/. 7.00	S/. 7.00	S/. 7.00	S/. 7.00
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>S/. 18,552.00</b>	<b>S/. 18,552.00</b>	<b>S/. 18,552.00</b>	<b>S/. 18,552.00</b>	<b>S/. 18,552.00</b>	<b>S/. 18,552.00</b>	<b>S/. 18,552.00</b>	<b>S/. 18,552.00</b>	<b>S/. 18,552.00</b>	<b>S/. 18,552.00</b>	<b>S/. 18,552.00</b>	<b>S/. 18,552.00</b>
<b>Resultado antes de Interés y Depreciación/Amortización</b>	<b>S/. -19,085.00</b>	<b>S/. -19,085.00</b>	<b>S/. -19,087.00</b>	<b>S/. -19,087.00</b>	<b>S/. -19,087.00</b>	<b>S/. -18,544.00</b>	<b>S/. -18,544.00</b>	<b>S/. -18,544.00</b>	<b>S/. -18,544.00</b>	<b>S/. -18,544.00</b>	<b>S/. -18,544.00</b>	<b>S/. -18,544.00</b>
<b>Intereses</b>												
Intereses - préstamo bancario	S/. 1,112.00	S/. 1,112.00	S/. 1,112.00	S/. 1,112.00	S/. 1,112.00	S/. 1,112.00	S/. 1,112.00	S/. 1,112.00	S/. 1,112.00	S/. 1,112.00	S/. 1,112.00	S/. 1,112.00
<b>Total Intereses</b>	<b>S/. 1,112.00</b>	<b>S/. 1,112.00</b>	<b>S/. 1,112.00</b>	<b>S/. 1,112.00</b>	<b>S/. 1,112.00</b>	<b>S/. 1,112.00</b>	<b>S/. 1,112.00</b>	<b>S/. 1,112.00</b>	<b>S/. 1,112.00</b>	<b>S/. 1,112.00</b>	<b>S/. 1,112.00</b>	<b>S/. 1,112.00</b>
<b>Amortización / Depreciación</b>												
Planta y maquinarias	S/. 1,169.16	S/. 1,169.16	S/. 1,169.16	S/. 1,169.16	S/. 1,169.16	S/. 1,169.16	S/. 1,169.16	S/. 1,169.16	S/. 1,169.16	S/. 1,169.16	S/. 1,169.16	S/. 1,169.16
<b>Total Depreciación</b>	<b>S/. 1,169.16</b>	<b>S/. 1,169.16</b>	<b>S/. 1,169.16</b>	<b>S/. 1,169.16</b>	<b>S/. 1,169.16</b>	<b>S/. 1,169.16</b>	<b>S/. 1,169.16</b>	<b>S/. 1,169.16</b>	<b>S/. 1,169.16</b>	<b>S/. 1,169.16</b>	<b>S/. 1,169.16</b>	<b>S/. 1,169.16</b>
<b>Costos Fijos - Intereses y Depreciación:</b>	<b>S/. 20,833.16</b>	<b>S/. 20,833.16</b>	<b>S/. 20,833.16</b>	<b>S/. 20,833.16</b>	<b>S/. 20,833.16</b>	<b>S/. 20,833.16</b>	<b>S/. 20,833.16</b>	<b>S/. 20,833.16</b>	<b>S/. 20,833.16</b>	<b>S/. 20,833.16</b>	<b>S/. 20,833.16</b>	<b>S/. 20,833.16</b>
<b>Beneficio Neto (B - Costos Fijos - Interes y Depreciación)</b>	<b>S/. -21,366.16</b>	<b>S/. -21,366.16</b>	<b>S/. -21,368.16</b>	<b>S/. -21,368.16</b>	<b>S/. -21,368.16</b>	<b>S/. -20,825.16</b>	<b>S/. -20,825.16</b>	<b>S/. -20,825.16</b>	<b>S/. -20,825.16</b>	<b>S/. -20,825.16</b>	<b>S/. -20,825.16</b>	<b>S/. -20,825.16</b>

