



**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA
PRIVADA “ZEGEL IPAE”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS**

**PROYECTO DE INNOVACIÓN: IMPLEMENTACIÓN DE
PROCESOS DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE TALENTO
HUMANO: ATRÁPALO BUSINESS PERÚ**

**Proyecto de innovación para optar el Grado Académico de Bachiller en
Administración de Negocios**

CARLA ANDREA RAICO UCEDA PL73128550

JOANY ALBERTO SANTOS ROMERO PL45898370

SEBASTIÁN ANDRÉS TELLO GONZALEZ PL75347557

Lima – Perú

2021

RESUMEN EJECUTIVO

Podemos concluir que vivimos en un mundo de constante cambio en donde la modernización cumple un papel fundamental en las empresas, y lo vemos reflejado en el 100% de las entrevistas de las empresas que estarían dispuestas en adquirir este tipo de servicios, en donde una plataforma eficiente les ayude a optimizar tiempo y procesos. Podemos observar que todas las empresas entrevistadas necesitan de un proceso de selección y reclutamiento eficiente, práctico y que ofrezca garantía, ayudando a obtener el perfil idóneo para el puesto. Muchas de ellas están acostumbradas a invertir poco por lo que debemos crear estrategias comerciales agresivas para convencerlos de que somos la alternativa de solución que estaban buscando. Además, concluimos que las fases de deben ser trabajadas según los procesos que nuestros clientes consideren más importantes, haciéndoles propuestas en actividades que se concatenen y complementen unas con otras con el fin de lograr los objetivos esperados. Este proyecto se lleva a cabo con una inversión de S/78,989.40 para el capital de trabajo inversión tangible e intangible. Los emprendedores aportarán un 60% de capital propio con un COK anual del 6.65% y el resto será financiado por el banco Scotiabank. Según proyecciones en el primer año se llegará al umbral de rentabilidad con un total 150 servicios brindados y una facturación de S/19,380.24, además al primer año se registra una utilidad de S/35,709.69, la proyección de crecimiento es de un 3.6% llegando a vender un total de 806 unidades a lo largo de 5 años. Los impulsores de este proyecto son estudiantes de la carrera de Administración Negocios, cuentan con un amplio conocimiento en diversos campos. Joany Santos Romero, cuenta con experiencia en redes e informática. Carla Raico Uceda, tiene notable experiencia en el sector comercial y Sebastián Tello Gonzalez es experto en finanzas y seguridad informática.

Índice

RESUMEN EJECUTIVO	2
CAPÍTULO I	DEFINICIÓN DEL NEGOCIO
8	
1.1 Idea de negocio.....	8
1.1.1 Tipo de producto o servicio	47
1.1.2 Características principales	47
1.1.3 Formatos o presentaciones principales	48
1.2 Diagnóstico de la idea de negocio.....	9
1.3 Justificación del plan de negocio	11
CAPÍTULO II	ANÁLISIS DEL MICRO Y MACRO ENTORNO
13	
2.1 Análisis del Macro Entorno.....	13
2.1.1 Económico – Social	13
2.1.2 Cultural	14
2.1.3 Político - Legal.....	16
2.1.4 Demográfico	17
2.1.5 Tecnológico.....	18
2.2 Análisis del Microentorno – 5 Fuerzas de Porter.....	19
2.2.1 Perfil de clientes.....	19
2.2.2 Perfil de Competidores	19
2.2.3 Perfil de Proveedores	20
2.2.4 Potenciales competidores.....	21
2.2.5 Productos sustitutos	22
CAPÍTULO III PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO.	¡Error! Marcador no definido.
3.1 Misión.....	25
3.2 Visión	25
3.3 Valores	25
3.4 Objetivos estratégicos	25
3.5 Lienzo Canvas	¡Error! Marcador no definido.
3.6 Matriz FODA	31
3.7 FODA cruzado	32
3.8 Diagrama de Gantt	¡Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO IV ESTUDIO DE MERCADO	35

4.1	Análisis de la oferta.....	35
4.2	Análisis de la demanda.....	36
CAPÍTULO V..... PLAN DE COMERCIALIZACION		
45		
5.1	Mercado (características y segmentación).	45
5.2	Marketing Mix.....	46
5.2.1	Producto	46
5.2.2	Precio	49
5.2.3	Plaza.....	50
5.2.4	Promoción.....	50
5.2.5	Personas	54
5.2.6	Procesos	54
5.2.7	Presencia o evidencia fiscal:	55
5.3	Formulación estratégica ANSOFF.	56
5.4	Proyección de ventas.	57
CAPÍTULO VI PLAN TÉCNICO		59
6.1	Localización de la empresa. (Matriz de localización).....	59
6.2	Tamaño del negocio (capacidad instalada) (LAYOUT)	60
6.3	Necesidades (maquinarias y equipos, mano de obra y materia prima).	62
6.4	Costos (directos e indirectos)	64
6.5	Proceso de producción u operación (diagrama de flujo).....	66
6.5.1	Etapas del proceso del servicio por fases.....	67
6.6	Certificaciones necesarias.	70
6.7	Impacto en el medio ambiente.	71
CAPÍTULO VII..... PLAN ORGANIZACIONAL, DE PERSONAL Y LEGAL		
72		
7.1	Constitución de la empresa (proceso, trámites, permisos y costos).....	72
7.2	Obligaciones (tributarias y laborales).	73
7.3	Estructura organizacional.....	78
7.4	Descripción de funciones.	78
CAPÍTULO VIII..... PLAN ECONÓMICO – FINANCIERO		
83		
8.1	Inversiones (estructura).....	83
8.1.1	Inversión tangible.....	83
8.1.2	Inversión intangible	84
8.1.3	Capital de trabajo	85

8.1.4	Inversión Total	87
8.2	Ingresos y Egresos.....	88
8.3	Deuda (cuadro de amortización).....	89
8.4	Flujo de caja (económico y financiero).....	90
8.5	Evaluación económica y financiera (VAN y TIR).....	91
CAPÍTULO IX CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES Y REVISIÓN FINAL DEL INFORME		92
9.1	Conclusiones y recomendaciones.....	92

Tablas

Tabla 1 - Consolidado de fuerzas.....	24
Tabla 2 - Diagrama Canvas.....	29
Tabla 3 - Matriz FODA.....	31
Tabla 4 - Diagrama de Gantt.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 5 - Empresas Competidoras	35
Tabla 6 - Detalle de la Marca.....	47
Tabla 7 - Características de local	60
Tabla 8 - Layout de atrápalo	61
Tabla 9 - Costos	64
Tabla 10 - Costos directos.....	65
Tabla 11 - Costos indirectos	65
Tabla 12 - Aspectos legales, tributarios y societarios.....	72
Tabla 13 - Costos de constitución.....	73
Tabla 14 - Planilla Atrápalo.....	75
Tabla 15 - Costo de Planilla Mensual	75

Gráficos

Ilustración 1 - Factores Externos	17
Ilustración 2 - Pregunta n° 1	39
Ilustración 3 - Pregunta n°2	39
Ilustración 4 - Pregunta n° 3	40
Ilustración 5 - Pregunta n° 4	40
Ilustración 6 - Pregunta n° 5	41
Ilustración 7 - Pregunta n° 6	41
Ilustración 8 - Pregunta n° 7	42
Ilustración 9 - Pregunta n° 8	42
Ilustración 10 - Pregunta n° 9	43
Ilustración 11 - Pregunta n° 10	43
Ilustración 12 - Pregunta n° 11	44
Ilustración 13 - Tipo de Servicio	46
Ilustración 14 - Layout local de atrápalo	62
<i>Ilustración 15 - Diagrama de flujo Atrápalo</i>	<i>66</i>
Ilustración 16 - Diagrama de procesos atrápalo	70
Ilustración 17 - Organigrama	78

CAPÍTULO I

Definición del Negocio

1.1 Idea de negocio

Las grandes y medianas empresas cuentan con un área de Recursos Humanos establecida, mayormente sus procesos están definidos y buscan profesionales que calcen en el puesto de trabajo, tienen un encargado en el área destinado para estas funciones; sin embargo, cuentan con procesos largos, complejos y costosos que demandan tiempo, sumado a la alta rotación por no encontrar el perfil idóneo. Estas empresas suelen necesitar de innovación y eficiencia para este tipo de operaciones, necesitan garantizar la permanencia del profesional en el puesto de trabajo, acompañado con la productividad alineada a los objetivos del puesto y de la empresa. Respecto a las pequeñas empresas, en su mayoría, el esquema organizacional no cuenta con un área de Recursos Humanos definida, el administrador o jefe de área apoya con esta labor según la vacante requerida, las funciones usualmente son reclutar, contactar y entrevistar al postulante, esto puede ocasionar descuidos dentro del área por la inversión de tiempo. El riesgo de que el futuro colaborador fracase es alto, ya que el proceso no lo realiza un profesional especializado, estas empresas, sin duda, están en búsqueda de nuevos talentos que agreguen valor y les permita tener una visión de crecimiento dentro del rubro, por lo que es crucial y estratégico contratar a los profesionales pertinentes para dar frente a su competencia.

A raíz de estos factores, nace Atrápalo, con el fin de brindar una solución compacta y específica para las grandes y medianas empresas que podrán ejecutar un proceso más dinámico y eficiente de selección y reclutamiento del personal, evitando incurrir en costos extras y reduciendo el riesgo de rotación en el puesto de trabajo. Por otra parte, para las pequeñas empresas, les da una opción viable de poder implementar un proceso estandarizado ante la falta de un área de RRHH definida, este proceso les ayudará a encontrar al profesional que necesitan para alcanzar sus objetivos y aumentar la productividad.

Beneficios y términos generales de la idea de negocio: Atrápalo es una plataforma de selección y reclutamiento de personal que brinda servicios de implementación de procesos para encontrar el perfil ideal en el puesto de trabajo que sus clientes necesiten. Este puesto de trabajo son directivos, mandos medios y operativos en los cuales los postulantes pasarán por diferentes pruebas para medir conocimiento, habilidades blandas y entre otros filtros que demanden las empresas y nos permitan identificar a los perfiles que más se amolden al puesto. Proponemos a las empresas un periodo entre 15 – 20 días hábiles de duración del proceso.

Atrápalo tiene como propuesta principal facilitar el proceso de reclutamiento y selección de otras empresas, es un negocio B2B, que quiere conseguir los mejores profesionales para otras empresas, ahorrar costos y tiempo. Posicionarnos dentro del mercado.

1.2 Diagnóstico de la idea de negocio

Observamos que muchas personas en la actualidad dentro de sus preocupaciones han tenido una en común, el mantener o conseguir un empleo seguro y estable, a través de diversas maneras, como lo son referencias, plataformas de reclutamiento como Bumeran, Aptitus, Indeed, entre otras; a través de redes sociales como LinkedIn o grupos de Facebook, referencias de familiares o amigos, o por último sean visto obligados o han tomado la decisión por empezar un emprendimiento.

En los últimos dos años gran parte de la población no solo en el país, sino a nivel mundial, han perdido sus empleos y ha surgido la necesidad de adaptación no solo a nivel de personas sino también a nivel de empresas de cómo generar mayores ingresos manteniendo los más altos estándares de salud y seguridad para evitar el contagio y mantenerse en las mejores condiciones para desarrollar sus funciones.

En este proceso de adaptación, la mayoría de las empresas que actualmente se encuentran en el mercado ha sido gracias a la aplicación de la tecnología en sus procesos internos y al uso de las redes sociales, pero hay casos o ejemplos en donde si es necesario cierto grado de presencia como lo son el proceso de reclutamiento y selección, lo cual ha sido un desafío para ciertas empresas, sobre todo, las

grandes empresas que realizan estos proceso de manera masiva en ciertas fechas, mayoritariamente, por motivos de campaña y que al no contar con una infraestructura adecuada o un aforo muy amplio han expuesto a los postulantes a largas horas de espera generando colas, aglomeraciones e incomodidad del personal por estar en contacto con muchas personas.

Problemas:

- Aforos más limitados por las disposiciones del Gobierno a raíz del COVID-19
- Procesos más largos de selección y reclutamiento que lo habitual
- Mayores costos de
- Procesos masivos al haber pocas oportunidades laborales
- Difícil gestión y organización
- Dificultad por encontrar el perfil idóneo para el puesto

Nuestro conocimiento se basa en experiencias de terceros, tanto amigos y familiares que en este último año (desde que empezó la pandemia), han visto estos casos o similares donde ha primado más la necesidad de obtener un empleo para generar ingresos para su hogar que la salud y seguridad de las medidas que ciertas empresas toman sin precaución para conseguir más personal para sus obligaciones. Sumado a una lluvia de ideas para identificar soluciones viables en este tipo de procesos. Por otro lado se incrementó la modalidad de trabajo remoto (home office) debido a las nuevas necesidades de las empresas para continuar con su desarrollo.

Con esta idea se espera dar un aporte social, empresarial y de desarrollo personal para poder obtener un empleo a pesar de la dificultad de la coyuntura, teniendo en cuenta que en la actualidad del país no hay muchas opciones laborales y que muchas empresas tienen procesos desfasados o utilizan métodos de selección anticuados o muy largos, en donde no solo el postulante invierte mucho tiempo, sino que también el personal encargado no logra cumplir los objetivos de la organización.

1.3 Justificación del plan de negocio

Con el paso de los años, los cambios tecnológicos y las tendencias del momento hacen que las empresas se modernicen y estén en constante innovación, métodos que antes se veía imposible de realizar ahora se manejan desde una computadora a través de un software especializado, procesos cada vez más estandarizados y colaboradores que manejan este tipo sistemas de manera sencilla o que les resulta fácil aprender. Lo cual

tienen impactos significativos para la organización no solo en costos sino también en procesos como ventajas competitivas en el mercado.

Ahora es donde más se ha tenido que utilizar los recursos tecnológicos y las empresas ver la manera de adaptarse e incorporarlos a raíz de la pandemia del COVID-19 que ha generado una variación en la forma de trabajar, en muchos casos, el home office, implementar protocolos de seguridad, reducir aforos, tener el mínimo contacto posible y mantener una distancia razonable de la otra persona, pero por otro lado, lamentablemente en muchas empresas que no han podido adaptarse han tenido que recurrir a la reducción del personal o hasta cerrar por los ingresos reducidos. Muchas de estas personas han emprendido algún negocio, pero las que no, han tenido que recurrir ante la primera oportunidad u oferta laboral de alguna empresa en mejores condiciones. Lo que genera un proceso de reclutamiento masivo, que no se ajusta al aforo, con una mala organización y poco control en el tema de la salud.

Nuestro tamaño de mercado favorable está enfocado inicialmente a todas aquellas mediadas y grandes empresas que realizan procesos de reclutamiento y selección masivos para poder manejar un orden, optimizar sus tiempos y que la búsqueda del personal ideal sea más efectiva y que en el futuro sea implementado para cualquier empresa que se caracteriza por un buen clima laboral con personal profesional é idóneo en las diversas áreas y canales de atención.

Por ello, nuestra oportunidad identificada se suscitó viendo la falta de seguridad en el medio y la alta tasa de profesionales y personal capacitado desempleado en el país. El hecho de implementar un proceso más seguro, amigable, confiable y semi automatizado para que las empresas puedan implementar en el área de recursos humanos y encuentren el colaborador que más se ajuste al perfil de una manera innovadora y rápida con los objetivos deseados.

CAPÍTULO II

Análisis del Micro y Macroentorno

2.1 Análisis del Macroentorno

Macroentorno cabe resaltar que el análisis se ha realizado bajo la coyuntura del COVID-19 que ha dejado una fuerte crisis en países latinoamericanos en vías de desarrollo como Perú.

2.1.1 Económico – Social

“El país se ha visto gravemente afectado por la pandemia del COVID-19. La cuarentena llevó a un descenso del PBI de 11.1 % en el 2020. El empleo cayó en promedio 20% entre abril y diciembre. En este contexto, el gobierno desarrolló un programa global de compensación económica y asistencia con el fin de proteger a la población vulnerable y apoyar a las empresas, el mismo que incluye transferencias en efectivo, postergación del pago de impuestos y garantías crediticias para el sector privado. Este programa habría movilizó recursos por un valor equivalente al 20% del PIB. A pesar de este esfuerzo, la desaceleración de la actividad económica y el desempleo habrían producido un incremento de alrededor de seis puntos porcentuales en la pobreza monetaria, empujando a casi dos millones de personas a esta condición, llevando la tasa de pobreza a alrededor de 27% en 2020.” Perú panorama general. (2021, 8 abril). World Bank.

(<https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview#3>)

El déficit público aumentó a 8,9% en 2020, desde el 1,6% del año previo. Los ingresos cayeron drásticamente debido al fuerte encogimiento de la actividad económica. Además, el componente fiscal del paquete (gastos en salud, transferencias sociales, subsidios de nómina, entre otros), estimado en 7% del PIB, elevó los gastos. Con ello, la deuda pública cerró el año en 35% del PIB, por encima del límite legal del 30%.

