

FACULTAD DE INGENIERÍA

Escuela Académico Profesional de Ingeniería Industrial

Tesis

**Diseño de un plan estratégico de la empresa H&S
consultoría en seguridad industrial para el
periodo 2019 - 2030**

Yadira Medalith Pacheco Echevarria

Para optar el Título Profesional de
Ingeniero Industrial

Huancayo, 2019

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

ASESOR

Ing. Jacinto Arroyo Aliaga

Ing. José Lira Guzmán

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiar y hacer su voluntad en cada paso de mi vida y de mi familia.

Agradezco a mis padres: David y Esther que me ayudan en forma incondicional en cada paso que doy.

Agradezco a la empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial SAC por permitirme realizar este trabajo de investigación.

Agradezco a mis asesores Ing. Jacinto Arroyo Aliaga y al Ing. José Lira Guzmán por acompañarme en esta exhaustiva etapa post universitaria.

DEDICATORIA

A Dios y a mis padres, por darme la vida, apoyarme en la universidad y creer en mí. Gracias por darme el apoyo necesario en todo momento, darme su amor incondicional y enseñarme la valentía de afrontar adversidades.

ÍNDICE

PORTADA.....	I
ASESOR	II
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA.....	IV
ÍNDICE	V
LISTA DE TABLAS	VII
LISTA DE FIGURAS.....	X
RESUMEN.....	XV
ABSTRACT.....	XVI
INTRODUCCIÓN.....	XVII
CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO.....	19
1.1. Planteamiento y formulación del problema	19
1.1.1. Planteamiento del problema.....	19
1.1.2. Evaluación de la competencia.....	34
1.1.3. Segmentación de Mercado:	95
1.2. Formulación del problema:	102
1.2.1. Problema general	102
1.2.2. Problemas específicos	102
1.3. Objetivos.....	102
1.3.1. Objetivo general	102
1.3.2. Objetivos específicos.....	102
1.4. Justificación e importancia	103
1.4.1. Justificación Práctica:	103
1.4.2. Justificación Teórica:	103
1.4.3. Justificación Metódica:	103
1.5. Delimitación:	103
1.5.1. Delimitación espacial o geográfica:.....	103
1.5.2. Delimitación temporal:	104
1.6. Hipótesis (Investigación científica) y descripción de variables:	104
1.6.1. Hipótesis General:	104
1.6.2. Hipótesis Específicas:	104
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	105
2.1. Antecedentes de la investigación	105
2.1.1. Artículos científicos:.....	105
2.1.2. Tesis:	106
2.2. Bases teóricas	108
2.2.1. Plan Estratégico:	108
2.2.2. Objetivo de la Planeación Estratégica:.....	108
2.2.3. Etapas:	108
CAPÍTULO III METODOLOGÍA.....	148
3.1. Método y alcances de la investigación.....	148
3.1.1. Método de la investigación	148
3.2. Plan de obtención de datos:	149
3.2.1. Entendimiento inicial:.....	150
3.2.2. Análisis externo e interno:	150
3.2.3. Objetivos de largo plazo y las estrategias en acción:	151
3.2.4. Alcances de la investigación	153
3.2.5. Tipo de diseño de investigación.	155
3.3. Población y muestra	155
3.3.1. Población.....	155
3.3.2. Muestra.....	155
CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN	159

4.1.	Resultados del tratamiento y análisis de la información	159
4.1.1.	Resultado para lograr explicar el objetivo específico 1	159
4.1.2.	Resultado para lograr explicar el objetivo específico 2	174
4.1.3.	Resultado para lograr explicar el objetivo específico	198
CONCLUSIONES.....		230
RECOMENDACIONES		231
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		232
ANEXOS		237