## 7.18 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA													
Descripción	Mes 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
<b>Ingresos</b>	S/. -	S/. 9,000.00	S/. 9,000.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00
Ventas		S/. 9,000.00	S/. 9,000.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00	S/. 7,200.00
<b>Total de Ingresos</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. 9,000.00</b>	<b>S/. 9,000.00</b>	<b>S/. 7,200.00</b>	<b>S/. 7,200.00</b>	<b>S/. 7,200.00</b>	<b>S/. 7,200.00</b>	<b>S/. 7,200.00</b>	<b>S/. 7,200.00</b>	<b>S/. 7,200.00</b>	<b>S/. 7,200.00</b>	<b>S/. 7,200.00</b>	<b>S/. 7,200.00</b>
<b>Egresos</b>													
Inversión Inicial	S/. 13,975.00												
Local / Terreno	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00
Equipos/Computadoras	S/. 9,200.00												
Muebles y enseres	S/. 1,775.00												
Sueldos y salarios		S/. 15,500.00	S/. 15,500.00	S/. 15,500.00	S/. 15,500.00	S/. 15,500.00	S/. 15,500.00	S/. 15,500.00	S/. 15,500.00	S/. 15,500.00	S/. 15,500.00	S/. 15,500.00	S/. 15,500.00
Gastos administrativos		S/. 6,200.00	S/. 6,200.00	S/. 6,200.00	S/. 6,200.00	S/. 6,200.00	S/. 6,200.00	S/. 6,200.00	S/. 6,200.00	S/. 6,200.00	S/. 6,200.00	S/. 6,200.00	S/. 6,200.00
Pago de préstamo													
Impuestos													
<b>Total de Egresos</b>	<b>S/. 13,975.00</b>	<b>S/. 6,200.00</b>	<b>S/. 6,200.00</b>	<b>S/. 6,200.00</b>	<b>S/. 6,200.00</b>	<b>S/. 6,200.00</b>	<b>S/. 6,200.00</b>	<b>S/. 6,200.00</b>	<b>S/. 6,200.00</b>	<b>S/. 6,200.00</b>	<b>S/. 6,200.00</b>	<b>S/. 6,200.00</b>	<b>S/. 6,200.00</b>
<b>Flujo de caja</b>	<b>S/. -13,975.00</b>	<b>S/. 2,800.00</b>	<b>S/. 2,800.00</b>	<b>S/. 1,000.00</b>	<b>S/. 1,000.00</b>	<b>S/. 1,000.00</b>	<b>S/. 1,000.00</b>	<b>S/. 1,000.00</b>	<b>S/. 1,000.00</b>	<b>S/. 1,000.00</b>	<b>S/. 1,000.00</b>	<b>S/. 1,000.00</b>	<b>S/. 1,000.00</b>

VAN	S/. -4,037.34
Tasa de interés ref.	10%
TIR	2%

## 7.19 Punto de equilibrio

$$\text{Punto de Equilibrio Global} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ventas Netas}}}$$

Punto de Equilibrio en Ventas	
Ventas Netas	S/. 90,000.00
Costos Variables Totales	S/. 2,715.00
Costos Fijos Totales	S/. 18,552.00
<b>Punto de Equilibrio</b>	<b>S/. 19,129.06</b>

## 7.20 Estimación del ROI

Cálculo del ROI (ROI-Simple)	
<b>Ingresos netos</b> producidos por la inversión	90,000
<b>Gastos netos</b> (y-o importes invertidos)	64,480
<b>ROI en %</b>	<b>140%</b>
<b>ROI en S/.</b>	<b>1.40</b>

El retorno de la inversión cuando el ingreso es de S/. 90,000.00 y la inversión es de S/. 64,480.00 es igual a 140%, es decir por cada S/. 1 sol invertido, se obtiene S/. 1.40 soles de retorno.

## CAPÍTULO 8: PLAN DE CONTINGENCIAS

El diseño de este plan de contingencia permitirá superar todas aquellas situaciones que pueden provocar importantes pérdidas, no solo materiales sino aquellas derivadas de la paralización del negocio, y cualquier falla y evento inesperado que Lidera Consultores S.A., pueda enfrentar.

En ese sentido, se entiende por *“Plan de Contingencia al conjunto de procedimientos alternativos a la normal operación de cada empresa, cuya finalidad es la de permitir el funcionamiento de ésta, aun cuando alguna de sus funciones deje de hacerlo por culpa de algún incidente tanto interno como ajeno a la organización”*<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Tamayo y Tamayo, Mario. Serie aprender a Investigar. Bogotá, ICFES, 2005.

El Plan de contingencia contiene los procedimientos y mecanismos de tipo organizacional que permiten dar continuidad en el menor tiempo posible a la operación de Lidera Consultores S.A., en caso de presentarse un evento y/o siniestro que entorpezca el normal funcionamiento de sus actividades.