Por el lado de las cuentas externas, se registró una abrupta caída de los volúmenes de exportación e importación. A pesar de ello, la cuenta corriente de la balanza de pagos mostró un signo positivo en 2020, debido a la mejora de los términos de intercambio, especialmente en la segunda mitad de año.

Considerando la profundidad de la recesión en el 2020, para el 2021 se espera un fuerte rebote, lo cual presupone una ejecución más rápida de la inversión pública y mejores condiciones internacionales a raíz de la implementación de una vacuna contra el COVID-19. En el plano doméstico, la prevalencia de algunas restricciones, la aversión al riesgo y la incertidumbre ralentizarían la recuperación del gasto privado. En este contexto, a pesar de un fuerte rebrote, el PIB se mantendría por debajo del nivel prepandemia.

“En adelante, se espera que la economía se estabilice a tasas cercanas a las registradas en el período anterior a la crisis. El desafío para nuestra economía peruana debería ser acelerar el crecimiento del PBI, promover un bienestar compartido y brindar a sus ciudadanos protección contra los remezones, ya sea de índole generalizada o individual. Para ello, será necesario potenciar la efectividad del Estado en la prestación de servicios públicos y en la calidad reguladora, generar planes de protección, así como proveer una mejor infraestructura de conectividad y formular políticas para reducir la rigidez en los mercados de productos.” Perú panorama general. (2021, 8 abril). World Bank.

(<https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview#3>)

2.1.2 Cultural

“El sector cultural lucha por reinventarse para reponerse del duro golpe. La transferencia de 20 millones de soles para otorgar más apoyos económicos para los trabajadores de la cultura se ha convertido en una nueva dosis de esperanza para seguir bregando en este difícil camino. Una de las lecciones aprendidas fue que no se debe esperar más para conocer cuántas personas se dedican al sector cultural. Perú, por primera vez, contará con el registro nacional de trabajadores y organizaciones culturales (Rentoc), que abonará para plantear políticas públicas más acertadas que coadyuven al desarrollo, la promoción y el fomento, así como la

preservación de las artes y la cultura.” Olaechea, J. (2021, 12 marzo). El Peruano. (<https://elperuano.pe/noticia/116872-un-ano-de-pandemia-al-rescate-de-la-cultura-con-apoyos-economicos-y-registro-nacional>)

Así lo manifestó la viceministra de Patrimonio Cultural e Industrias Culturales del Ministerio de Cultura (Mincul), Leslie Urteaga, al indicar que es una “herramienta voluntaria y gratuita”, que recogerá información sobre las personas naturales y jurídicas dedicadas a ocupaciones y actividades culturales. El Gobierno dispuso la entrega de apoyos económicos, en ocho líneas, para evitar la ruptura de la cadena de pagos y mitigar el impacto producido por la suspensión o cancelación de actividades culturales. Con un presupuesto de 50 millones de soles, el 6 de julio del 2020 se lanzó con gran éxito la primera convocatoria que se cerró el 30 de setiembre. Se recibieron 15,529 solicitudes por 308 millones 75,000 soles.

Al 31 de diciembre fueron beneficiadas 1,945 solicitudes (1,353 trabajadores de las industrias culturales y artes, 592 portadores del patrimonio cultural inmaterial), que involucraron a un total de 9,411 personas. De ellas, el 65 % correspondió a regiones y el 35 %, a Lima Metropolitana.

El 82 % de estos proyectos pertenecieron a personas naturales (trabajador cultural independiente y colectivos) y el 18 %, a personas jurídicas.

Además, el 43 % de las solicitudes que obtuvieron recursos fueron presentadas por o atienden a población vulnerable como la afroperuana, indígena u originaria o con alguna discapacidad.

La funcionaria indicó que la región con más beneficiarios de colectivos inmateriales que recibieron apoyos económicos fue el Cusco (91); le siguen Lima (88), Junín (59), Arequipa (43).

Tomado de: Olaechea, J. (2021, 12 marzo). El Peruano.
(<https://elperuano.pe/noticia/116872-un-ano-de-pandemia-al-rescate-de-la-cultura-con-apoyos-economicos-y-registro-nacional>)

2.1.3 Político – Legal

Perú vive estos días la crisis política más grave de los últimos 19 años. A este incierto escenario se sumó el mayor avance en las investigaciones por casos de corrupción, que han llegado a involucrar a la mayoría de los líderes de la clase política tradicional. Este contexto de lucha anticorrupción ha desencadenado graves desencuentros entre el Ejecutivo y el Legislativo, pues el primero acusa al segundo de “blindar” a magistrados con graves acusaciones. Sin embargo, el debilitamiento del poder político del mandatario no se ha circunscrito al Congreso, sino que también ha empezado a perder el apoyo de los gobiernos regionales, sobre todo en el sur del país, donde se han intensificado los conflictos sociales relacionados con la actividad minera, con paros y marchas contra dos proyectos emblemáticos de la región. Esta turbulencia política ha frenado el ritmo de crecimiento económico.

Ilustración 1 – Factores Externos



Tomado de: Carranza, G. (2021, 28 agosto). LA ERA VIZCARRA: CONFRONTACIÓN POLÍTICA E INCERTIDUMBRE EMPRESARIAL EN EL PERÚ. IDEAS LLYC. (<https://ideas.llorenteycuena.com/2019/08/la-era-vizcarra-confrontacion-politica-e-incertidumbre-empresarial-en-el-peru/>)

2.1.4 Demográfico

De acuerdo con las últimas estimaciones y proyecciones de población, el Perú al 30 de junio de año 2020 alcanza los 32 millones 625 mil 948 habitantes y se prevé que empiece a decrecer en aproximadamente 41 años. Del total de la población peruana, 16 millones 190 mil 895 corresponde a población masculina y 16 millones 435 mil 53 a población femenina, correspondiendo una relación de masculinidad de 99 hombres por cada 100 mujeres. En el año 1950 la población no pasaba de los ocho millones de habitantes. Asimismo, se estima que durante este año nacerán 567 mil 512 personas y fallecerán 192 mil 215, que equivale a un incremento natural (vegetativo) de 11,5 por cada mil habitantes. El saldo neto migratorio arroja una ganancia de 57 mil 446 personas, por lo que finalmente en

dicho año la población aumentará en 432 mil 743 personas, que representa una tasa de crecimiento total de 15 por cada mil personas. INEI. (2020, julio). Estado de la población peruana 2020.

(https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1743/Libro.pdf)

2.1.5 Tecnológico

Empecemos hablando de la big data, una de las tecnologías que ha sido altamente relevante y cuya participación fue esencial en sectores como salud, educación, y sobre todo en el ecosistema empresarial. La Big data permite reunir, almacenar, ordenar y jerarquizar una gran cantidad de información de clientes, para proyectar futuras conductas de consumo, distinciones, entre otros. Esta información ayuda a definir estrategias de venta, inversiones, desarrollo de nuevos productos, etcétera. La nueva normalidad generó que las empresas y las personas ingresen y utilicen información confidencial desde redes personales que no necesariamente eran seguras. Las empresas se enfocaron en el desarrollo de estrategias y sistemas que minimicen el riesgo de vulnerabilidad como: sistemas de autenticación que garanticen que solo trabajadores autorizados accedan a información confidencial o el uso de tecnologías de filtrado de contenido que no permite el acceso a sitios web inseguros, VPN (Red Privada Virtual por sus siglas en inglés), entre otros. Todo ello se resume en Ciberseguridad.

La nube, el espacio de almacenamiento es la tecnología que hace posible el acceso a software o de archivos en internet sin depender necesariamente de un ordenador personal o servidor local. Fue ampliamente requerida como herramienta del teletrabajo durante la pandemia. Adicionalmente se suma la IA, Inteligencia Artificial, mediante ella las organizaciones obtienen una retroalimentación constante y desarrollan la automatización de sus actividades. A través de este proceso se puede disminuir las intervenciones humanas en procesos tecnológicos. No dejemos de lado el uso de las plataformas de colaboración, como Zoom, Meet, Skype, Teams y otras se han hecho imprescindibles para que el equipo de una organización pueda estar en comunicación y coordinar de manera eficaz como parte del trabajo remoto.

Tendencias tecnológicas que marcaron el 2020. (2020, 9 diciembre). El Peruano. (<https://elperuano.pe/noticia/110485-tendencias-tecnologicas-que-marcaron-el-2020>)

2.2 Análisis del Microentorno – 5 Fuerzas de Porter

2.2.1 Perfil de clientes

Los clientes en la industria por lo regular son empresas medianas y grandes que cuentan con un área de Recursos Humanos establecida y que realizan procesos de reclutamiento y selección habituales, algunos de estos procesos son masivos por motivos de campaña o por fechas especiales dependiendo del rubro al que pertenece la organización. Normalmente, estos procesos son metódicos y siguen ya una secuencia establecida por varios años, la cual se basa en ciertas fases que debe realizar el postulante.

¿Qué es lo que ellos buscan? Muchas empresas en el mercado nacional se enfuerzan por al personal calificado dentro de cada área y que puedan mostrar resultados positivos a través de su esfuerzo y el cumplimiento de sus metas, midiendo constantemente la productividad y evaluándola en ciertos periodos establecidos. En sí, buscan al personal mejor calificado, con mayor experiencia y egresado de alguna universidad privada. Por otro lado, otros buscan al personal que se desenvuelva mejor, que cuenta con ciertas habilidades blandas y que sepa solucionar ciertas problemáticas dentro de la entidad. Hay otros que no se enfocan mucho en los estudios, solo que necesitan a un nuevo personal en el menor tiempo posible porque lo requiere con urgencia para una actividad determinada.

En conclusión, los clientes se caracterizan según el cargo o el perfil necesario para el puesto de trabajo y por las funciones que va a cumplir dentro de la empresa, sea para puestos comerciales, operativos, administrativos o gerenciales.

2.2.2 Perfil de Competidores

Actualmente en el mercado hay empresas que brindan este tipo de servicios o similares, pero que principalmente lo realizan de manera presencial el proceso de

reclutamiento y selección del personal. Normalmente los vemos ligados a empresas reconocidas como Aptitus, Computrabajo, Bumeran, Indeed, entre otras.

Tabla 1 Competidores generales y directos

Competidores generales y directos	Empresa
Competidores indirectos	<ul style="list-style-type: none"> • Manpower • Adecco • Nexos Talent • LinkedIn • Bumeran • Computrabajo • Indeed
Competidores directos	<ul style="list-style-type: none"> • Samper HH • Aira • V&O Consultores y Asesores • CL Selection Aira

Fuente: Elaboración propia

En resumen, en el país hay un alto nivel competitivo indirecto en este rubro, pero la gran mayoría realiza este tipo de servicios 100% presencial en donde se han visto afectados por la pandemia del COVID-19 debido a que las disposiciones del Gobierno acerca del distanciamiento social obligatorio y otras medidas para mantener la seguridad y la salud; pero que cuentan con una amplia experiencia en el mercado; y por otra parte si existen competidores directos que brindan el mismo servicio o muy similar.

2.2.3 Perfil de Proveedores

En la industria existen algunos proveedores en este tipo de servicios actualmente. Los cuales cumplen con un papel fundamental para la realización de las actividades en la empresa y directamente con el giro del negocio.

Tabla 2 Proveedores

Proveedores	Tipos de actividad
Corporación Reimex	Soporte técnico
Bizneo	Software de recursos humanos
Evaluar	Pruebas psicométricas para evaluar las habilidades, competencias, aspectos cognitivos.

Fuente: Elaboración propia

En el rubro de software de recursos humanos existe una limitada cantidad, en donde un nombre referencial es Bizneo por lo completo y complejo del sistema, además cumple con los requerimientos esenciales para poder ser implementado en las empresas a nivel nacional. Adicionalmente, como servicio complementario, es el soporte técnico en donde la Corporación Reimex se caracteriza por dar servicios de mantenimiento para que las plataformas estén óptimas. En cuanto al servicio de las pruebas psicométricas existen pocas empresas que brindan ciertas actividades y competencias para la evaluación a los postulantes.

2.2.4 Potenciales competidores

En la actualidad nuestros potenciales competidores, están evolucionando a grandes pasos, se puede observar ello en la diversidad de plataformas de trabajo que existen y crean nuevos portales, no solo enfocándose en la búsqueda de trabajo, sino también como un reclutador asistente online para las personas que buscan diariamente estos servicios. Por ejemplo, tenemos la plataforma Aptitus que actualmente tiene más de 10 000 ofertas de trabajo y a diario se publican un aproximado de 300 nuevos puestos de trabajo. Más de 2 000 empresas publican a través de esta página entre los que están Adecco, América TV, Atento, Cencosud, Cassinelli y otros. Según el diario Gestión, esta plataforma laboral busca expandirse y no solo reflejar ofertas laborales en su plataforma si no ejecutarlas para cada empresa, lo mismo pasa con Indeed, Bumerán y CompuTrabajo, pero para ello necesitan construir una red de distribuidores de la marca y servicio, así como

trabajar en un nuevo enfoque en relación a la percepción que tienen los clientes sobre sus marcas.

2.2.5 Productos sustitutos

Los servicios sustitutos que encontramos son en general portales de trabajo que en se diferencian el uno al otro por mínimas características como se muestra a continuación:

Tabla 3 Descripción de empresas

EMPRESA – PORTAL	DESCRIPCIÓN
APTITUS	Cuenta con la creación de un perfil básico que te permite acceder totalmente a la lista de empleos publicados, postulaciones ilimitadas a cualquier puesto y la creación de un perfil profesional junto al CV que podrá ser buscado en la base de datos de Aptitus.com por empleadores y empresas.
COMPUTRABAJO	Con más de 30 mil ofertas de empleo en diferentes áreas, puedes subir tu currículum completamente gratis y recibir las nuevas ofertas, así como la información de tus postulaciones, directamente a tu correo electrónico con el que vinculaste tu cuenta.
BUMERAN	Atractivo para empresas en toda Latinoamérica, pero su buscador carece de un sistema de filtros como se vieron en las opciones anteriores. Sin embargo, gracias a su sistema de contraoferta, en cada postulación podrán definir un salario bruto pretendido al momento de enviar su CV, algo que tendrá que evaluar la empresa en el momento de la contratación.
INDEED	Tiene en su historial el registro de más de 100 millones de CV, ya que se encuentra disponible en varios países del mundo. Específicamente en Perú, tiene más de 18

	<p>mil ofertas de empleo que puedes filtrar por el tiempo que busques trabajar, la ubicación del trabajo, la empresa y hasta el título del puesto de trabajo. Además, cuenta con una evaluación por empresas que se muestran con estrellas a su lado, para que los postulantes puedan saber con qué tipo de compañía van a trabajar.</p>
OLX	<p>Famoso mercado virtual por Internet también tiene una opción para conseguir y ofrecer empleo en su plataforma. Con más de 10 mil ofertas disponibles solo en Lima, el buscador de trabajo te permite filtrar tu búsqueda dependiendo del tipo de profesión que desarrolles junto al sueldo aproximado que quisieras obtener (tendrás que utilizar la pestaña de precio para hacer esto último)</p>
MERCADO LIBRE	<p>tiene su apartado de ofertas de empleo, pero es un poco difícil encontrarlo. No tiene tantas opciones como las anteriores páginas en esta lista, pero es una una buena opción para empleadores independientes.</p>
LINKEDIN	<p>Es la página por excelencia para crear un perfil profesional. Con más de 500 millones de miembros en todo el mundo, este portal permite crear tu propia hoja de vida virtual agregando tus aptitudes, estudios, trabajos anteriores y su más característica función: conectar con otros profesionales afines a tu carrera.</p>
BUSCOJOBS	<p>Cuenta con más de 50 mil puestos de trabajos que puedes acceder de forma gratuita. Entre sus principales características, se encuentra la posibilidad de armar un cv virtual que funciona para esta plataforma. Un indicador te señalará las opciones que necesitas completar para obtener una hoja de vida atractiva para los empleadores.</p>

NETZUN	Con uno de los registros más simples de la lista a través de Facebook, Netzun es el sitio ideal si quieres obtener unas prácticas pre-profesionales. A pesar de tener ofertas de tiempo completo, su especialidad radica en encontrar los trabajos perfectos para comenzar en el ámbito laboral luego o durante la universidad. Su interface es muy amigable, pero no tiene tantas ofertas como otras páginas.
PORTALTRABAJOS	Es una web que tiene como objetivo ser la principal consultora de empleos online en el Perú. Actualmente, recopila diferentes ofertas de entidades públicas y privadas a nivel nacional. Su mayor atributo es que publican vacantes con la información completa de la convocatoria, la empresa contratante y la cantidad de cupos que tienen

Fuente: Elaboración propia

a) Consolidado de fuerzas

Tabla 4 – Consolidado de fuerzas

Fuerza	Alto	Medio	Bajo
Clientes			X
Competidores	X		
Proveedores		X	
Potenciales competidores	X		
Sustitutos		X	

Fuente: Elaboración propia

Del análisis realizado y los resultados respecto a cada una de las fuerzas de Porter, concluimos que los competidores y los potenciales competidores son los principales factores para tener en cuenta. En tal sentido este plan de negocios desarrollara una estrategia basada en la diferenciación para la creación de una ventaja competitiva. De esta manera será posible distinguirse del resto de competidores y ser la opción preferida para los consumidores.

