

ESCUELA DE POSTGRADO NEUMANN

MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS



**“Formulación de un plan estratégico para la consultora de
gestión del talento humano Talentum Perú en el periodo 2021 -
2024”**

**Trabajo de Investigación
para optar el Grado a Nombre de la Nación de:**

Maestro en
Administración de Negocios

Autor:

Lic. Chumbes Herrera, Kevin Antonio

Docente guía:

Mg. Leo Rossi, Ernesto Alessandro

TACNA – PERÚ

2021

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del (los) auto (es)”

Agradecimientos

Expreso mi profunda gratitud a la Escuela de Negocios Neumann por el brillante trabajo y la entrega para formarnos como grandes profesionales durante todo el proceso de la maestría

A mi asesor de tesis Mg. Ernesto Alessandro Leo Rossi por guiarme en todo el camino para la realización del presente trabajo de investigación y así mismo a todos mis docentes que contribuyeron con sus grandes conocimientos y experiencias durante todo el proceso.

Quedo profundamente agradecido.

Dedicatoria

A mis padres Manuel y Ernestina por ser mi gran ejemplo a seguir e impulsarme a seguir adelante, por formarme como un ganador con valores y sobre todo con una visión de excelencia, por brindarme su apoyo incondicional y soporte en todo momento. A mis hermanos Edver y Karla , porque sé que juntos con mucho esfuerzo estamos logrando alcanzar todos nuestros sueños. Ustedes mi mayor Motivo en la vida, gracias por todo.

Índice General

Índice General	v
Índice de Tablas	x
Índice de Figuras	xi
Resumen Ejecutivo.....	xii
Introducción	xiv
Capítulo I Antecedentes del estudio	1
1.1 Título del tema.....	1
1.2 Planteamiento del problema.....	1
1.3 Objetivos de la Investigación.....	2
1.4.1 Objetivo General.....	2
1.4.2 Objetivo Específicos	2
1.4 Justificación de la Investigación	2
1.4.1 Justificación Metodológica.....	2
1.4.2 Justificación Práctica	3
1.4.3 Justificación Teórica	3
1.5 Metodología.....	3
1.6 Alcances y limitaciones.....	4
Capítulo II: Marco Teórico.....	5
2.1. Conceptualización de los tópicos clave.....	5
2.1.1. Planificación	5
2.1.2. Planificación Estratégica.....	7
2.1.2.1. Beneficios de la Planificación estratégica	8
2.1.2.2. Elementos de la Planificación estratégica	9

2.1.2.3. Principios de la Planificación estratégica	10
2.1.2.4. Proceso de la Planificación estratégica.....	12
2.1.2.5. Formulación estratégica o Filosofía Empresarial	12
a) Misión	12
b) Visión.....	13
c) Objetivos.....	14
d) Valores	15
2.1.2.6. Análisis situacional.....	15
2.1.2.7. Implementación estratégica	16
2.1.2.8. Evaluación y control de estrategias.....	16
2.1.2.9. Estrategias	17
2.2. Importancia de los tópicos clave	18
2.2.1.Importancia de la planificación	18
2.2.2.Importancia de la planificación estratégica	18
2.2.3.Importancia de la filosofía empresarial	18
2.2.4.Importancia de la Misión.....	19
2.2.5.Importancia de la Visión	20
2.2.6.Importancia de la Objetivos	20
2.2.7.Importancia de los valores.....	21
2.2.8.Importancia del análisis situacional	21
2.2.9.Importancia de la implementación de estrategias.....	21
2.2.10.Importancia del control y evaluación de estrategias	21
2.3. Análisis comparativo	22
2.3.1.Planificación	22

2.3.2. Planificación Estratégica.....	22
2.3.3. Estrategias.....	23
2.4. Análisis crítico	23
2.4.1. Planificación	23
2.4.2. Planificación Estratégica.....	23
Capítulo III: Marco Referencial	25
3.1. Reseña de la organización.....	25
3.2. Filosofía organizacional.....	26
3.2.1. Misión:	26
3.2.2. Visión:.....	26
3.2.3. Valores corporativos:	26
3.2.4. Políticas de calidad:.....	31
3.3. Diseño organizacional	34
3.4. Productos y/o servicios	35
3.4.1. Programa Corporativo:	35
3.4.2. Programa Educativo:	36
3.4.3. Programa personalizado:.....	37
3.5. Diagnostico Organizacional.....	37
Capítulo IV: Resultados	39
4.1. Diagnostico Interno y Externo	39
4.1.1. Diagnostico externo	39
4.1.1.1. Entorno político	39
4.1.1.2. Entorno económico	41
4.1.1.3. Entorno social	42