### 8.1. Escenarios de Contingencia

Escenario de Contingencia	Responsables	Ubicación	Estrategia
Fenómenos naturales (terremotos, sismos, inundaciones, etc.)	Jefe de Administración y Recursos Humanos	Oficina Principal- Av. República de Colombia N° 385, Oficina. 103, San Isidro, Lima-Perú	Identificar los peligros geográficos y climáticos que puedan afectar y poner en riesgo las instalaciones de Lidera Consultores.
Catástrofes causados por el hombre (seguridad de la información, huelgas, fraudes)	Jefe de Operaciones	Oficina Principal- Av. República de Colombia N° 385, Oficina. 103, San Isidro, Lima-Perú	Evaluar la seguridad del área de acceso a la información, a los archivos y a los accesos a la instalación.

Tabla N° 08: Escenario de Contingencia

Fuente: Propia

#### 8.1.1. Función De Los Responsables

1. Administración del plan de contingencia:
  - a. Gerente General
  - b. Jefe de Administración y Recursos Humanos
  - c. Jefe de Operaciones
  
2. Atención y problemas físicos de las instalaciones:
  - a. Jefe de Administración y Recursos Humanos: será el encargado de solucionar problemas relacionados a la infraestructura del edificio donde se ubica Lidera Consultores, ya sea por problemas de inundación, humedad, eléctrico, o cualquier otro problema relacionado.
  
3. Integridad de datos
  - a. Jefe de Operaciones: encargado de solucionar todo lo relacionado con el desarrollo tecnológico, redes, sistemas, servidores, hardware, software, cableados de red, etc.
  
4. Seguridad física de la información

a. Jefe de Administración y Recursos Humanos: su función es custodiar y vigilar por el buen manejo de las instalaciones del edificio, y liderar a las demás áreas, en caso de incendio o robo.

5. Evaluaciones de riesgo:

- a. Gerente General
- b. Jefe de Administración y Recursos Humanos
- c. Jefe de Operaciones

6. Restablecimiento

- a. Gerente General
- b. Jefe de Administración y Recursos Humanos
- c. Jefe de Operaciones

### **8.1.2 Comunicaciones ante el Riesgo:**

#### **AVISOS DE EMERGENCIA**

Cualquier persona que detecte una situación de emergencia avisará al Jefe de Administración y Recursos Humanos, para que este defina la situación y ordene el accionamiento del Plan de Emergencias por el sistema interno de comunicaciones (sonido que se escucha en todas las áreas). En caso de existir corte de energía, debe informarse por medio de un megáfono o se escuchará el sonido de los pitos que utilizan los empleados.

**SISTEMA DE COMUNICACIONES DE ALARMA:** Sistema de alarma sonora que es activado por el Jefe de Administración y Recursos Humanos el cual indica que se deben evacuar las instalaciones, dirigiéndose el personal al punto de encuentro. El coordinador de la emergencia cuenta con un megáfono con el que puede en caso dado poner en alerta a los funcionarios.

**PLAN INFORMATIVO** En caso de emergencia en la oficina principal de Lidera Consultores, todo el personal cuenta con el listado de los números de teléfono de las autoridades y organismos de auxilio que pueden dar soporte.

El Jefe de Administración y Recursos Humanos es la única persona autorizada a dar cualquier información a quien lo requiera, y quien declarada la emergencia dará aviso a las autoridades y a los entes de socorro vía telefónica.

**DECLARACION DEL FIN DE LA EMERGENCIA** Una vez controlada en su totalidad la emergencia y de acuerdo a los criterios del Jefe de Administración y Recursos Humanos, quien es la única persona que puede declarar que esta ha sido superada y por ende ha finalizado. Dando instrucciones claras al personal para que retorne a sus actividades.