CAPÍTULO III

Planeamiento Estratégico

3.1 Misión

Ser partícipes en el progreso y crecimiento de las empresas agregándoles valor y ayudándoles a lograr sus objetivos consiguiendo el mejor talento humano.

3.2 Visión

Posicionarnos como la empresa más reconocida en implementación de procesos de selección y reclutamiento de talento humano en Lima a fines del año 2026.

3.3 Valores

- **Confianza:** nuestros clientes pueden estar seguros de que contamos con el staff capacitado para el acondicionamiento de sus procesos, el respaldo profesional de nuestros colaboradores está siempre a su disposición.
- **Practicidad:** readecuamos los procesos de selección y reclutamiento de la empresa de manera sencilla y simple para ser entendida por los usuarios.
- **Innovación:** nuestras estrategias están guiadas por el dinamismo y las nuevas tendencias que nos permiten incluir también la tecnología en nuestros procesos.
- **Rapidez:** la facilidad de nuestra atención y la puesta en marcha del proceso en corto tiempo permiten mejores resultados.

3.4 Objetivos estratégicos

- Al finalizar nuestro primer año, alcanzar los 3 mil seguidores en nuestras redes sociales (Facebook e Instagram) y conseguir el posicionamiento orgánico en Google por las constantes visitas en nuestra página web.
- Conseguir nuestros primeros 150 servicios durante el primer año de ingresar en el mercado.
- Reflejar un crecimiento en ventas del 3% cada año.

- Implementar nuevas tecnologías anualmente para mantener la competitividad en el mercado.
- Incrementar el porcentaje de conversión de seguidores a clientes en un 3% semestralmente.

3.5 Lienzo 26anvas

- **Segmento de cliente**

Buscamos implementar procesos de reclutamiento y selección eficientes para empresas de todos los rubros dentro de Lima Metropolitana, que necesiten encontrar el mejor perfil laboral para el puesto de trabajo que tengan disponible. Enfocados en empresas que cuenten con un software operativo o que manejen un ERP como SAP, Oracle entre otras.

- **Propuesta de valor**

Atrápalo te da una solución efectiva en una de las áreas más complejas de Recursos Humanos, nos encargamos de todo el proceso de reclutamiento y selección de personal, aliviando a nuestros clientes de estas gestiones y en todos los procesos que incurre, desde las publicaciones de la vacante hasta la contratación e inducción del personal. La implementación del proceso tiene una duración de 15 a 20 días hábiles con métodos eficientes y personalizados según la necesidad del cliente. Garantizamos y validamos el correcto registro de información de los postulantes mediante la carga de archivos que validen lo declarado. La etapa de pruebas consiste en medir los conocimientos del postulante, estas pruebas son elaboradas por un especialista en psicología organizacional y luego revisadas según los parámetros en el sistema establecido por nuestro cliente. Atrápalo es la nueva opción en el mercado que las empresas necesitan para contratar al mejor talento humano.

- **Actividades claves**

- Gestionar las publicaciones de las empresas en nuestras redes y portales de trabajo
- Como parte del reclutamiento Atrápalo revisa los datos de los postulantes
- Habilitación de las pruebas para los postulantes según requerimiento del cliente
- Comunicación con los postulantes seleccionados para la entrevista final
- Informe final sobre el proceso de reclutamiento y selección para nuestro cliente

- Se envía a nuestro cliente la base general de postulantes destacando a los aptos para el puesto
- Seleccionamos a los postulantes más aptos y procedemos a entrevistarlos de manera online
- Atrápalo envía el resumen de las entrevistas a nuestro cliente y propone a 3 postulantes más aptos
- Nuestro cliente selecciona a 1 postulante para pasar a la etapa de inducción y firma de contrato mediante Atrápalo.

- **Socios claves**

Contamos con socios claves, sobre todo para el soporte y las actualizaciones de la plataforma (programador), a su vez Llama.pe y Nubefact para el tema de la facturación electrónica.

- **Recursos claves**

Nuestros recursos claves están divididos en 2 grupos: tangibles e intangibles. Dentro de los tangibles, se encuentra el personal de atención al cliente para el asesoramiento del servicio y el soporte; los servidores, para la gestión de la información y las laptops para operar. Por otro lado, dentro de los intangibles, se encuentran el Internet y el software para las actualizaciones que mantenga la estabilidad del sistema.

- **Canales**

Los canales que manejaremos serán el canal online, con el uso de distintas plataformas para ello y el canal corto para que nuestro acceso con el cliente sea lo más rápido y directo posible para la prestación del servicio.

- **Relación con el cliente**

La relación con el cliente será continua, desde el primer contacto, para las especificaciones del servicio, luego para mostrar el informe de las vacantes y de los resultados de los exámenes como del resumen de las entrevistas hasta la contratación y posterior inducción. En este punto la relación con el cliente será en su mayoría a través de redes sociales como Facebook, Messenger, WhatsApp, Instagram, Telegram, LinkedIn, dándole un nuevo enfoque

en las respuestas, resolviendo sus dudas y dando solución a lo que ellos necesiten, sumado a reuniones virtuales por Meet.

- **Estructura de costos**

Nuestra estructura de costos está distribuida en costo de elaboración de la plataforma, costos de almacenamiento en la nube, costo de equipos y costo de personal.

- **Fuentes de ingresos**

La fuente de ingreso está relacionadas a la venta directa del servicio de reclutamiento y selección.

Tabla 5 – Diagrama Canvas

SOCIOS CLAVES	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIONES CON CLIENTES	SEGMENTACION DE CLIENTES
 <ul style="list-style-type: none"> Programador Llama.pe (Facturación electrónica), Nubefact (Sistema de facturación). Google Meet Psicólogo Organizacional 	 <ul style="list-style-type: none"> Prestación de servicio de reclutamiento y selección de talento humano, publicaciones en portales de trabajo, captación y validación de datos, pruebas cognitivas y de conocimiento, entrevistas y contratación e inducción. 	 <ul style="list-style-type: none"> Garantía Compromiso Personalización Eficiencia 	 <p>Relación con el cliente de manera continua mediante:</p> <ul style="list-style-type: none"> Reuniones vía Meet Contacto frecuente por correo electrónico 	 <p>TIPO DE EMPRESAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> Pequeñas Medianas Grandes <p>TIPO DE ACTIVIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> Indistinta <p>LUGAR DE SERVICIO</p> <ul style="list-style-type: none"> Lima Metropolitana <p>OPERATIVIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> ERP (SAP, Oracle u otra)
	<p>RECURSOS CLAVE</p> <p> TANGIBLES</p> <ul style="list-style-type: none"> Personal Servidores Laptop <p>INTANGIBLES</p> <ul style="list-style-type: none"> Internet Software 		<p>CANALES</p>  <ul style="list-style-type: none"> Canal online. Canal corto 	
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p>		<p>FUENTES DE INGRESO</p>		

Costo de elaboración de la plataforma, costos de almacenamiento nube, costo de personal.		en la	Venta directa del servicio.	
--	---	-------	-----------------------------	---

Fuente: Elaboración propia

3.6 Matriz FODA

Tabla 6 – Matriz FODA

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - F1: Conocimiento en tecnologías y medios digitales - F2: Adaptabilidad a diferentes entornos e industrias - F3: Publicidad competitiva - F4: Implementación de servicio para empresas que no cuenten con área de RR.HH. - F5: Servicio innovador y personalizado - F6: Aumento del requerimiento de personal por parte de las empresas - F7: Oportunidades de desarrollo profesional y personal - F8: Servicio que puede ser utilizado por diversas empresas de diferentes rubros - F9: Cultura Organizacional de la empresa - F10: Base de datos propia. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - D1: No contar con casuísticas para puestos operativos - D2: No tiene historial crediticio - D3: Servicio centralizado en Lima Metropolitana - D4: Carga laboral por funciones múltiples - D5: Ser nuevos en el mercado - D6: Planilla con poco personal - D7: Bajo acceso a financiamiento de capital de trabajo - D8: Capital limitado para nuevas tecnologías en el negocio - D9: Nuestra marca no está posicionada - D10: No hay acceso a factoring.
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - O1: Desarrollo de nuevos productos de talento humano - O2: Sugerencias automáticas de perfil que están dentro de nuestra base de datos - O3: Acceso a las TICS de un gran número de peruanos - O4: Alianzas estratégicas con empresas del rubro para planes anuales - O5: Movilización de los cambios del lugar de trabajo (home office) - O6: Existencia de nuevas líneas de negocio de consultoría - O7: Plataforma responsiva para diferentes dispositivos móviles - O8: Personalización/exclusividad - O9: Aplicación de tecnología eficientes - O10: Necesidad inmediata por los servicios o productos. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> - A1: Competencia directos e indirectos actuales - A2: Caída de red / conexión débil - A3: Impacto político negativo en la economía por partidos políticos que desestabilizan la inversión privada - A4: Cambios en las normas técnicas que regulan los servicios de reclutamiento y búsqueda de personal - A5: Ingreso de nuevos competidores - A6: Precios competitivos del mercado - A7: Ingresos laborales por influencia / nepotismo - A8: Aumento del Tipo de Cambio - A9: Reducción de inversión extranjera en el país - A10: La escasez de productos que detienen las operaciones regulares de las empresas y se limitan a la contratación de nuevo personal.

Fuente: Elaboración propia

3.7 FODA cruzado

MATRIZ FODA CRUZADO	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
	<ul style="list-style-type: none"> ○ F1: Conocimiento en tecnologías y medios digitales ○ F2: Adaptabilidad a diferentes entornos e industrias ○ F3: Publicidad competitiva ○ F4: Implementación de servicio para empresas que no cuenten con área de RR.HH. ○ F5: Servicio innovador y personalizado ○ F6: Aumento del requerimiento de personal por parte de las empresas ○ F7: Oportunidades de desarrollo profesional y personal ○ F8: Servicio que puede ser utilizado por diversas empresas de diferentes rubros ○ F9: Cultura Organizacional de la empresa ○ F10: Base de datos propia. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ D1: No contar con casuísticas para puestos operativos ○ D2: No tiene historial crediticio ○ D3: Servicio centralizado en Lima Metropolitana ○ D4: Carga laboral por funciones múltiples ○ D5: Ser nuevos en el mercado ○ D6: Planilla con poco personal ○ D7: Bajo acceso a financiamiento de capital de trabajo ○ D8: Capital limitado para nuevas tecnologías en el negocio ○ D9: Nuestra marca no está posicionada ○ D10: No hay acceso a factoring.
Oportunidades (O)	Estrategias FO	Estrategias DO
<ul style="list-style-type: none"> ○ O1: Desarrollo de nuevos productos de talento humano ○ O2: Sugerencias automáticas de perfil que están dentro de nuestra base de datos ○ O3: Acceso a las TICS de un gran número de peruanos ○ O4: Alianzas estratégicas con empresas del rubro para planes anuales ○ O5: Movilización de los cambios del lugar de trabajo (home office) ○ O6: Existencia de nuevas líneas de negocio de consultoría ○ O7: Plataforma responsiva para diferentes dispositivos móviles ○ O8: Personalización/exclusividad ○ O9: Aplicación de tecnología eficientes ○ O10: Necesidad inmediata por los servicios o productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Atender la necesidad del desarrollo de nuevos servicios de talento humano a través de una buena adaptabilidad a diversos entornos empresariales. (F2-O1) • Aprovechar el servicio innovador y personalizado para conseguir mayor personalización y exclusividad (F5-O8) • Aprovechar los conocimientos en los medios digitales para formar alianzas estratégicas con empresas del rubro (F1-O4) 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar el acceso a las TICS de un gran número de personas para disminuir la centralización en Lima. (D3-O3) • Aprovechar la personalización y exclusividad del servicio para ser frente al hecho de ser nuevos en el mercado. (D5- O8) • Aprovechar las alianzas estratégicas con empresas del rubro para ampliar el capital a nuevas tecnologías. (D8-O4)
Amenazas (A)	Estrategias FA	Estrategias DA

<ul style="list-style-type: none"> ○ A1: Competencia directos e indirectos actuales ○ A2: Caída de red / conexión débil ○ A3: Impacto político negativo en la economía por partidos políticos que desestabilizan la inversión privada ○ A4: Cambios en las normas técnicas que regulan los servicios de reclutamiento y búsqueda de personal ○ A5: Ingreso de nuevos competidores ○ A6: Precios competitivos del mercado ○ A7: Ingresos laborales por influencia / nepotismo ○ A8: Aumento del Tipo de Cambio ○ A9: Reducción de inversión extranjera en el país ○ A10: La escasez de productos que detienen las operaciones regulares de las empresas y se limitan a la contratación de nuevo personal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar nuestros conocimientos en tecnología y medios digitales para estar actualizados en los cambios de normas. (F1-A4) • Aprovechar la buena publicidad para hacer frente al ingreso de nuevos competidores. (F3-A5) • Aprovechar las redes sociales para abarcar más mercado haciendo frente a la competencia. (F2-A1) 	<ul style="list-style-type: none"> • Descentralizarnos para hacer frente a la competencia. (D3-A1) • Lograr posicionar nuestra marca para el ingreso de nuevos competidores. (D9-A5) • Empezar a crear un buen récord de historial crediticio a largo plazo para hacer frente a la reducción de inversión extranjera. (D2-A9)
--	---	--

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IV

Estudio de Mercado

4.1 Análisis de la oferta

El mercado en el que actuará Atrápalo es muy competitivo, no solo por competencia directa que es mínima en la actualidad si no por la competencia en potencia y, por lo tanto, debemos estudiar a los competidores más directos para poder lograr éxito en él.

Existen competidores potenciales en todo el Perú, principalmente en las ciudades más importantes, que ofrecen servicios de similares características. Sin embargo, la competencia directa de Atrápalo serán principalmente las empresas dedicadas a la consultoría de recursos humanos en Lima Metropolitana, por disponer allí de mayor número de contactos con clientes potenciales.

Además de las empresas ya existentes, debemos tener en cuenta a los posibles competidores futuros que pueden entrar en el mercado con facilidad, como observamos en apartados anteriores no existen barreras de entrada en este sector, por lo tanto, actualizaremos anualmente la base de datos referente a nuestros principales competidores.

Las principales consultorías competidoras, son las siguientes:

Tabla 7 – Empresas Competidoras

Empresa	Actividad	Año de constitución
Samper	Procesos de Selección de Personal, Evaluación y Formación.	2002
Deloitte	Procesos de Selección y Evaluación de Candidatos.	2010

Samper HH	Procesos de Selección de Directivos, Asesoramiento y Auditorías.	2013
Aira	Selección y Evaluación de Candidatos.	2015

Fuente: Elaboración propia

Como podemos observar, la mayoría de las empresas competidoras ofrecen servicios muy similares a los que prestará nuestra empresa. Del mismo modo que ATRAPALO ofrecen una amplia variedad en los servicios que prestan a los clientes, las empresas competidoras también ofrecen una importante gama de servicios.

Cabe destacar que una consultoría que ofrece un servicio integral al cliente podrá cubrir, con mayor probabilidad, un mayor número de necesidades de este, por lo que el cliente se verá satisfecho y tendremos más probabilidades que vuelva a confiar en nuestra empresa para cubrir futuros servicios.

Los clientes estarán más interesados en tener a su disposición a una empresa que pueda cubrir todos los servicios de consultoría que necesite en los diferentes aspectos (selección, evaluación, formación, entre otros) que tener que contratar a diferentes consultoras para cada una de las diferentes necesidades que tenga. Consideramos que este será uno de nuestros principales puntos fuertes.

Una vez identificados los competidores más directos de la sociedad, podemos afirmar que la mayoría de los principales competidores de Atrápalo son sociedades con bastante experiencia en la actividad de consultoría de recursos humanos, pues todas se constituyeron entre el año 2002 y 2015, por lo que deberemos hacer una estratégica campaña de marketing para atraer a los clientes potenciales, ofrecer un servicio con mayor valor añadido a un precio más competitivo, y prestar un servicio totalmente integrado y completo para poder hacer frente a esta competencia y hacernos un hueco en este mercado, tal y como expondremos en puntos posteriores.

4.2 Análisis de la demanda

La demanda potencial abarca empresas pequeñas y medianas ubicadas en los distritos de lima metropolitana, que tengan un buen nivel de contrataciones de personal.

En tal sentido, se consideran los siguientes datos obtenidos a través de fuentes secundarias:

Tabla 8 Datos de la demanda

DATOS DE LA DEMANDA	
N° de empresas en Lima	32.520
Empresas pequeñas y medianas	30.000
Empresas que tercerizan reclutamiento 30%	9.000

Fuente: Elaboración propia

Empresas creadas, Lima es, lógicamente, el departamento con mayor representatividad, con 32.520 empresas, el 93,72% son microempresas, el 5,21% pequeña empresa y el 0,96% son medianas y grandes empresas.