4.1.1.4. Entorno tecnológico	44
4.1.1.5. Entorno ambiental	46
4.1.2. Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Michael Porter	46
4.1.3. Poder de negociación de los compradores o clientes	46
4.1.4. Poder de negociación de los proveedores.....	48
4.1.5. Amenaza de nuevos competidores entrantes.....	49
4.1.6. Amenaza de productos sustitutos.....	50
4.1.7. Rivalidad entre competidores	50
4.1.8. Matriz de Evaluación de los Factores Externos (MEFE)	51
4.1.8.1. Análisis de la industria	53
4.1.8.2. Diagnostico interno	58
4.1.9. Matriz de evaluación de los factores internos (MEFI).....	63
4.2. Rediseño de filosofía organizacional.....	67
4.2.1. Propuesta de la misión y visión	67
4.2.2. Valores	67
4.2.3. Objetivos.....	68
4.3. Formulación y selección de estrategias:	69
4.3.1. Diagnóstico de Debilidades, Fortalezas, Oportunidades, Amenazas: 69	
4.3.2. Matriz FODA.....	71
4.3.3. Matriz Posición Estratégica y Evaluación de la acción (PEYEA).....	77
4.3.4. Matriz Interna Externa (IE).....	80
4.3.5. Alineamiento de las Estrategias con los Objetivos	84
4.3.6. Descripción de la estrategia seleccionada.....	86
a) Alinear las estrategias con los factores internos y externos	86
b) Alineamiento de las estrategias con lo objetivos	86

4.4. Diseño de Planes de Acción.....	88
4.4.1. Plan de mercadeo	89
1. Estrategia de posicionamiento.....	90
2. Estrategia de producto.....	90
3. Estrategia de precio.....	91
4. Estrategia de Plaza o distribución	91
5. Estrategia de promoción.....	92
6. Estrategia postventa	93
7. Estrategia de Talento Humano	94
8. Financiamiento	94
Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones	96
5.1 Conclusiones	96
5.2 Recomendaciones.....	98
Bibliografía.....	100
Anexos.....	103

Índice de Tablas

Tabla 1 Principios de la planificación estratégica	11
Tabla 2 Ejemplo de misión	13
Tabla 3 Ejemplo de visión.....	14
Tabla 4 Ejemplo de Análisis Foda	15
Tabla 5 Diseño organizacional (Consultora Talentum Perú)	34
Tabla 6 Clientes de Talentum Perú	46
Tabla 7 Proveedores de Talentum Perú	48
Tabla 8 Competidores de Talentum Perú	50
Tabla 9 Matriz de evaluación de los factores externos	52
Tabla 10 Matriz de evaluación de los factores internos	63
Tabla 11 Matriz FODA	73
Tabla 12 Matriz Posición Estratégica y Evaluación de la acción	77
Tabla 13 Resultados de la Matriz Interna Externa (IE)	83
Tabla 14 Matriz IE Y Matriz PEYEA.....	85
Tabla 15 Alineación estratégica con los objetivos	87
Tabla 16 Financiamiento del plan de marketing	94

Índice de Figuras

Figura 1: Proceso de la Planificación estratégica	12
Figura 2: Localización de la oficina.....	26
Figura 3: Empresas cuyos trabajadores recibieron alguna capacitación	54
Figura 4: Empresas ,según el tipo de entidad que brinda la capacitación a sus trabajadores.....	55
Figura 5: Empresas, según forma en que asumieron el costo de la capacitación brindada a sus trabajadores	56
Figura 6: Empresas, según razón principal por la que no realizó capacitaciones a sus trabajadores.....	57
Figura 7: Empresas que conocen de la existencia del beneficio del crédito tributario por los gastos en capacitación de personal.	57
Figura 8: Visión.....	67
Figura 9: Misión	67
Figura 10: Posición Estratégica de Acción	79
Figura 11:Alineamiento de los planes de acción	88

Resumen Ejecutivo

En el presente trabajo de investigación, se realiza un análisis, evaluación para proponer una solución al problema de la empresa consultora de gestión del talento humano Talentum Perú, mediante la formulación de un estratégico para el periodo 2021 – 2024, que permita su mejora.