### **8.2 Descripción de Estrategias**

<b>ESCENARIOS</b>	<b>EQUIPOS DE TRABAJO</b>	<b>RECURSOS ESPECIFICOS</b>	<b>CONTROLES</b>	<b>PROCESO DE ACTIVACION</b>	<b>PROBABILIDAD</b>
Identificar los peligros climáticos y geográficos que puedan poner en riesgo la instalación principal de Lidera Consultores S.A.C	Administración del plan (Gerente General y Jefe de Administración y Recursos Humanos.	Organismos de auxilio	Desarrollo del plan de emergencias en coordinación con la Gerencia	Inundación, sismo o terremoto	Muy probable, Lima se encuentra ubicada en uno de los cordones telúricos de más alta probabilidad de ocurrencia y riesgo.
	Atención a Problemas físicos del edificio (Jefe de Administración y Recursos Humanos.)	Extintores		Incendio	Probable, porque cerca a las instalaciones se encuentra una gasolinera.
	Jefe de Administración y Recursos Humanos	Activación de planta eléctrica del edificio.		Corte de energía	Probable, por las malas condiciones del cableado eléctrico se hace necesario realizar cortes de energía continuamente. Cortes prolongados (más de 1 hora): poco probables

	Seguridad física de la información (Jefe de Operaciones)	Circuito cerrado de cámaras		Robo, Sustracción, sustitución, Adulteración, Pérdida de documentos	Probable, no se cuenta con sistemas de alarmas en la recepción de los edificios ni se hace revisión física exhaustiva de los documentos físicos que sacan los funcionarios
Evaluar los peligros de la Integridad de los datos	Integridad de datos (Jefe de Operaciones)	Software de seguridad informática (antivirus, firewalls, parches de seguridad, etc.)	Lineamientos que regulan aspectos relacionados con seguridad informática.	Ataques Internos	Poco probable, los usuarios de la red tienen restricciones para realizar modificaciones sobre los documentos registrados en los aplicativos de la empresa.
				Virus informáticos	Probable, no se cuenta con bloqueo de archivos adjuntos en mails y los usuarios no tienen restricciones con el acceso a internet.
				Falsificación	Probable, no existen controles de seguridad adecuados

Identificar los peligros de la seguridad de la información de los archivos de gestión	(Jefe de Operaciones)	Software documental, Software de digitalización Acrobat Capture	Lineamientos que regulan aspectos relacionados con seguridad de la información (Desarrollo de un programa de gestión documental)	Físicas: luz, humedad y temperatura Químicas: oxígeno, nitrógeno, ozono, carbono. Biológicas: roedores, insectos, hongos, bacterias	Probable: ocasionaría pérdidas totales de la información si no se implementa un programa de conservación preventiva de los documentos.
---	-----------------------	---	--	---	--

### 8.3. Identificación de Procesos Críticos

PROCESO	PERIODICIDAD	ORDEN DE PRIORIDAD	ESTIMACIÓN DEL IMPACTO
Ingreso en base de datos: Alimentar la base de datos con los documentos de archivo de los clientes y la base de datos de los posibles candidatos.	DIARIO	2	ALTO
Consultas: Acceso a la base de datos del archivo de Gestión para atender requerimientos de usuarios, clientes y las auditorías que se realicen en la empresa.	DIARIO	3	ALTO
Préstamos: Entrega a los usuarios de la información solicitada en momentos de auditorías y requerimientos de los clientes.	DIARIO	4	ALTO
Digitalización: Preservación en forma digital de documentos de información del archivo de gestión.	DIARIO	1	MUY ALTO

## **Descripción de procesos críticos:**

1. Digitalización: Conversión de una información desde un formato analógico a un modo digital.

Como se aprecia un proceso crítico que produce un impacto muy alto en la Compañía es el de la digitalización de documentos, por lo que a fin de mejorar y de mitigar los riesgos, se tiene como primera prioridad que todos los documentos que se manejan en la compañía y que contienen información de nuestros clientes o candidatos sean digitalizados y que se conserven en un archivo al cual se tenga acceso a través de una autorización para que se otorgue una clave.

Los registros con información vital para la organización, serán documentos escaneados y se conservarán en imagen con dos copias, una en el archivo de gestión ubicado en la oficina principal de Lidera Consultores y otra en una oficina alterna del gerente de la empresa. La disposición final de estos documentos será permanente y en caso de pérdida se aplicarán mecanismos de reconstrucción como la reprografía y la consulta en otras fuentes de información.

2. Ingreso en base de datos: Alimentar la base de datos con la información que se reciba en el archivo de gestión.

El tener diariamente la base de datos completa, con la información requerida, ayudará a que se pueda tener un alcance rápido a los datos ya sea de los clientes o de los candidatos que se seleccionan. Se desarrollará una auditoría interna diaria a fin de que todas las áreas cumplan con tener la base de datos actualizada.