Tabla 9 Mercados

	MERCADO POTENCIAL	MERCADO DISPONIBLE	MERCADO EFECTIVO
Descripción	Empresas del segmento con gran número de contratación de personal	Dispuestas a adquirir un servicio de reclutamiento, optimo integrado	Dispuestos a pagar por el servicio principal
Criterio de segmentación	Empresas que siempre, buscan personal en contrataciones masificadas	Que en la encuesta hayan respondido que Definitivamente si estarían dispuestos a contratar un servicio de reclutamiento y selección	Que en la encuesta hayan respondido que Estarían dispuestos a pagar el servicio consolidado

Fuente: Elaboración propia

Analizando a través de técnicas cuantitativas de investigación de mercado, se puede determinar el volumen del mercado efectivo:

Tabla 10 Tipos de mercado

TIPO DE MERCADO	DESCRIPCIÓN	VOLUMEN
POTENCIAL	Empresas pequeñas y medianas que tercerizan	9.000
DISPONIBLE	Sí estarían dispuestos a contratar el servicio (75%)	6.750
EFFECTIVO	Estarían dispuestos a pagar por este servicio (70%)	6300

Fuente: Elaboración propia

En conclusión, hemos determinado que el volumen del mercado potencial equivale a 9.000 empresas las cuales son pequeñas y medianas. La demanda del mercado disponible equivale al 75%, los cuales son empresas que estarían dispuestos a adquirir el servicio de selección y reclutamiento, esto equivale a 6,750 empresas. Finalmente, el mercado efectivo es del 70% equivalente a 6,300 usuarios que estarían dispuestos a pagar por este servicio.

En el 2020 se crearon más de 235.000 empresas en el Perú. (2021, 22 marzo). Cámara de Comercio de Lima).

Para obtener información importante de nuestro público objetivo se diseñó una encuesta que nos ayudará a realizar mejor nuestra investigación, las cuales fueron realizadas a gerentes de RRHH y personal administrativo, la cual consiste en:

Ilustración 2 – Pregunta n° 1



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: de los 35 encuestados el 37.1% indicaron que los cargos administrativos son los más buscados y el 31.4% equivalen por igual a los cargos comerciales y operativos.

Ilustración 3 – Pregunta n°2



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: el 65.7% de personas indicaron que si cuenta con un área de RRHH definida en sus organizaciones.

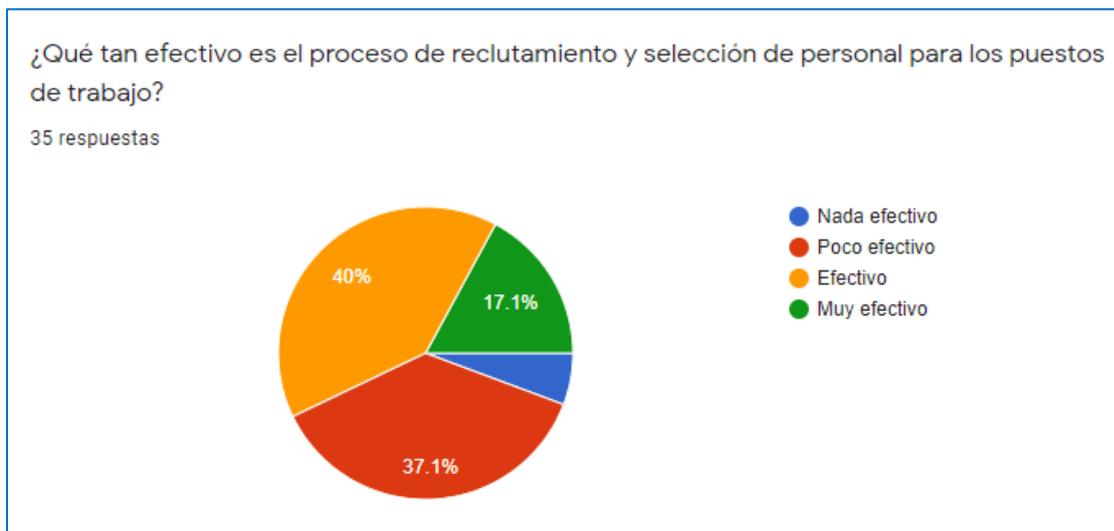
Ilustración 4 – Pregunta n° 3



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: el 68.6% de las personas indicaron que si contaban con un proceso definido de reclutamiento y selección del personal

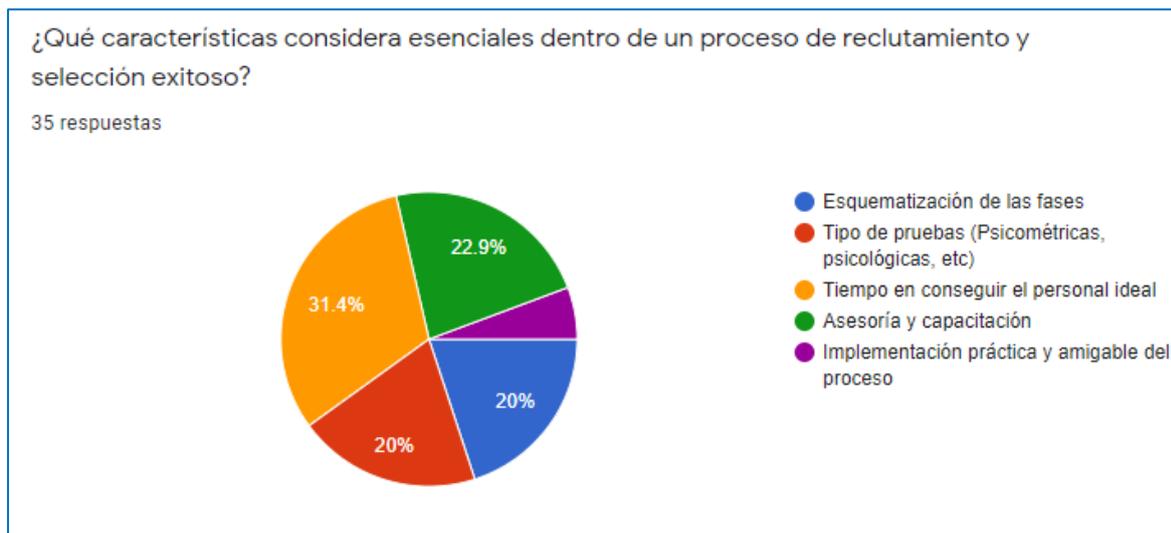
Ilustración 5 – Pregunta n° 4



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: en esta parte de la encuesta si tuvimos diferencias en las opiniones ya que el 40% mencionó que su proceso era efectivo, pero en contraste, el 37.1% mencionó que era poco efectivo, lo que nos deja pensar que hay mejoras que el mercado requiere implementar.

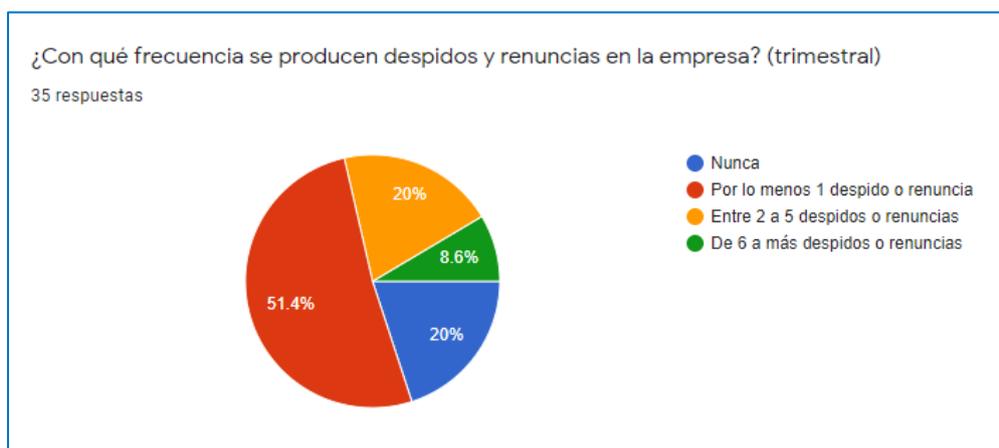
Ilustración 6 – Pregunta n° 5



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: entre los ítems que más rescatan en este tipo de procesos son: el tiempo, la asesoría y capacitación como el tipo de pruebas que se realizan los postulantes.

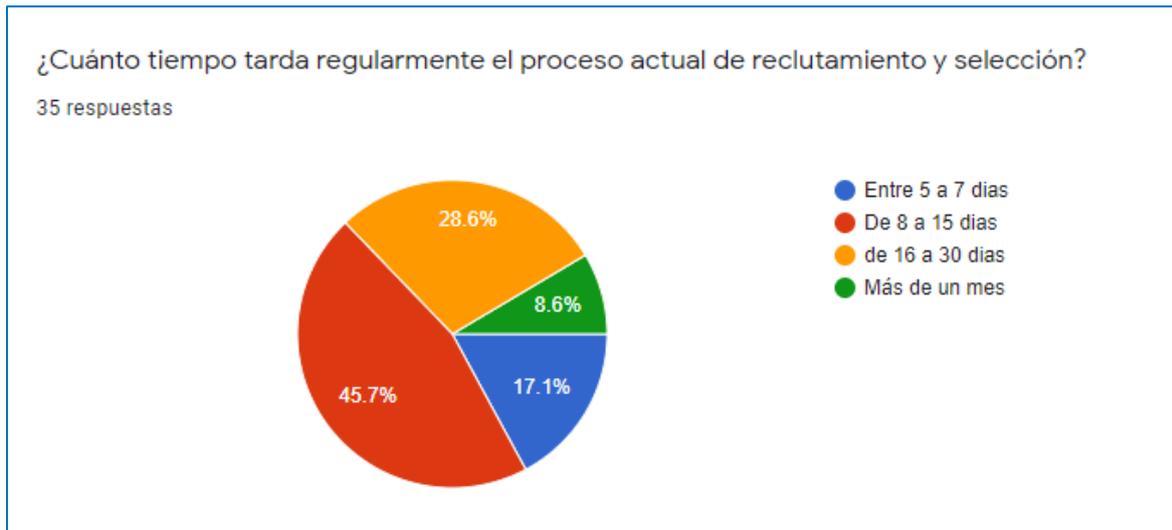
Ilustración 7 – Pregunta n° 6



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: un poco más del 50% indicó que al menos tiene un despido o renuncia por trimestre, lo que puede ser un indicador que no están consiguiendo al mejor personal para ciertos puestos

Ilustración 8 – Pregunta n° 7



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: el 74.3% indicó que regularmente el proceso de reclutamiento y selección demora más de 7 días hasta 30 días.

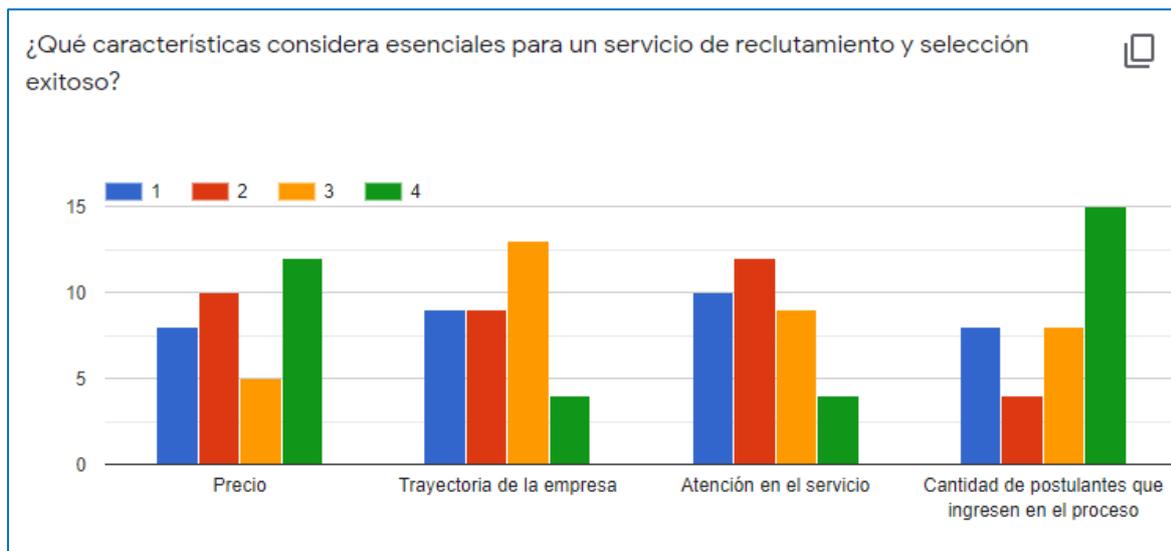
Ilustración 9 – Pregunta n° 8



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: el 40% mencionó que invierte más de S/500 hasta S/1000

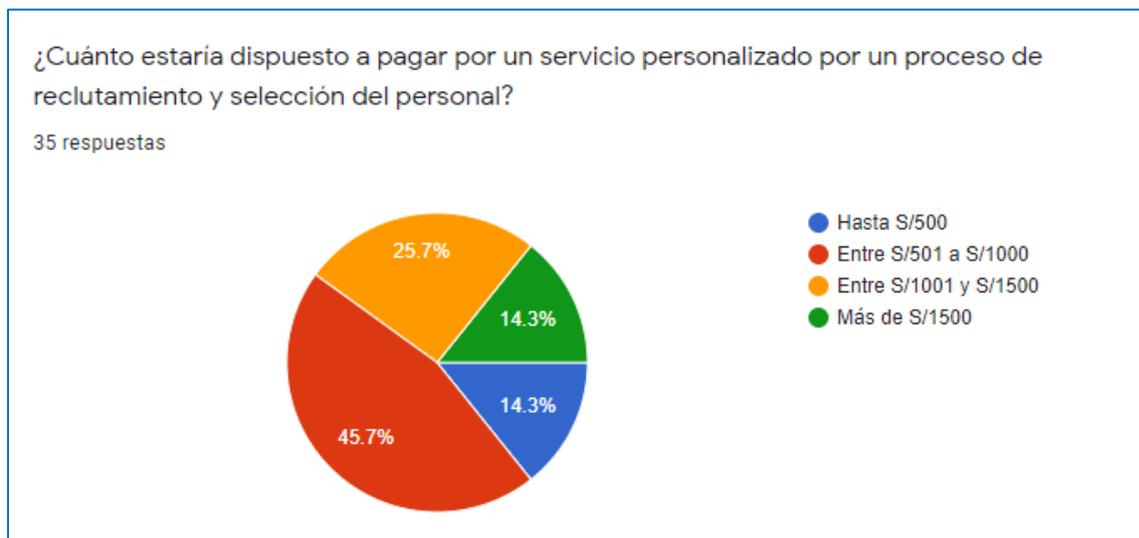
Ilustración 10 – Pregunta n° 9



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Una de las características más importantes a tener en cuenta es la cantidad de postulantes que ingresen en el proceso

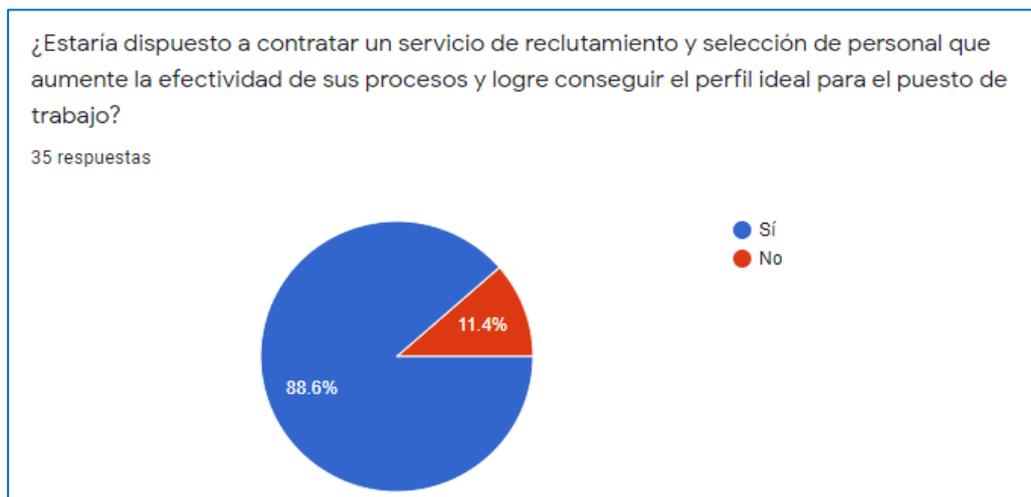
Ilustración 11 – Pregunta n° 10



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: el 45.7% indicó que está dispuesto a pagar hasta S/1000, pero un buen porcentaje que es el 25.7% indicó que pagaría hasta S/1500

Ilustración 12 – Pregunta n° 11



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Obtuvimos que el 88.6% nos puesta un gran índice de aceptación a nuestra idea de negocio, posterior a ver nuestro PMV de Atrápalo.