Del estudio realizado se pudo evidenciar que no existe una adecuada planificación a corto, mediano y largo plazo así mismo se observó que no existe una buena toma de decisiones por parte de los directivos de la organización, lo que se traduce en que la empresa no tendrá la capacidad de aprovechar las oportunidades, no existirá un proceso estratégico que permita el crecimiento de la organización

Así mismo entre los factores más importantes, en cuanto al análisis interno se puede observar que no cuenta con un plan estratégico, no cuenta con presencia en redes sociales ,tampoco con una página web que permita la difusión y comunicación en épocas de pandemia pero cuenta con alianzas estratégicas , una amplia cartera de clientes lo que representa la mejor garantía del servicio brindado ; por otro lado ,en cuanto al análisis externo presenta como sus principales oportunidades la competitividad en el sector de capacitaciones ,la necesidad de capacitación educación a nivel personal ,familiar y empresarial , la virtualización de la educación debido a la pandemia que permitirá a la empresa visualizar un presente y futuro favorable .

Del análisis efectuado, la empresa para los años 2021 – 2024, debe realizar una mejora en sus estrategias, que le permitan lograr conseguir un mejor futuro, lograr el posicionamiento en el mercado e incrementar el nivel de ventas de la empresa.

Se considero estrategias detalladamente y en base a ello se desarrolló un plan de marketing que tiene por objetivo mejorar la competitividad de la empresa Talentum Perú en el mercado, aprovechando las buenas relaciones estratégicas con diferentes empresas ,creando infoproductos innovadores e impulsar presencia en diferentes canales virtuales ,el plan considera la implementación de estrategias de: Posicionamiento, Marketing Mix (producto , precio ,plaza ,promoción) , post venta , Talento Humano y financiamiento.

Finalmente se recomienda la implementación del presente plan pero de manera progresiva consiguiendo la ejecución en el 2021 de un 25%, en el 2022 un 45% ,en el 2023 un 50% y en el 2024 un 100% , por otro lado lograr el posicionamiento de la empresa en su rubro a nivel local e internacional en un 15% el año 2021 , 20% el año 2022, 20 % el año 2023 y logrando un avance del 40% el año 2024 , por otro lado incrementar el nivel de ventas de la empresa en el año 2021 un 15% , el año 2022 un 20% , 2023 en un 30% y en el año 2024 en un 45% respecto al año anterior .

Introducción

El actual trabajo de investigación brinda las herramientas necesarias para impulsar el desarrollo de la empresa “FORMULACIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA CONSULTORA DE GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO TALENTUM PERÚ EN EL PERIODO 2021 -2024”, debido a que no cuenta con la visión, misión, metas y estrategia para lograr una ventaja competitiva de tal forma que pueda alcanzar un posicionamiento en el mercado.

Todas las deficiencias en el ambiente organizacional se deben principalmente a la falta de un plan estratégico, por lo que el propósito de esta investigación es brindar herramientas para resolver los problemas que enfrenta para la Consultora de Gestión del Talento Humano Talentum Perú. Cabe mencionar que al realizar esta investigación se debe tomar en consideración la información que brindan los especialistas de la empresa que cuentan con una amplia experiencia profesional.

En el Capítulo I, se determinó los antecedentes del presente estudio, desde la definición del nombre del estudio, se logró identificar el problema principal, los objetivos generales y específicos de la presente investigación, de la misma forma se desarrolla la justificación de la presente investigación así se estableció los alcances del presente trabajo de investigación.

En el Capítulo II, se ha trabajado el marco teórico, que tiene como propósito guiar la investigación, considerando algunas teorías y temáticas acorde con la propuesta del plan estratégico.

En el Capítulo III, se ha desarrollado el marco referencial, que fue desde realizar la reseña histórica de la consultoría, definir su filosofía organizacional, identificar su diseño organizacional y describir cada uno de los productos ofrecidos por la empresa Talentum Perú.

En el Capítulo IV, se ha desarrollado y evaluado los resultados del estudio, para ello se realizó el diagnóstico interno y externo de la empresa, se rediseñó la filosofía organizacional, posteriormente se formuló y seleccionó las estrategias aplicando diferentes herramientas, para finalmente terminar con un plan de acción que está directamente enfocado en un Plan de marketing sustentado con estrategias y un financiamiento a desarrollar de manera progresiva .

En el Capítulo V, se ha desarrollado las conclusiones y recomendaciones a las que se llegó con el presente trabajo de investigación