3. Consultas: Acceso a la base de datos del archivo de gestión de Lidera Consultores para búsqueda de información.

Las consultas serán más efectivas si se cumple diariamente con el punto 2 arriba señalado, de esta forma tanto clientes, como auditores y las áreas internas tendrán acceso a la información de la Base del archivo de gestión, evitando de esta forma pérdidas económicas por gestión inoportuna y/o no adecuada a las consultas parte del negocio de la Compañía.

4. Préstamos: Entrega a usuarios de expedientes que forman parte del archivo de gestión.

Con la finalidad de evitar sanciones económicas asociadas a la mala gestión en los préstamos de los expedientes que contienen información confidencial de clientes o candidatos, se desarrolla una política de confidencialidad y protección de datos personales con cada uno de los integrantes de Lidera Consultores, firmando cada uno de ellos un NDA (non-disclosure agreement), que establece las penalidades en caso se de incumplimiento al acuerdo.

## **8.4 Capacitación y Pruebas**

### Objetivos:

La Compañía ha definido un conjunto de políticas y procedimientos para difundir y concientizar a todo el personal activo de la empresa los pasos a seguir en caso de cualquier riesgo, lo cual se encuentra detallado en el Manual de Gestión de Riesgos.

### Manuales y Procedimientos:

- Plan Anual de Contingencia
- Lineamientos y procedimientos generados por la empresa.
- Plan de seguridad de la información

### Estrategias de Capacitación:

Utilizar un lenguaje sencillo y que sea entendible para todo el personal activo de la empresa. Organizar jornadas de capacitación del plan de contingencia de 4 horas diarias por grupos de máximo 6 personas, en caso que asista más personal al recinto, se dividirá el grupo en dos.

En caso de existir un corte eléctrico, se realizará una jornada práctica con el personal, la cual se ha preparado previamente.

## **PLAN DE PRUEBAS**

### Objetivos:

Reducir la probabilidad de riesgos en un nivel aceptable asegurando la adecuada recuperación de la información.

## **TIPOS DE PRUEBAS**

### Simulacros:

Los simulacros hacen parte de la evaluación, capacitación y entrenamiento del personal para la atención de emergencias, por lo que cada una de estas actividades debe ser evaluada en todos sus aspectos.

Es de resaltar que los simulacros no deben ser anunciados con anterioridad a su ejecución, ya que no se mediría y evaluaría la reacción real del personal de la empresa. Por lo anterior durante el año se deben efectuar mínimo tres (3) ejercicios de este tipo ubicando la emergencia en diferentes áreas de la empresa.

Frente a incidentes de orden técnico sobre la plataforma tecnológica de la Compañía, el personal de la Mesa de Soporte del área de operaciones registra, atiende, soluciona, e informados

mensualmente al Jefe de Operaciones para su revisión y acción oportuna.

Descripción:

**Proceso de Autenticación:** Es el proceso que permite verificar la identidad de un colaborador en el sistema de información. Para ello, a cada colaborador se le asigna un “usuario” y una “contraseña” para el acceso.

**Proceso de Autorización:** Es el proceso que permite verificar que un colaborador tiene la autoridad para realizar cierta operación en el sistema de información. Para ello, el “usuario” previamente autenticado es asociado estrictamente a un “rol” el mismo que se compone de una serie de accesos a la información que el sistema procesa.

Adicionalmente, estos sistemas de información poseen un nivel de protección extra al funcionar únicamente dentro de la red de datos de la Compañía, es decir, al no tener conexión con la red pública (Internet) los datos se mantienen protegidos contra el acceso externo no autorizado

## **8.5 Política de Incentivos para la Gestión de Riesgo Operacional**

A fin de fomentar una adecuada gestión de Riesgo, la Compañía ha considerado conveniente establecer una política de incentivos acorde a su tamaño y complejidad de operaciones. La Política de incentivos se aplica para aquellos colaboradores que ayuden al logro de los objetivos asociados a la gestión del riesgo operacional.

### **POLITICAS:**

#### **Identificación de riesgos operacionales: eventos por riesgo operacional y eventos de pérdida**

**a.** La Compañía premiará anualmente a los dos (2) colaboradores que hayan identificado, evaluado y reportado el mayor número de: i) eventos de riesgos operacionales, ii) eventos de pérdida por riesgo operacional. Asimismo, también se debe proponer el tratamiento del (los) riesgo(s) identificado(s).