CAPÍTULO V

Plan de Comercialización

5.1 Mercado (características y segmentación).

En el Perú en los últimos años el servicio de reclutamiento y selección de personal o denominado comercialmente “head hunting” ha crecido y se ha consolidado como un servicio de búsqueda de personas profesionales para poder cubrir puestos de alta dirección en los diversos tipos de organizaciones en diferentes sectores del país. Las mayorías de estas empresas llegaron del extranjero y muchas de ellas luego se comenzaron a constituir dentro del país como lo son Manpower y Adecco enfocándose en puestos técnicos y operativos.

En la actualidad una de las herramientas más usadas para “atrapar” a los headhunters y convocar oportunidades profesionales se presentan en las redes sociales, entre las que destacan: Facebook y LinkedIn, esto sumado a las redes de contacto, escuelas de post grado, gremios profesionales, base de datos, entre otros.

Tabla 11 Tipos de variables

ATRAPALO	
VARIABLES GEOGRÁFICAS	Al localizarnos en el distrito de San Miguel, tomaremos organizaciones que se encuentren en este mismo distrito, aledaños y Lima Metropolitana en general.
VARIABLES DEMOGRÁFICAS	Lugar de residencia: Lima Metropolitana Régimen: todos Rubro: todos Número de empleados: Hasta 500
VARIABLES OPERATIVAS	Empresas que cuenten con un software operativo o que manejen una ERP como SAP, Oracle, entre otras.

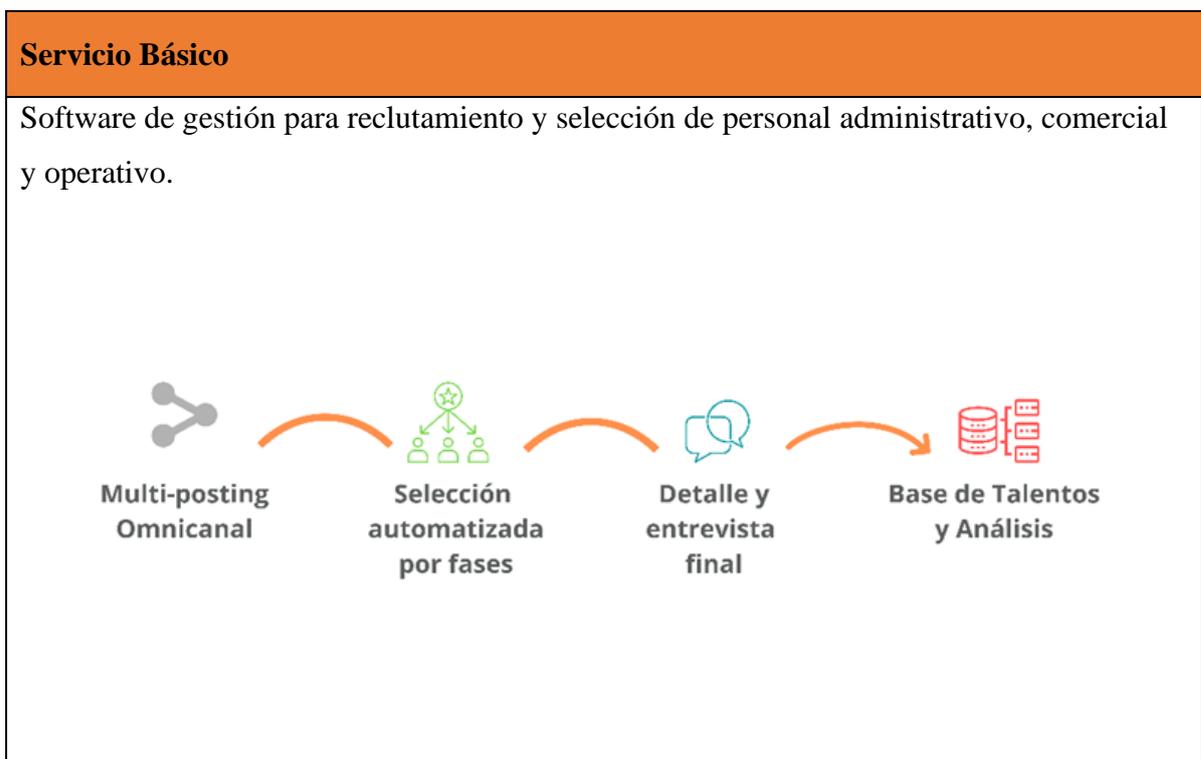
Fuente: Elaboración propia

5.2 Marketing Mix

5.2.1 Producto

Es un bien inmaterial, enfocados en la mejora o creación de procesos para el reclutamiento y selección de personal, especialmente en empresas que buscan cubrir puestos de trabajo de profesionales calificados.

Ilustración 13 – Tipo de Servicio



Fuente: Elaboración propia

a) Diseño

- ↪ La plataforma tendrá un diseño amigable y fácil para el postulante, en donde el cliente podrá completar sus datos para poder solicitar servicios. Un ejemplo de ellos es la amigable página web con la que contamos: <https://atrapaloperu2020.wixsite.com/website>.



Tabla 12 – Detalle de la Marca

Nombre de la marca	Símbolo de la Marca	Marca Registrada
Atrápalo, los mejores profesionales para tu empresa		Atrápalo Business SAC

Fuente: Elaboración propia

5.2.2 Tipo de producto o servicio

Es un servicio que se basa en brindar un portal que trabaja de la mano con las empresas ayudándolos en sus procesos de reclutamiento y selección del personal, mediante esquemas personalizados para cada perfil del candidato.

5.2.3 Características principales

- Servicio básico

El componente central será la plataforma para que las empresas puedan realizar las fases de los procesos de selección y reclutamiento del personal según el requerimiento de la organización a través de un método semi automatizado.

- Servicio complementario

Talleres de Empleabilidad para los candidatos no seleccionados (Mejora de CV's, presentación, comunicación no verbal, entre otros)

- Servicios de entrega

↳ Selección del servicio a través de la página web

↳ Tener una cuenta dentro de nuestra plataforma

- Marca

↳ Nombre de la marca

Atrápalo – los mejores profesionales para tu empresa

↳ Símbolo de la marca



↳ Marca registrada

Atrápalo, Business SAC

5.2.4 Formatos o presentaciones principales

- Primera fase (Registro)

Se basa en el registro del postulante de sus datos personales (Nombre, género, edad, condición física, nivel de estudios, experiencia).

- Segunda fase (Video presentación)

Consiste en el envío de una video presentación del postulante con la dinámica “Yo en 30 segundos” que se basa en la descripción de la persona, aptitudes, competencias y nombrar un logro o caso de éxito.

- Tercera fase (Etapa Cognitiva)

En este paso los postulantes realizan pruebas cognitivas y psicotécnicas para evaluar de forma directa y objetiva las competencias profesionales: conocimientos y destrezas.

- Cuarta fase (Etapa aptitudinal)

El postulante realiza pruebas aptitudinales para el puesto determinado con el fin de medir ciertas funciones como: velocidad de reacción, creatividad, motivación, autocontrol, iniciativa, atención al cliente y resolución de conflictos.

- Quinta fase (Cultura Organizacional)

Se evalúa las respuestas del postulante para comprobar si sus comportamientos se encuentran alineados con la cultura organizacional de la empresa.

- Última fase (Entrevista final)

Los postulantes que hayan llegado a esta etapa pasarán por una entrevista virtual con el personal de RRHH de la empresa definir detalles adicionales y decidir si obtiene el puesto.

5.2.5 Precio

El precio se establece de acuerdo con las entrevistas realizadas a expertos y encuestas a un segmento de nuestro público objetivo:

Servicio estándar: S/1,500.00

*El precio toma como referencia las encuestas realizadas.

5.2.6 Plaza

Los principales canales que utilizaremos serán las redes sociales, sobre todo Facebook y LinkedIn. Adicional a ello, tendremos la página web que permitirá brindar la información en cuanto al servicio.

Utilizaremos la forma de distribución directa ya que trabajaremos la relación Vendedor – Empresa (B2B) debido a que ofrecemos un servicio.

5.2.7 Promoción

Como parte de la promoción que haremos al negocio tenemos las siguientes a implementar:

- Creación de la fan page en Facebook en el que publicaremos fotos del servicio y alcances de la plataforma. Creación de campañas para obtener un mayor alcance en nuestro segmento con el objetivo de obtener likes que permitan posicionar a la página dentro de las primeras listas de búsqueda. Una vez logrado este posicionamiento, la marca quedará ubicada dentro de los primeros resultados de Google.
- Planear campañas piloto para la demostración de nuestro servicio mostrando los alcances y beneficios que podrían impactar en la organización.
- Planeamiento de calendario para el canal de YouTube sobre videos de preguntas frecuentes y consultas.
- Creación de Instagram donde podamos construir una imagen de marca mediante consejos, tips, sugerencias, actualizaciones del medio, era digital, neuromarketing, etc. Además de la creación de anuncios que generen leads de clientes potenciales de forma regular.



- Implementación de WhatsApp Business para poder interactuar con nuestros clientes frecuentes y brindar información de la empresa que le haga sentir confianza al cliente.

Tabla 13 – Diagrama de Gantt

N° ACTIVIDAD	INICIO	FINAL	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto				Setiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Costo
			1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°									
A1	01/01/22	31/01/22	■	■	■	■																																					S/300.00								
A2	01/01/22	01/12/22	■				■				■				■				■				■				■				■				■				■				S/0.00								
A3	08/01/22	08/10/22		■																																			S/0.00												
A4	15/01/22	31/12/22		■			■				■				■				■				■				■				■				■				■				S/0.00								
A5	15/01/22	15/10/22		■																																			S/0.00												
A6	01/01/22	15/01/22	■	■																																			S/2,500.00												
A7	21/01/22	21/10/22			■																																		S/500.00												
A8	01/06/22	30/06/22																	■	■	■	■																	S/2,000.00												
A9	21/01/22	21/12/22		■			■				■				■				■				■				■				■				■				S/3,600.00												
A10	31/01/22	31/12/22			■																																		S/0.00												
																																			TOTAL	S/8,900.00															

Fuente: Elaboración propia

A1	Campanñas de marketing para la obtención de likes e interacción con la página
A2	Realizar un calendario para posteos en redes sociales
A3	Agendar reuniones para plantear las ofertas del trimestre
A4	Planear campañas piloto para la demostración de nuestro servicio
A5	Hacer un calendario de revisiones y actualizaciones del software por un ingeniero de sistemas
A6	Contactar un community manager
A7	Capacitaciones al personal sobre las nuevas actualizaciones del sistema
A8	Invertir en Google Ads

A9	Invertir en anuncios en redes sociales (Facebook e Instagram)
A10	Planeamiento del calendario para el canal de Youtube sobre videos de preguntas frecuentes y consultas

5.2.8 Personas

Como empresa tenemos en claro que asistir bien a nuestros clientes es darles la información completa y en el momento preciso. La necesidad de crear empatía con el público es importante porque el cliente necesita una atención personalizada, adicionalmente generaría un mejor Engagement con el cliente y por tanto una mejor imagen de marca. Para poder lograr estos objetivos es necesario seleccionar, capacitar, motivar y direccionar a los colaboradores según las políticas y valores de la empresa. Así también el talento en habilidades blandas y resolución de casos específicos con preguntas frecuentes será crucial al momento de seleccionar a un colaborador para la empresa.



5.2.9 Procesos

En nuestro proyecto destacamos los siguientes procesos:

a) Proceso de comercialización:

Para poder comercializar ATRÁPALO vamos a utilizar herramientas de marketing que nos permita atraer la intención de compra de nuestro público objetivo mediante las diferentes plataformas (RR.SS. y página web). Contaremos con diversas promociones que serán anunciadas en Facebook y LinkedIn donde mantendremos informados a nuestros clientes.

b) Personalización del proceso:

Los clientes al adquirir el servicio podrán personalizar el proceso de reclutamiento y selección según las características de las fases ofrecidas en la plataforma. Existen 3 fases, la primera es la fase 1 de “Datos” donde

podrá seleccionar la información a extraer del postulante y tendrá un tope de 5 preguntas cerradas adicionales para complementar su perfil; en la fase 2 de “Pruebas” la empresa (cliente) podrá escoger 5 tipos de pruebas que deseen que el postulante atravesara, estas pueden ser: Prueba de conocimiento general, perfil psicológico, entre otras; y, por último la fase 3 “final” donde la empresa sabrá que postulantes obtuvieron la mejor calificación y pasaron a la entrevista final por videoconferencia.

c) Inducción:

En esta etapa explicaremos al cliente (empresa) el uso de la plataforma, nuestros canales de atención y soporte incluyendo una sección de preguntas frecuente sy todo lo necesario para poder ejecutar un correcto flujo de procesos, como lo son las fases mencionadas en el inciso anterior.

d) Atención al cliente:

Nos vamos a caracterizar por tener una atención rápida y cordial, sobre todo práctica y accesible. Contaremos con una sección de preguntas frecuentes dentro de la página web.

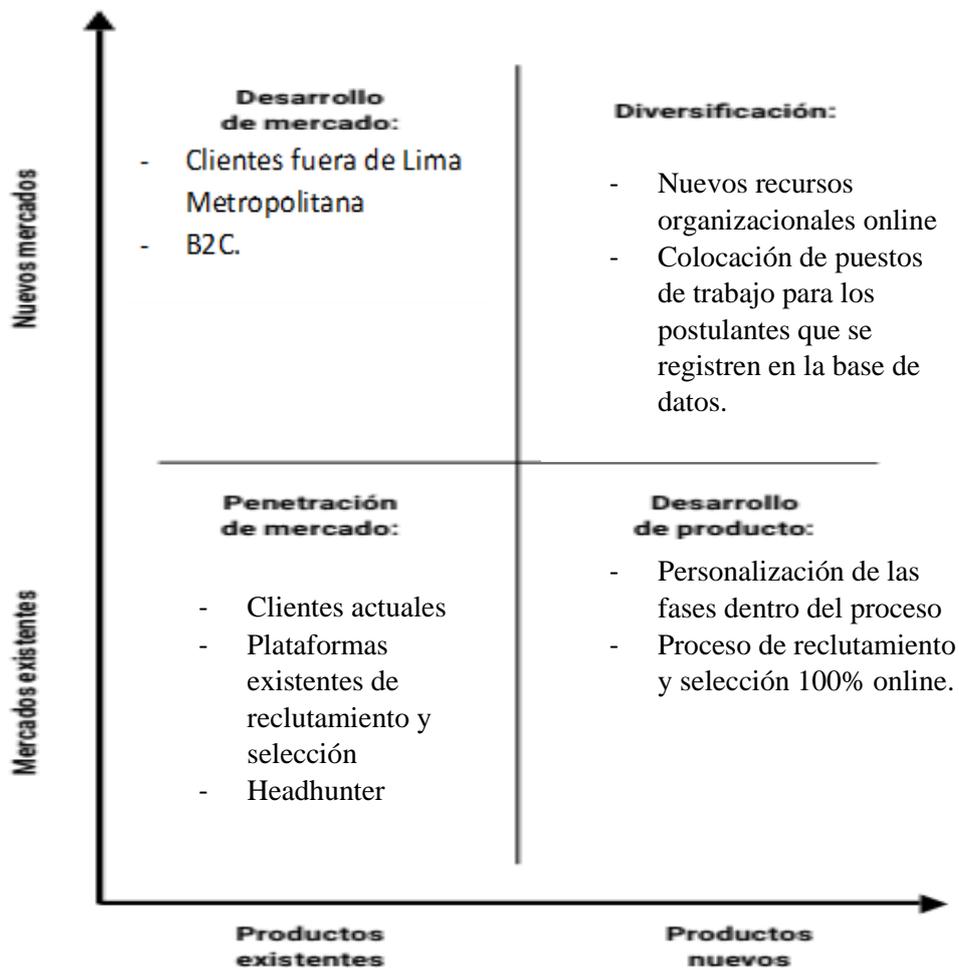
e) Post Venta:

El objetivo es mantener a nuestros clientes satisfechos e instruidos del proceso que han personalizado por lo cual entregaremos un informe final donde se detallará todo el perfil del postulante y el puntaje obtenido en las pruebas, así como la relación de los postulantes completos y sus datos.

5.2.10 Presencia o evidencia física:

Un contrato simple entre el vendedor y el cliente que evidencie la prestación del servicio, sus cláusulas, las condiciones, el precio e información adicional. Lo que el cliente recibirá será: una factura o una boleta electrónica.

5.3 Formulación estratégica ANSOFF.



5.4 Proyección de ventas.

- Método utilizado para la proyección de ventas: Regresión Lineal

Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTALES
ventas	5	7	8	8	10	11	12	15	16	18	20	20	150
valor de venta	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	
Ingresos	S/ 7,500.00	S/ 10,500.00	S/ 12,000.00	S/ 12,000.00	S/ 15,000.00	S/ 16,500.00	S/ 18,000.00	S/ 22,500.00	S/ 24,000.00	S/ 27,000.00	S/ 30,000.00	S/ 30,000.00	S/ 225,000.00

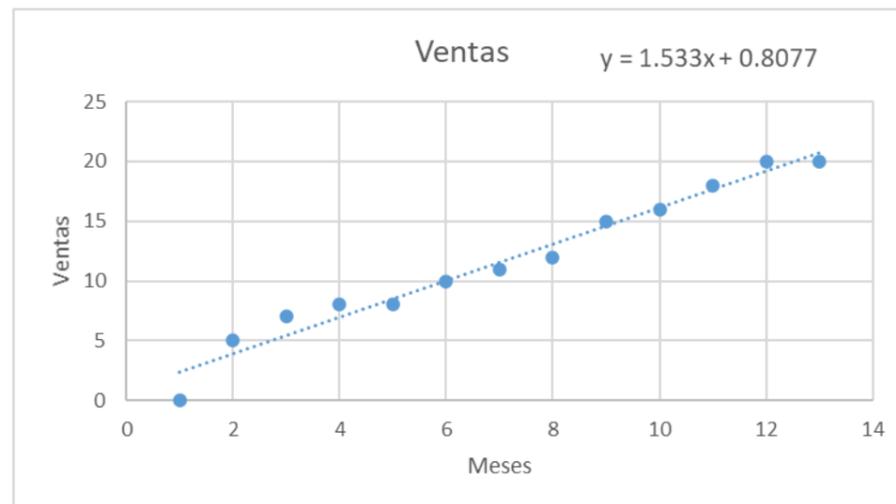
Fuente: Elaboración propia

- Porcentaje de crecimiento obtenido del crecimiento del sector. EBIZ. (2020, diciembre). Demanda de software se recuperará el 2021 en al menos tres puntos porcentuales. (<https://noticias.ebiz.pe/demanda-de-software-se-recuperara-el-2021-en-al-menos-tres-puntos-porcentuales/>)

Proyección						
Año	0	1	2	3	4	3.60%
Nº de planes	150	155	161	167	173	806
Ingresos	S/225,000.00	S/233,100.00	S/241,491.60	S/250,185.30	S/259,191.97	S/1,208,968.87

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14 Cuadro regresión Lineal



Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO VI

Plan Técnico

6.1 Localización de la empresa. (Matriz de localización)

Para la localización de atrápalo se tuvieron las siguientes propuestas y criterios

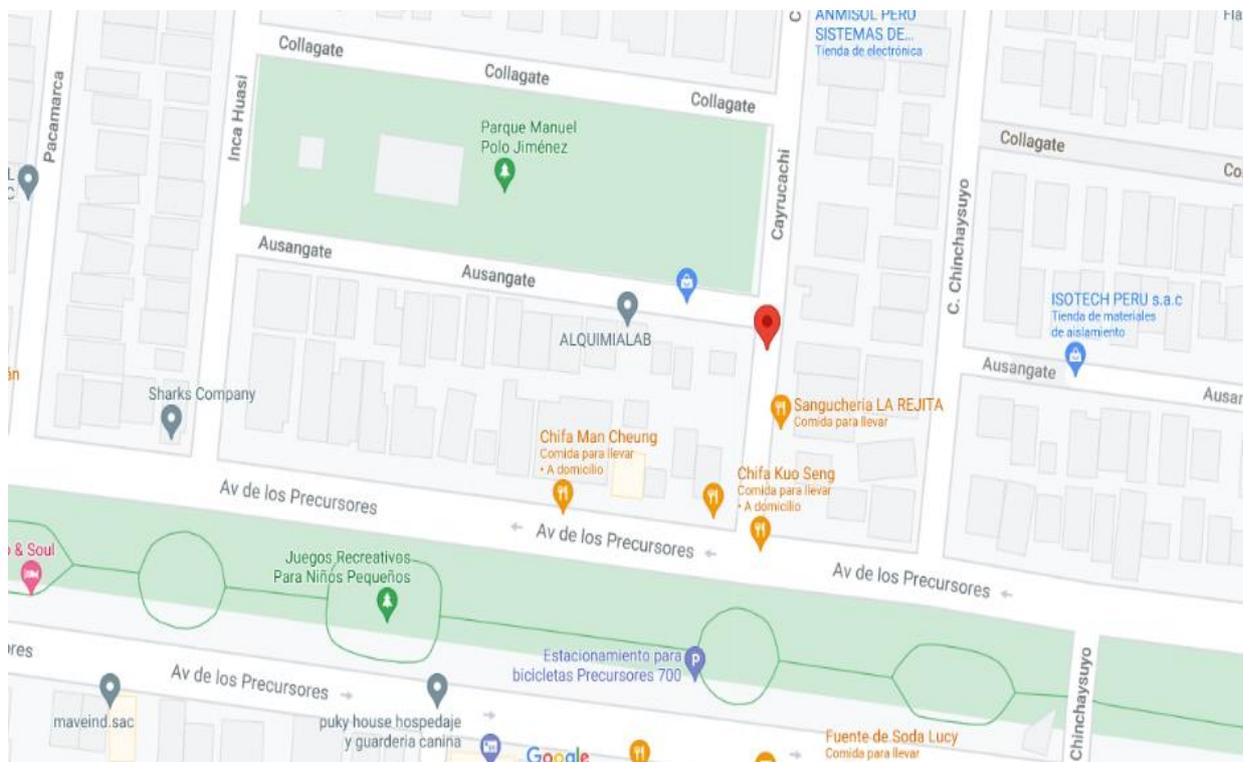
Tabla de puntajes	
Muy bueno	10 - 8
Bueno	7 - 6
Medio	5 - 4
Malo	3 - 2
Muy malo	1 - 0

Necesidad		Alternativas de localización								
PUNTAJE		Los olivos			San Miguel			Callao		
Accesibilidad del personal	9	Muy bueno	9	81	Muy bueno	9	81	Medio	4	36
Cercanía con proveedores	10	Bueno	7	70	Muy bueno	8	80	Medio	5	50
Cercanía con las empresas	10	Muy bueno	8	80	Muy bueno	8	80	Medio	5	50
Disponibilidad de terreno	8	Bueno	6	48	Muy bueno	8	64	Muy bueno	8	64
Servicios	10	Muy Bueno	8	80	Muy bueno	8	80	Muy bueno	8	80
Vías de acceso	9	Bueno	7	63	Muy bueno	9	81	Muy bueno	9	81

En la cual vimos por conveniente, instalar las oficinas en el distrito de San Miguel con la siguiente dirección Cayrucachi 234.

En la siguiente imagen se muestra la ubicación exacta de las oficinas.

Ilustración 14 Ubicación de oficina



6.2 Tamaño del negocio (capacidad instalada) (LAYOUT)

De acuerdo con la norma técnica para oficinas, se adecua el local de tal manera que se obtenga la siguiente distribución.

Tabla 15 - Características de local

Características	Descripción
Tipo de vivienda	Casa
Área de terreno	190 m2

Área construida	125 m2
Baños	5 baños
Antigüedad	25 años
Referencia	Cayrucachi 234 – San Miguel, altura de la cuadra 6 de la Av. Precursores

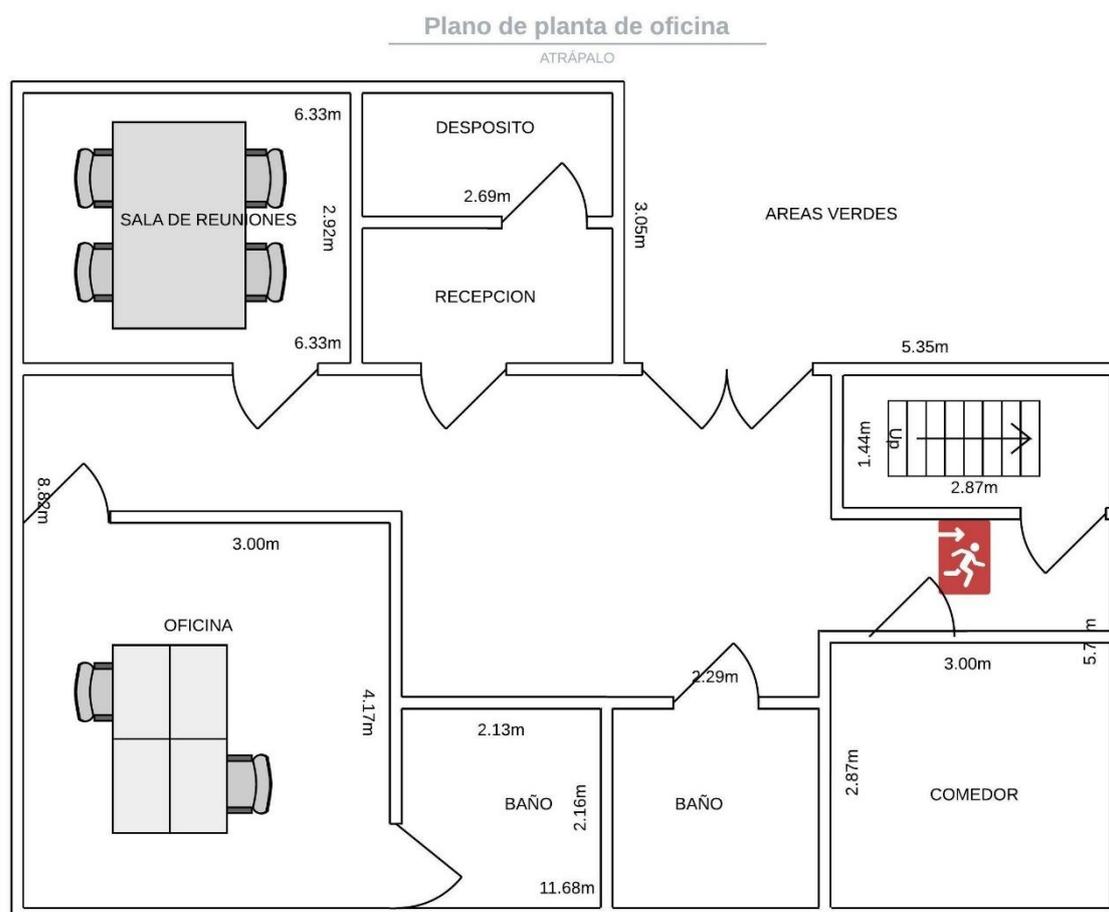
Fuente: Elaboración propia

Tabla 16 - Layout de atrápalo

Espacio	Cantidad	Piso	Descripción
Ingreso	1	1	Recibidor
Sala de reuniones	1	1	Para reunirse con equipo de trabajo y capacitaciones
Depósito para útiles	1	1	Para organizar artículos y materiales
Servicios higiénicos	2	1	Para empleados
Zona de trabajo	1	1	Para realizar las labores y funciones
Comedor	1	1	Para refrigerio de los empleados

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 15 - Layout local de atrápalo



Fuente: Elaboración propia

6.3 Necesidades (maquinarias y equipos, mano de obra y materia prima).

Nuestras especificaciones, requerimientos y necesidades son en general de soporte digital, técnico y de comunicación, debido a que el proceso se hace de manera remota en un 90%. A continuación, se presenta el cuadro de equipos, herramientas y maquinarias necesarias durante todo el flujo del servicio.

INVERSIONES	Cantidad	Precio Unitario	Total (Soles)
Inversiones Tangibles			12,200
Maquinaria y Equipos			12,200
Laptop Lenovo ThinkPad T450	4	1900	7,600
Celulares Redmi Note 9	4	850	3,400

Mouse Genius DX 110	4	20	80
Impresora HP Inktank Wireless 410	1	760	760
Modem de Internet	2	90	180
Hojas Bond	10	9.9	99
Cajas de lapiceros	3	8	24.90
Tintas de impresora	3	131.6	394.90

Fuente: Elaboración propia

	Cantidad	Precio Unitario	Total (Soles)
Inversiones Intangibles			13,770
Constitución	1	800	800
Windows 10	3	500	1,500
Eset NOD 32 Antivirus	3	60	180
Microsoft 365 empresa estándar	3	80	240
Plan de Meet	3	350	1,050
Plataforma web	1	10,000	10,000

Fuente: Elaboración propia

Según la estructura de Atrápalo, respecto a mano de obra, está orientado a un trabajo administrativo y comercial, lo cual cuenta con un staff inicial de 4 colaboradores directos en planilla y un contador por honorarios, que cumplen funciones muy concretas e integradas en diversas etapas, fases y procesos de la empresa.

#	CARGO	SUELDOS	
		MENSUAL	ANUAL
1	Gerente General	S/. 2,500.00	S/. 30,000.00
2	Finanzas	S/. 2,200.00	S/. 26,400.00
3	Contador	S/. 1,800.00	S/. 21,600.00
4	Comercial	S/. 2,200.00	S/. 26,400.00
5	Operador 1	S/. 1,500.00	S/. 18,000.00
Totales		S/. 3,700.00	S/. 44,400.00

Fuente: Elaboración propia

6.4 Costos (directos e indirectos)

Con respecto a los costos, Atrápalo hace una división de sus costos fijos los cuales se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 17 - Costos

COSTO FIJO 2021			
Cantidad	Descripción	Costo Anual	
Planilla + beneficios sociales			
1	Gerente General	S/	34,848.08
1	Finanzas	S/	30,666.31
1	Comercial	S/	30,736.10
1	Operador 1	S/	20,956.43
1	Contador	S/	21,600.00
Total Gastos Planilla		S/	138,806.93
Pago de Servicios			
1	Luz	S/	1,200.00
1	Agua	S/	360.00
1	Internet Wifi	S/	4,320.00
5	Telefono / celulares	S/	2,395.20
Total Gastos de servicios		S/	8,275.20
Gastos de ventas			
1	Campañas de marketing inicial	S/	300.00
1	Comunity Manager	S/	2,500.00
4	Capacitaciones	S/	2,000.00
1	Google Ads	S/	2,000.00
1	Anuncios en redes sociales (Facebook e Instagram)	S/	3,600.00
Total de Gastos de Ventas		S/	10,400.00
Gastos Enseres de oficina			
10	Hojas Bond	S/	396.00
3	Caja de Lapiceros	S/	96.00
3	Tintas de impresora	S/	1,579.20
Total de Gastos Enseres de oficina		S/	2,071.20
TOTAL		S/	159,553.33

Fuente: Elaboración propia

Viendo la tabla anterior podemos mencionar nuestros costos directos los cuales están asociados directamente con el servicio que brinda atrápalo y todo lo que se considera pertinente para que se lleve a cabo.

Tabla 18 - Costos directos

	COSTOS DIRECTOS	ANUAL	MENSUAL
1	Gerente General	S/ 34,848.08	S/ 2,904.01
1	Finanzas	S/ 30,666.31	S/ 2,555.53
1	Comercial	S/ 30,736.10	S/ 2,561.34
1	Operador 1	S/ 20,956.43	S/ 1,746.37
1	Contador	S/ 21,600.00	S/ 1,800.00
1	Campañas de marketing inicial	S/ 300.00	S/ 25.00
1	Community Manager	S/ 2,500.00	S/ 208.33
4	Capacitaciones	S/ 2,000.00	S/ 166.67
1	Google Ads	S/ 2,000.00	S/ 166.67
1	Anuncios (Facebook e Instagram)	S/ 3,600.00	S/ 300.00
Total		S/ 149,206.93	S/ 12,433.91

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a los costos indirectos no están relacionados directamente con el servicio que Atrápalo, ofrece, pero son muy importantes para la estructura y funcionamiento, como se observa en el siguiente cuadro.