**b.** El incentivo aplica para el Colaborador como para los jefes.  
El premio a entregar será: un vale de Almuerzo o Cena para los Equipos

## CAPÍTULO 9: CONCLUSIONES

- Debido al potencial económico del sector minero en el Perú, se debe contar con personal ejecutivo y operativo altamente especializado a través de la óptima selección para el reclutamiento y contratación del personal para las compañías mineras.
- En el macroentorno para el análisis FODA, nos damos cuenta que todos los factores determinados son de vital importancia, debido a que el sector minero depende directamente de la política en el país, factor predominante ante cualquier decisión de inversión.
- En el análisis FODA para las oportunidades y amenazas, se puede ver que sí existen competencia con “Lidera consultores” (por ejemplo: Pigmaleon, Headhuntersperu, MBS Consulting), estos clientes no son bien atendidos con la calidad de servicio esperada, siendo esto una oportunidad clave para trabajar el Marketing dirigido.
- En el plan de marketing establecido, se ha abocado el tema del marketing digital como punto de enfoque al nuevo mercado.
- Para el reclutamiento del personal, “Lidera consultores” utiliza estrategias efectivas para la búsqueda de personales especializados en el sector minero, los expertos de Lidera Consultores han sido capacitados poder brindar el producto final al cliente.
- El proyecto convendría ser ejecutado de forma financiada debido a que el TIRF a través de este modo es 27% con una relación beneficio – costo de 6.02 y un VANF de S/ 40,693.85. Y desde el punto de vista de proyecto financiado que corresponde a la alternativa más conveniente desde el punto de vista de evaluación económica un VANE de S/4816.12 (al 0.35% de costo promedio de ponderado del capital CPPC); en donde se ha considerado el riesgo de 2.5% y una tasa impositiva de 1%. Y se tiene un TIRE del 24%, desde el punto de vista de proyecto económico haciendo rentable la ejecución del presente plan de negocio.
- El capital de trabajo inicial requerido para este proyecto ascendería a la suma de S/64,480 Soles.

## BIBLIOGRAFÍA

<sup>1</sup> Diario digital El Economista. (2018). <http://www.eleconomistaamerica.pe/economia-eAm-peru/noticias/8968315/02/18/Inversion-minera-en-el-Peru-crecera-20-el-2018.html>. (última consulta el 10 de abril del 2018).

<sup>2</sup> Escuela Graduate School of Business. (2018). <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2017/02/02/un-problema-clave-en-la-mineria-la-escasez-de-talento/>. (Visto el 12 de abril de 2018).

<sup>3</sup> Blog del autor Juan Francisco, sobre Marketing Digital. (2018). <http://territoriomarketing.es/el-macroentorno-y-microentorno/>. (Visto el 20 de marzo de 2018)

<sup>4</sup> Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal.(2007) . <http://www.redalyc.org/html/292/29212108/> (Visto el 17 de abril de 2018).

<sup>7</sup> La Sociedad Anónima Cerrada es una figura más dinámica y la más recomendable para una empresa familiar, chica o mediana, señaló a PQS Carmen Chasseloup, analista legal de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI).(2017). (Visto el 04 de abril de 2018).

<sup>8</sup> Mi Empresa Propia. Escuela de Emprendedores. (2018). [https://www.mep.pe/intranetmiembromep/Formalizacion/MEP\\_Guia\\_Constitucion\\_y\\_Formalizacion.pdf](https://www.mep.pe/intranetmiembromep/Formalizacion/MEP_Guia_Constitucion_y_Formalizacion.pdf) (Visto el 07 de abril de 2018)

<sup>9</sup> Superintendencia Nacional de Administración Tributaria del Perú. (2018). <http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil/pasos/paso1.pdf>, (Visto el 07 de abril de 2018).

<sup>10</sup> Diccionario Digital. Definición ABC. (2018). <https://www.definicionabc.com/economia/servicio.php>, (Visto el 10 de Abril de 2018).

<sup>11</sup> Escuela de Organización Industrial. (2018). <http://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/06/04/rr-hh-formacion-de-personal/>, (Visto el 17 de abril de 2018).

<sup>12</sup> Diario El Peruano, Normas Legales <http://elperuano.pe/> (Visto el 17 de abril de 2018).

<sup>13</sup> Tamayo y Tamayo, Mario. Serie aprender a Investigar. Bogotá, ICFES, 2005.