Tabla 19 - Costos indirectos

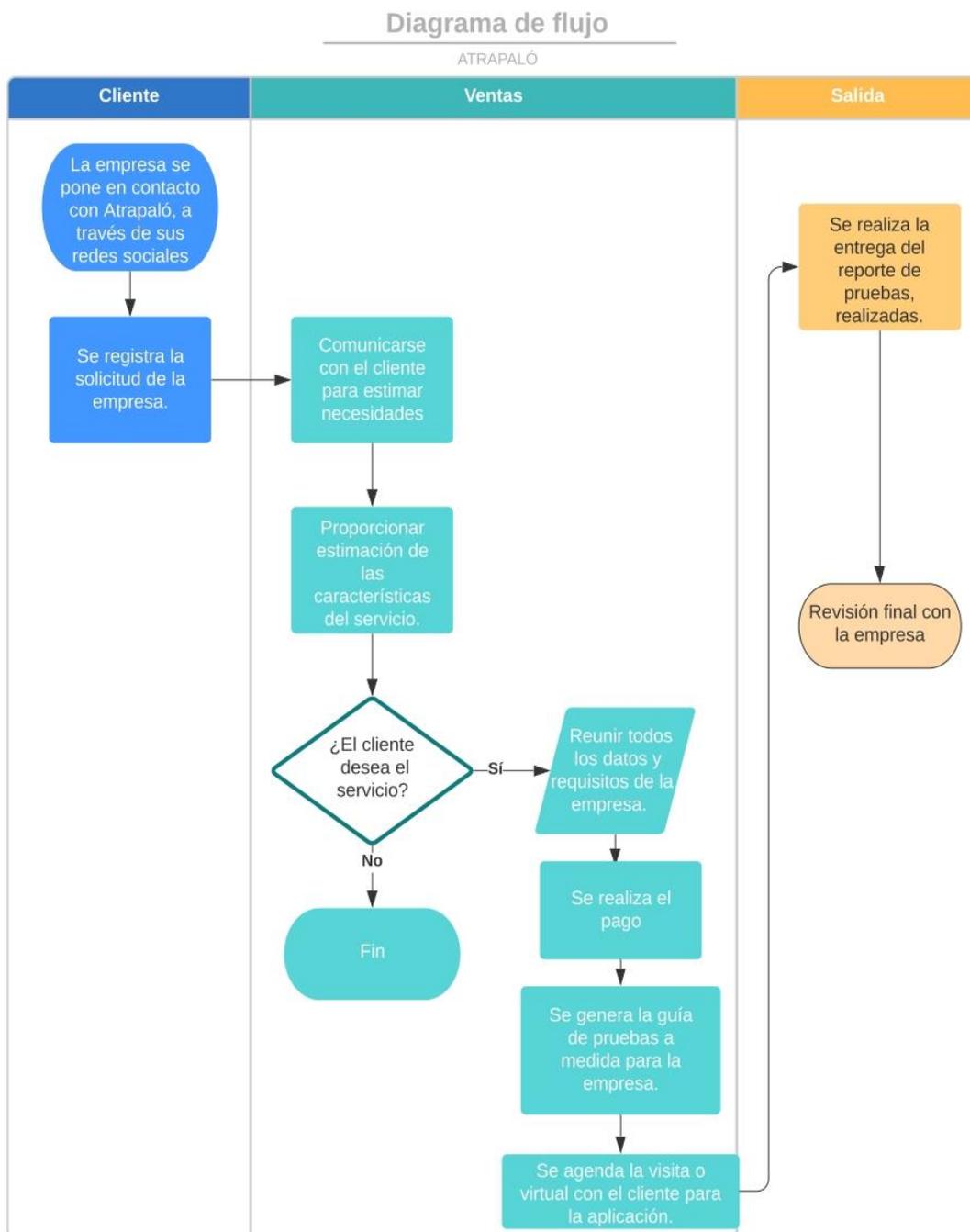
	COSTOS INDIRECTOS	ANUAL	MENSUAL
1	Luz	S/ 1,200.00	S/ 100.00
1	Agua	S/ 360.00	S/ 30.00
1	Internet Wifi	S/ 4,320.00	S/ 360.00
5	Celulares	S/ 2,395.20	S/ 199.60
10	Hojas Bond	S/ 396.00	S/ 33.00
3	Caja de Lapiceros	S/ 96.00	S/ 8.00
3	Tintas de impresora	S/ 1,579.20	S/ 131.60
Total		S/ 10,346.40	S/ 862.20

Fuente: Elaboración propia

6.5 Proceso de producción u operación (diagrama de flujo).

Nuestro proceso de operaciones define las etapas mediante un modelo B2B, en la cual se crea una plataforma para la selección y reclutamiento de personal para otras empresas. El siguiente cuadro muestra el diagrama general de entrada y salida de los procesos de atrápalo.

Ilustración 16 - Diagrama de flujo Atrápalo



Fuente: Elaboración propia

6.5.1 Etapas del proceso del servicio por fases

1. Omnicanal, multiposting: Se genera mediante canales de atención
2. Selección por fases

Candidato postula por medio de convocatorias laborales realizadas por las empresas que lo requieren, en esta fase atrápalo empieza a realizar las operaciones correspondientes y se crea un enlace que lo redirigirá a la postulación de la empresa (cliente), en la cual se hace recopilación de la información de los postulantes, se define con la empresa (cliente) las pruebas a los que se someterán los postulantes y se califican de acuerdo con el peso que la empresa reclutadora defina. Finalmente se redacta un informe con los resultados y observaciones de cada postulante incluyendo datos generales de toda la postulación para que la empresa (cliente) tome la decisión final de contratación.

a) Datos generales:

Se recopila la información de todos los postulantes que se suscribieron a la postulación y se hace, énfasis en los siguientes datos

- Nombre y apellidos
- DNI
- Celular
- Correo electrónico
- Estado civil
- Edad
- Número de hijos
- Profesión
- Dirección
- Recibo para corroborar domicilio (agua, luz o wifi)
- Experiencia laboral (nombre de empresa, puesto, tiempo, salario)
- Tope de 5 datos extras que la empresa (cliente) desee conocer del postulante.

b) Pruebas:

Contamos con 10 pruebas bases de las cuales las empresas clientes podrán acceder de acuerdo con el perfil solicitando 5 de ellas como máximo. Estas pruebas serán depositadas en un “Banco de pruebas” las cuales iremos retroalimentando y etiquetando con la ayuda de un experto en psicología organizacional. Algunas de las pruebas son:

- Conocimientos
generales
 - Razonamiento de
juicio y lógica
 - Habilidades verbales
 - Lógica (RM)
 - Examen aritmético
-
- Juicio práctico
 - Analogías
 - Organización lógica y
concentración
 - Perfil psicológico
 - Atención

c) Final:

Una vez pasada la prueba se enviará un reporte con la calificación a cada postulante, de acuerdo con sus aptitudes y puntaje obtenido.

Atrápalo enviará un informe a la empresa cliente de acuerdo con los resultados obtenidos identificando a los postulantes que tuvieron calificaciones más altas.

3. Detalle de la entrevista final

Empresa cliente contacta a los mejores perfiles mediante correo electrónico para programar una entrevista virtual y lograr un encuentro cara a cara con el postulante. Estas observaciones son enviadas a la base de datos de Atrápalo.

4. Base de talento y análisis

Los mejores postulantes que no ganaron el puesto laboral pasarán a una base interna de atrápalo llamada “base de talentos”, previo consentimiento del uso de datos y su privacidad. Nuestra base tendrá la finalidad de realizar contrataciones express para nuestras empresas (clientes).

A continuación, se presenta el detalle de procesos de servicios por fases.

Ilustración 17 - Diagrama de procesos atrápalo



Fuente: Elaboración propia

6.6 Certificaciones necesarias.

Contaremos con un certificado digital para emitir todo tipo de comprobantes electrónicos como facturas, boletas, notas de crédito/débito, etc., esto nos permitirá declarar a la SUNAT de forma ordenada cumpliendo con lo que exige la ley, además de enviárselo a nuestros clientes por el servicio que adquiera en la plataforma. Este certificado nos permite también emitir comprobantes ilimitados por le periodo de un año.

Certificado para facturación electrónica (1 año)	S/295.00
--	-----------------

6.7 Impacto en el medio ambiente.

Si bien, desde hace algunos años la preocupación de las empresas porque sus procesos causen el menor impacto posible al medio ambiente ha sido tendencia; hoy, gracias al home office que la mayoría de las empresas practican, es una realidad mucho más impactante.

La transformación digital de la industria es una realidad que, en la mayoría de los casos, se ha dado de forma paulatina. La pandemia por COVID-19, ha ocasionado una aceleración digital; los procesos que iban a tardar varios años en ser una realidad han tomado sólo meses. Además de reducir el contacto físico al contribuir con el distanciamiento social y el cero contacto.

Además de la reducción de costos, la digitalización de los espacios y procesos laborales ofrece grandes beneficios como modelos de trabajo más ágiles y eficientes que permiten optimizar los recursos e insumos, aminorando el impacto negativo al planeta.

La llegada de Atrápalo tiene un impacto positivo de cara al medio ambiente, una de las principales razones es el ahorro de papel, haciendo que muchos árboles dejen de talarse, otro factor también importante es el ahorro de tiempo y por ende menos uso de transporte automotor de parte de los postulantes ya que todo el proceso lo harán de manera virtual y por último el ahorro de espacios, no hace falta tener grandes corporaciones, ahorrando costos y generando un óptimo servicio hacia su grupo de interés.

CAPÍTULO VII

Plan Organizacional, de Personal y Legal

7.1 Constitución de la empresa (proceso, trámites, permisos y costos).

En el siguiente cuadro se detalla, los pasos y trámites correspondientes para la constitución de Atrápalo como empresa.

Tabla 20 - Aspectos legales, tributarios y societarios

TRAMITE	OPERACIÓN	ENTIDAD	A CARGO
Reserva del nombre	Reservar el nombre elegido para la empresa.	SUNARP	Accionistas
Elaboración de la minuta	Generar el acta de constitución de la empresa, en donde detallaremos el tipo de empresa (SAC), el capital y otros acuerdos de los socios.	NOTARIA	Accionistas
Elaboración de la escritura pública.	Expresa conformidad de la minuta para ser recepcionada por la SUNARP.	NOTARIA	Accionistas
Inscripción a Registros públicos del contribuyente.	RUC Identifica las actividades económicas de la empresa.	SUNAT	Accionistas
Elección del régimen tributario.	Analizar qué régimen es el que más se ajusta para las gestiones de la empresa.	SUNAT	Gerente General

Legalización de libros contables	Los libros y registros contables serán de acuerdo a la ley del impuesto a la renta	NOTARIA	Accionistas
----------------------------------	--	---------	-------------

Fuente: SUNAT

La elaboración de la minuta de la constitución contemplará que será una Sociedad Anónima Cerrada (SAC) que tendrá tres socios, uno encargado de la parte administrativa, otro de la parte operativa y, por último, de la representación de la empresa, ambos contarán con el mismo porcentaje de participación de la misma.

Se constituirá una S.A.C. debido a que cuenta con 3 accionistas, por la ventaja de los activos de la unión de la sociedad y la facilidad de emitir acciones según las necesidades que pueda tener la empresa. A su vez, permitirá un clima de confianza y seguridad en la empresa.

En el tema de costos las tasas de constitución actuales son las siguientes:

Tabla 21 - Costos de constitución

TRAMITE	Costos en soles
Reserva del nombre	50
Elaboración de la minuta	350
Elaboración de la escritura pública.	80
Inscripción a Registros públicos del contribuyente.	80
Elección del régimen tributario.	120
Legalización de libros contables	120
TOTAL	800

Fuente: SUNAT

7.2 Obligaciones (tributarias y laborales).

Al desarrollar nuestra actividad empresarial, y al contar con 5 trabajadores, tenemos que cumplir con nuestras obligaciones laborales y tributarias. En ese sentido, y con la finalidad de organizar el correcto envío de la información de nuestras obligaciones laborales y tributarias, Atrápalo implementara una Planilla Electrónica.

La Planilla Electrónica es el documento electrónico donde se encontrará la información integral de los empleadores, trabajadores, pensionistas prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes. Y que está compuesta por el Registro de Información laboral (T-Registro) y Planilla Mensual de Pagos, con esto Atrápalo se ahorra tiempo y dinero en trámites y formalidades.

Obligaciones sociales: Nuestra planilla respecto a obligaciones laborales se estructura de la siguiente manera.

Tabla 22 - Planilla Atrápalo

#	CARGO	INGRESOS			RETENCIONES A FAVOR DEL TRABAJADOR								Remuneración Neta	EsSALUD (9%)	Total Aportes
		CONTRATO	SUELDO	AS. FAM.	REMUNERACION BRUTA	ONP	AFP	AFP FONDO	AFP SEGURO	AFP COMISIÓN	RENTA DE 5TA CAT.	TOTAL DESCUENTO			
1	Gerente General	Inicio de actividad	S/.2,500.00		S/. 2,500.00	-	HABITAT	S/. 250.00	S/.43.50	S/. 9.50	-	S/. 303.00	S/.2,197.00	S/.225.00	S/. 225.00
2	Finanzas	Inicio de actividad	S/.2,200.00		S/. 2,200.00	-	HABITAT	S/. 220.00	S/.38.28	S/. 8.36	-	S/. 266.64	S/.1,933.36	S/.198.00	S/. 198.00
3	Contador	Inicio de actividad	S/.1,800.00		S/. 1,800.00	-	HABITAT	-	-	-	-	-	S/.1,800.00	-	-
Totales				S/.	6,500.00	-	S/.	S/. 470.00	S/.81.78	S/.17.86	-	S/. 569.64	S/.5,930.36	S/.423.00	S/. 423.00
5	Comercia 1	Inicio de actividad	S/. 2,200.00		S/. 2,200.00	-	INTEGR A	S/. 220.00	S/.38.28	S/. 3.96	-	S/. 262.24	S/.1,937.76	S/.198.00	S/. 198.00
6	Operador 1	Inicio de actividad	S/. 1,500.00		S/. 1,500.00	-	INTEGR A	S/. 150.00	S/.26.10	S/. 2.70	-	S/. 178.80	S/.1,321.20	S/.135.00	S/. 135.00
Totales				S/.	3,700.00	-	S/.	S/. 370.00	S/.64.38	S/. 6.66	S/.	S/. 441.04	S/.3,258.96	S/.333.00	S/. 333.00

Fuente: Elaboración propia

Como se observa Atrápalo cumple con todas las obligaciones sociales y/o laborales para sus trabajadores manteniendo una correcta actualización mediante las planillas electrónicas. Nuestros costos mensuales de planillas son los siguientes:

Tabla 23 - Costo de Planilla Mensual

Costo Mensual de Planilla	
REMUNERACIÓN NETA	S/. 9189.32
AFP	S/. 1,010.68
ESSALUD	S/. 756.00
TOTAL	S/. 10,956.00

Fuente: Elaboración propia

Obligaciones tributarias: atrápalo se encuentra en el Régimen General el cual contempla los siguientes impuestos:

- IGV: (18%) de las ventas mensuales con derecho a deducir el impuesto pagado y compras (Crédito Fiscal).
- Impuesto a la Renta (29.5%)
- Impuesto Selectivo al Consumo: Sólo si estuviera afecto.
- Contribuciones al ESSALUD: 9%

Como seremos contribuyentes del régimen general debemos realizar un pago mensual del Impuesto a la Renta de acuerdo a dos métodos establecidos: el método de coeficientes y el método del 2% de los ingresos netos. Nosotros establecimos por decisión optar por el método de porcentaje 2%, porque a este método se pueden acoger aquellos contribuyentes que inician sus actividades o que no hubieran tenido que pagar impuesto a la renta en el ejercicio anterior. El impuesto se determina aplicando el 2% sobre los ingresos netos del mes.

Como estamos en régimen general tenemos derecho a deducir nuestros gastos o costos para efectos tributarios, y según ciertos topes en varios casos, para ello, cuando adquirimos bienes y/o servicios necesarios para su actividad, deberán exigir que le otorguen facturas, recibos por honorarios, o ticket que den derecho al crédito fiscal y/o que permitan sustentar gasto o costo y sea un ingreso para atrápalo.

Obligaciones tributarias para atrápalo dentro del Régimen general:

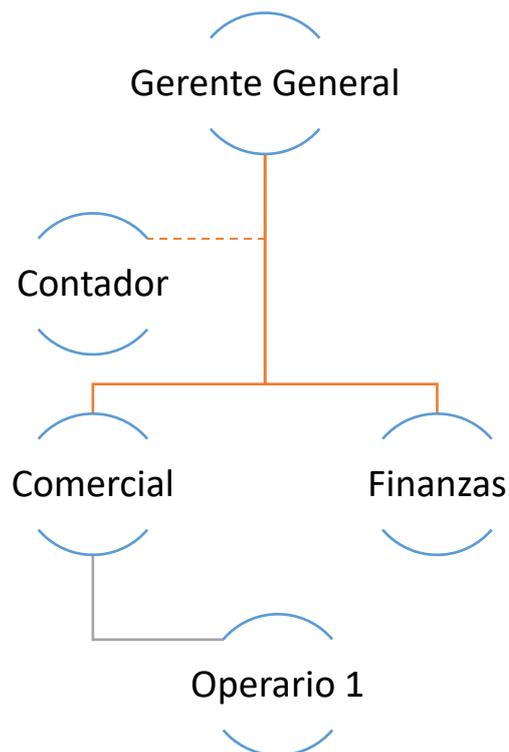
- Emitir y entregar facturas, boletas de venta.
- Llevar Registro de Compras, Registro de Ventas, Libros de Caja y Bancos y Libro de Inventarios y Balances, si sus ingresos brutos (total de ingresos) anuales no superan las 100 UIT (S/.365,000); y llevar Contabilidad completa, si sus ingresos brutos superan las 100 UIT.
- Presentar Declaraciones Juradas Mensuales utilizando el PDT 621 y una Declaración Jurada Anual utilizando el PDT 601.

- Cumplir con sus pagos mensuales, de acuerdo con el sistema correspondiente, y quedan obligados a realizar un pago de regularización al cierre del ejercicio, para lo cual se aplica la tasa del 29.5% sobre la renta imponible.

7.3 Estructura organizacional.

Nuestra organización utilizará una estructura organizacional, la cual se distribuye gráficamente de manera vertical, en donde habrá un responsable por cada área que permita una comunicación e intercambio de información eficaz.

Ilustración 18 - Organigrama



Fuente: Elaboración propia

7.4 Descripción de funciones.

- Gerente general
 - ↳ Requisitos

- Egresada(o) de la carrera técnica o profesional de Administración de negocios.
- Manejo de MS Office Nivel Avanzado.
- Conocimiento de los estados financieros
- Conocimiento sobre gestión ambiental y recursos humanos.
- Deseable diplomado en SGSST.
- Inglés Nivel Intermedio.
- Excelentes habilidades comunicativas
- Capacidad de organización y liderazgo

↳ Habilidades:

- Creativo, organizado, ordenado, proactivo, atención enfocada a los clientes.

↳ Funciones:

- Administración estratégica y objetiva.
- Planificar, organizar, dirigir, controlar y evaluar las actividades del desarrollo de la empresa, cumpliendo objetivos y metas.
- Seguimiento al reglamento y las políticas internas.
- Gestionar y aprobar las ordenes de compras.
- Control de inventarios.
- Trato directo con proveedores.
- Control de procesos.
- Realización de informes quincenales para Gerencia.
- Revisión de contratos.
- Manejo de presupuesto.
- Establecer alianzas o lazos estratégicos con empresas del sector.

- Gerente comercial y ventas

↳ Requisitos

- Conocimientos en diseño digital para redes sociales.
- Cursos de Marketing
- Manejo de redes sociales

- Manejo de programa de edición
- Gusto e interés por el diseño y el cuidado del medio ambiente
- Experiencia en ventas mínimo por 2 años
- Manejo de base de datos

↳ Habilidades:

- Buen negociador, organizado, ordenado, proactivo, atención enfocada a los clientes, creativo.

↳ Funciones:

- Administración estratégica y objetiva de la base de datos de clientes
- Planificación del calendario editorial, calendario de publicaciones en redes sociales, calendario de campañas en redes con sus respectivos presupuestos según corresponda.
- Supervisión de Plan de Marketing Anual
- Promover la venta de productos
- Conocimiento de los productos, funciones y requerimientos para instalación

- Gerente financiero

↳ Requisitos

- Habilidades matemáticas, contables y conocimientos avanzados de computación
- Manejar bases de datos, hojas de cálculo y programas especializados
- Analizar información numérica, realizar inferencias lógicas y suministrar recomendaciones razonables
- Proceder con transparencia y mantener a los clientes informados acerca de toda decisión tomada y acerca de las transacciones que hayan sido ejecutadas.
- Elaborar informes de manera asertiva y detallada, identificando y señalando los aspectos cruciales

↳ Habilidades:

- Capacidad para administrar fondos, dominio de la normativa financiera local, visión global del negocio, analítico y con capacidad de adaptarse al cambio, estrategia, integridad y ética.

↳ Funciones:

- Realizar labores gerenciales, manejar información financiera, documentar y levantar informes, analizar tendencias y evaluar el desempeño de la empresa
- Revisar y desarrollar políticas para regular las opciones financieras de la empresa.
- Dirigir la recopilación y el análisis de la información financiera.
- Estimar costos y ganancias para prever el logro de los objetivos establecidos.
- Utilizar modelos matemáticos y estadísticos para prever las tendencias económicas y financieras.
- Evaluar periódicamente los procedimientos financieros y dar las recomendaciones correspondientes o sugerir posibles mejoras.
- Idear métodos para maximizar las ganancias de la empresa.
- Trabajar en conjunto con RRHH en el reclutamiento y capacitación de los nuevos ingresos.
- Asistir en la administración de los activos y en la estimación de posibles ganancias.
- Monitorear las tendencias que afecten el estado financiero de la empresa y planificar nuevas estrategias.
- Revisar la documentación referente a pronósticos financieros y el estado de la empresa

- Operario comercial

↳ Requisitos

- Pensamiento de visión hacia el futuro
- Habilidad numérica y analítica
- Atención al detalle
- Buena toma de decisiones

- Buenas habilidades interpersonales
- Conocimientos de software
- Experiencia mínima de 2 años en ventas

↳ Habilidades:

- organizado, ordenado, proactivo, atención enfocada a los clientes, habilidades blandas.

↳ Funciones:

- Planificar la estrategia para las actividades de atención con el fin de garantizar la satisfacción del cliente
- Desarrollar y aplicar procedimientos operativos
- Coordinar la inducción y programar citas con los clientes para las demos
- Analizar y resolver los problemas que presenten los clientes respecto al producto
- Mantenerse al día y reaccionar a las influencias externas, como la legislación, las normas relevantes y las necesidades de los clientes

CAPÍTULO VIII

Plan Económico – Financiero

8.1 Inversiones (estructura)

8.1.1 Inversión tangible

TANGIBLE	INVERSIÓN			
	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio de venta
	EQUIPOS			
	Laptop Lenovo ThinkPad T450	4	S/1,900.00	S/7,600.00
	Celulares Redmi Note 9	4	S/850.00	S/3,400.00
	Mouse Genius DX 110	4	S/20.00	S/80.00
	Impresora HP InkTank Wireless 410	1	S/760.00	S/760.00
	Modem de Internet	2	S/90.00	S/180.00
	Total equipos			S/12,020.00
	Útiles de oficina			
	Hojas Bond	10	S/9.90	S/99.00
	Caja de Lapiceros	3	S/8.00	S/24.00
	Tintas de impresora	3	S/131.60	S/394.80
	Total útiles de oficina			S/517.80

Inversión tangible		
Equipos		S/12,020.00
Útiles de oficina		S/517.80
Total		S/12,537.80

8.1.2 Inversión intangible

INTANGIBLES		Cantidad	Precio Unitario	Precio de venta
	Software y licencias			
	Windows 10	3	500	S/1,500.00
	Eset NOD 32 Antivirus	3	60	S/180.00
	Microsoft 365 empresa estándar	3	80	S/240.00
	Plan de Meet	3	350	S/1,050.00
	Plataforma web	1	10,000	S/10,000.00
	Certificado Digital - Facturación	1	295	S/295.00
	Actualización de software	1	2,000	S/2,000.00
	Total software y licencias			S/15,265.00
Constitución				
Constitución	1	S/800.00	S/800.00	
Total Constitución			S/800.00	

Inversión intangible	
Licencia software	S/15,265.00
Constitución	S/800.00
Total	S/16,065.00

8.1.3 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO				
	CANTIDAD	COSTO UNIT	TOTAL Mensual	TOTAL 3 MESES
Caja				
Imprevistos	1	3,949.47		3,949.47
<u>Herramientas</u>				
Plataforma	1	S/ 10,000.00	S/ 10,000.00	S/ 10,000.00
Consultoría	1	S/ 3,000.00	S/ 3,000.00	S/ 3,000.00
SUB-TOTAL HERRAMIENTAS			S/ 13,000.00	S/ 13,000.00
<u>Gastos operativos</u>				
Gastos Administrativos				
Gerente General	1	S/ 2,500.00	S/ 2,500.00	S/ 7,500.00
Finanzas	1	S/ 2,200.00	S/ 2,200.00	S/ 6,600.00
Contador	1	S/ 1,800.00	S/ 1,800.00	S/ 5,400.00
			S/ 6,500.00	S/ 19,500.00
Servicios públicos				
Luz	1	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ 300.00
Agua	1	S/ 30.00	S/ 30.00	S/ 90.00

Internet Wifi	4	S/ 90.00	S/ 360.00	S/ 1,080.00
Teléfono / Celulares	4	S/ 49.90	S/ 199.60	S/ 598.80
		S/ 269.90	S/ 689.60	S/ 2,068.80
Gastos de ventas				
Comercial	1	S/ 2,200.00	S/ 2,200.00	S/ 6,600.00
Operador 1	1	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00	S/ 4,500.00
Campañas de marketing inicial	1	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00
Contactar un community mánager	1	S/ 2,500.00	S/ 2,500.00	S/ 2,500.00
Capacitaciones al personal	1	S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 500.00
Anuncios en redes sociales (Facebook e Instagram)	3	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 900.00
			S/ 7,300.00	S/ 15,300.00
SUB-TOTAL GASTOS OPERATIVOS			S/ 14,489.60	S/ 36,868.80
<u>Enseres de oficina</u>				
Enseres de oficina				
Hojas Bond	10	S/ 9.90	S/ 99.00	S/ 99.00
Caja de Lapiceros	3	S/ 8.00	S/ 24.00	S/ 24.00
Tintas de impresora	3	S/ 131.60	S/ 394.80	S/ 394.80
SUB-TOTAL ENSERES DE OFICINA			S/ 517.80	S/ 517.80
TOTAL INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO			S/ 28,007.40	S/ 50,386.60

INVERSIÓN	INVERSIÓN DESAGREGADA	TOTAL Mensual	TOTAL 3 Meses
INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO	Herramientas	S/ 13,000.00	S/ 13,000.00
	Gastos operativos	S/ 14,489.60	S/ 36,868.80
	Enseres de oficina	S/ 517.80	S/ 517.80
	Total inversión Capital de Trabajo	S/ 28,007.40	S/ 50,386.60

8.1.4 Inversión Total

INVERSIÓN TOTAL	
	Total
Inversión tangible	S/ 12,537.80
Inversión Intangible	S/ 16,065.00
Capital de trabajo	S/ 50,386.60
TOTAL INVERSIÓN	S/ 78,989.40

8.2 Ingresos y Egresos.

ATRÁPALO						
Estado de Resultados						
	2021	2022	2023	2024	2025	
Ventas	S/. 225,000.00	S/. 233,100.00	S/. 241,491.60	S/. 250,185.30	S/. 259,191.97	
Costo de Ventas (-)	S/. 2,050.00	S/. 2,123.80	S/. 2,200.26	S/. 2,279.47	S/. 2,361.53	
UTILIDAD BRUTA	S/. 222,950.00	S/. 230,976.20	S/. 239,291.34	S/. 247,905.83	S/. 256,830.44	
Gastos de ventas (-)	S/. 10,400.00					
Gastos Administrativos (-)	S/. 149,153.33					
Planilla	S/. 138,806.93					
Pago de Servicios	S/. 8,275.20					
Enseres de Oficina	S/. 2,071.20					
UTILIDAD OPERATIVA	S/. 63,396.67	S/. 71,422.87	S/. 79,738.01	S/. 88,352.50	S/. 97,277.11	
Depreciación (-)	S/. 7,307.53					
Amortización (+)	S/. 4,824.04	S/. 5,595.88	S/. 6,491.22	S/. 7,529.82	S/. 8,734.59	
Ingresos Financieros	S/. -					
Gastos Financieros (Intereses) (-)	S/. 4,633.14	S/. 3,861.29	S/. 2,965.95	S/. 1,927.36	S/. 722.59	
Otros ingresos	S/. -					
Otros Egresos (-)	S/. -					
UTILIDAD ANTES DE PARTICIP DE IMP	S/. 56,280.04	S/. 65,849.93	S/. 75,955.76	S/. 86,647.44	S/. 97,981.59	
10% Participaciones Utilidades (-)	S/. 5,628.00	S/. 6,584.99	S/. 7,595.58	S/. 8,664.74	S/. 9,798.16	
29.50% Impuesto a la renta (-)	S/. 14,942.35	S/. 17,483.16	S/. 20,166.25	S/. 23,004.89	S/. 26,014.11	
UTILIDAD NETA	S/. 35,709.69	S/. 41,781.78	S/. 48,193.93	S/. 54,977.80	S/. 62,169.32	

8.3 Deuda (cuadro de amortización).

CALCULO DEL FINANCIAMIENTO

**MONTO A
INVERTIR EN EL
PROYECTO S/. 82,938.87**

CAPITAL PROPIO 60.0% S/. 49,763.32

FINANCIAMIENTO 40.0% S/. 33,175.55

CAPITAL	S/. 49,763.32
----------------	----------------------

TASA EFECTIVA ANUAL (TCEA)	16.0%
TASA INTERÉS EFECTIVO MENSUAL	1.2445%

DURACIÓN EN AÑOS DEL PRESTAMO	5
NUMERO TOTAL DE PAGO	60

Pago de Amortizaciones 1er año	S/. 4,824.04
Pago de intereses 1er año	S/. 4,633.14
Pagado préstamo	S/. 9,457.18

Pago de Amortizaciones 2do año	S/. 5,595.88
Pago de intereses 2do año	S/. 3,861.29
Pagado préstamo	S/. 9,457.18

Pago de Amortizaciones 3er año	S/. 6,491.22
Pago de intereses 3er año	S/. 2,965.95
Pagado préstamo	S/. 9,457.18

Pago de Amortizaciones 4to año	S/. 7,529.82
Pago de intereses 4to año	S/. 1,927.36
Pagado préstamo	S/. 9,457.18

Pago de Amortizaciones 5to año	S/. 8,734.59
Pago de intereses 5to año	S/. 722.59
Pagado préstamo	S/. 9,457.18

8.4 Flujo de caja (económico y financiero).

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas		S/ 225,000.00	S/ 233,100.00	S/ 241,491.60	S/ 250,185.30	S/ 259,191.97
Valor de Retor. Cap Trabajo						xx
TOTAL INGRESOS		S/225,000.00	S/233,100.00	S/241,491.60	S/250,185.30	S/ 259,191.97
EGRESOS						
Costo		S/ 2,050.00				
Gastos Administrativos		S/ 87,541.15				
Gastos de Ventas		S/ 95,161.90				
Otros Gastos						
TOTAL EGRESOS		S/184,753.05	S/184,753.05	S/184,753.05	S/184,753.05	S/184,753.05
UTILIDAD ANT. IMPUESTO		S/40,246.95	S/48,346.95	S/56,738.55	S/65,432.25	S/74,438.92
Impuesto 29.5%		S/11,872.85	S/14,262.35	S/16,737.87	S/19,302.51	S/21,959.48
UTILIDAD DESP. IMPUESTO		S/28,374.10	S/34,084.60	S/40,000.68	S/46,129.73	S/52,479.44
Valor Residual		S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		S/28,374.10	S/34,084.60	S/40,000.68	S/46,129.73	S/52,479.44
Inversión Inicial	S/ 78,989.40					
Inversion Financiera		S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-S/78,989.40	S/28,374.10	S/34,084.60	S/40,000.68	S/46,129.73	S/52,479.44
Préstamo	S/33,175.55					
Amortización (-)		S/4,824.04	S/5,595.88	S/6,989.92	S/7,529.82	S/8,734.59
Intereses (-)		S/4,633.14	S/3,861.29	S/2,965.95	S/1,927.36	S/722.59
10% Escudo Fiscal (+)		S/463.31	S/386.13	S/296.60	S/192.74	S/72.26
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-S/45,813.85	S/19,380.24	S/25,013.55	S/30,341.40	S/36,865.29	S/43,094.52

8.5 Evaluación económica y financiera (VAN y TIR).

INDICADORES ECONÓMICOS	VALORES
Valor Actual Neto Económico (VANE)	S/75615.56
Valor Actual Neto Financiero (VANF)	S/79097.77

INDICADORES ECONÓMICOS	VALORES
Tasa Interna de Retorno Económico (TIRE)	36.62%
Tasa Interna de Retorno Financiero (TIRF)	50.21%

CAPÍTULO IX

Conclusiones, Recomendaciones y Revisión Final del Informe

9.1 Conclusiones y recomendaciones

Podemos concluir que vivimos en un mundo de constante cambio en donde la modernización cumple un papel fundamental en las empresas, y lo vemos reflejado en el 100% de las entrevistas que estarían dispuestas en adquirir este tipo de servicios, en donde una plataforma más amigable que les ayude a optimizar tiempo y procesos sumados a la seguridad y salud para los colaboradores es una prioridad en la actualidad.

Podemos observar que todas las empresas entrevistadas necesitan de un proceso de selección y reclutamiento eficiente, práctico y ahorrativo, que las ayude a obtener el perfil idóneo para el puesto. Muchas de ellas están acostumbradas a invertir poco por lo que debemos crear estrategias comerciales agresivas para convencerlos de que somos la alternativa de solución que estaban buscando. Además, concluimos que las fases de deben ser trabajadas según los procesos que nuestros clientes consideren más importantes, haciéndoles propuestas en actividades que se concatenen y complementen unas con otras con el fin de lograr los objetivos esperados.

A raíz del Covid-19, en el sector empresarial ha causado un grave impacto en donde la adaptación de las empresas a procesos online es lo que les ha permitido la estabilidad y en muchos casos sobrevivir en este último año, por ende, la implementación de un proceso de selección y reclutamiento netamente de este tipo no solo ayudará a elegir el perfil ideal, sino también a generar mayor empleo por la seguridad de los postulantes.