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Población al 30 Junio, por grupos quinquenales de edad, según departamento, provincia y distrito, 2013.....	32
Tabla 2 Valor Agregado Bruto 2017: Junín.....	34
Tabla 3 Resumen de información sobre el instituto Prime.....	43
Tabla 4 Resumen de información sobre la empresa Cenesam.....	53
Tabla 5 Resumen de información de la empresa CEADEM.....	62
Tabla 6 Beneficios que ofrece el Instituto Overall.....	68
Tabla 7 Resumen de los beneficios de la empresa CACP Perú.....	76
Tabla 8 Resumen de beneficios de la empresa Coesem.....	79
Tabla 9 Resumen de información de la empresa Ceesproam Perú.....	83
Tabla 10 Resumen de beneficios de la empresa Equipo Perú Prevenir.....	87
Tabla 11 Resumen de la información de la empresa Faval.....	90
<i>Tabla 12 Resumen de los beneficios de las empresas de la competencia.....</i>	<i>91</i>
<i>Tabla 13 Similitudes en deficiencias y logros en la competencia.....</i>	<i>95</i>
<i>Tabla 14 Segmentación de mercado.....</i>	<i>96</i>
<i>Tabla 15 Segmentación de los tipos de clientes.....</i>	<i>97</i>
<i>Tabla 16 Empresas de la competencia de liderazgo en costos.....</i>	<i>98</i>
<i>Tabla 17 Empresas de la competencia que poseen estrategias de diferenciación.....</i>	<i>99</i>
<i>Tabla 18 Empresas de la competencia que poseen estrategias de enfoque.....</i>	<i>100</i>
<i>Tabla 19 Empresa de la competencia con ninguna estrategia.....</i>	<i>101</i>
Tabla 20 Variables Políticas, Gubernamentales, y Legales.....	111
Tabla 21 Variables económicas y financieras.....	112
Tabla 22 Variables sociales, culturales, y demográficas.....	113
Tabla 23 Variables tecnológicas y científicas.....	113
Tabla 24 Variables ecológicas y ambientales.....	114
Tabla 25 Ejemplo de Matriz EFE de una empresa pesquera.....	115
Tabla 26 Matriz PC de una empresa de telefonía móvil.....	117
Tabla 27 Ejemplo de una Matriz de Perfil Referencial.....	118
Tabla 28 Ejemplo de MIO del Sistema Educativo Universitario Posgrado Privado.....	124
Tabla 29 Clasificación de estrategias.....	126
Tabla 30 Ejemplos de Estrategias Específicas, Alternativas y Modalidades.....	128
Tabla 31 Ejemplo de la Matriz FODA del cuerpo General de Bomberos Voluntarios.....	131
Tabla 32 Ejemplo de una Matriz PEYEA de una empresa pesquera.....	134
Tabla 33 Matriz de Decisión de una empresa pesquera.....	139
Tabla 34 Ejemplo de MCPE del Cuerpo General de Bomberos Voluntarios.....	141
Tabla 36 Ejemplo de MERC del Sistema Educativo Universitario Posgrado Privado.....	145
Tabla 37 Matriz de estrategias versus objetivos de largo plazo.....	146
Tabla 38 Matriz de Posibilidades de los competidores.....	146
Tabla 39 Plan de obtención de datos del entendimiento inicial.....	150
Tabla 40 Plan de obtención de datos del análisis externo e interno.....	150
Tabla 41 Plan de obtención de datos de objetivos a largo plazo y estrategias.....	151
Tabla 42 Muestra de la empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial SAC.....	156
Tabla 43 Modelo determinístico.....	158
Tabla 44 Organigrama de la empresa H&S Consultoría en seguridad industrial SAC.....	162
Tabla 45 Diagrama de procesos de la empresa H&S, para el curso de especialización.....	168
Tabla 46 Variables Políticas, Gubernamentales, y Legales de la industria de los cursos en seguridad industrial.....	174

Tabla 47 Variables Económicas y Financieras de la industria de los cursos en seguridad industrial	175
Tabla 48 Variables Sociales, Culturales y Demográficas de la industria de los cursos en seguridad industrial.....	175
Tabla 49 Variables Tecnológicas y científicas de la industria de los cursos en seguridad industrial	176
Tabla 50 Variables ecológicas y ambientales de la industria de los cursos en seguridad industrial	176
Tabla 51 Matriz de evaluación de factores externos MEFE (Fuerzas de Porter)	191
Tabla 52 Gastos fijos y gastos variables de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC	182
Tabla 53 Organigrama de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC	185
Tabla 54 Matriz de evaluación de los factores externos (MEFE) de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC	186
Tabla 55 Formato de la matriz de perfil competitivo (MPC) de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC	188
Tabla 56 Matriz de Perfil Referencial (MPR) de la empresa H&S consultoría en Seguridad industrial SAC.....	189
Tabla 57 Matriz de evaluación de los factores internos (MEFI) de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC	195
Tabla 58 Matriz de intereses organizacionales (MIO) de la empresa H&S Consultoría en seguridad Industrial SAC	198
Tabla 59 Objetivos a largo plazo (OLP) de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC	199
Tabla 60 Estrategias en acción de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC	202
Tabla 61 Estrategia genérica competitiva: Enfoque, de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC	202
Tabla 62 Matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) - FO explote.....	203
Tabla 63 Matriz FODA de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC - DO Busque	205
Tabla 64 Matriz FODA de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC - FA Confronte	206
Tabla 65 Matriz FODA de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC - DA evite..	207
Tabla 66 Matriz PEYEA de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC.....	209
Tabla 67 Participación de mercado de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC.....	211
Tabla 68 Tasa de crecimiento de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC	211
Tabla 69 Cálculo de participación relativa de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC.....	212
Tabla 70 Matriz IE de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC	213
Tabla 71 Matriz de Decisión Estratégica (MDE) de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC	215
Tabla 72 Matriz Cuantitativa de Planeamiento estratégico (MCPE) de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC.....	217
Tabla 73 Matriz de Rumelt (MR) Q de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC.....	219
Tabla 74 Matriz de Ética (ME) de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC.....	220
Tabla 75 Matriz de ERC de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC	221
Tabla 76 Matriz de Estrategias y Objetivos a Largo Plazo (MEOLP) de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC	222
Tabla 77 Matriz de Estrategias versus Posibilidades de los competidores y Sustitutos (MEPCS) de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC	223

Tabla 78 Tablero de control balanceado de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC	227
Tabla 79 Organigrama de la empresa H&S Consultoría en seguridad industrial SAC.....	243
Tabla 80 Pregunta 1 de la encuesta aplicada.....	262
Tabla 81 Pregunta 2 de la encuesta aplicada.....	263
Tabla 82 Pregunta 3 de la encuesta aplicada.....	264
Tabla 83 Pregunta 4 de la encuesta aplicada.....	265
Tabla 84 Pregunta 5 de la encuesta aplicada.....	266
Tabla 85 Pregunta 6 de la encuesta aplicada.....	267
Tabla 86 Pregunta 7 de la encuesta aplicada.....	268
Tabla 87 Pregunta 8 de la encuesta aplicada.....	269
Tabla 88 Pregunta 9 de la encuesta aplicada.....	270
Tabla 89 Pregunta 10 de la encuesta aplicada.....	271
Tabla 90 Pregunta 11 de la encuesta aplicada.....	272
Tabla 91 Pregunta 12 de la encuesta aplicada.....	273
Tabla 92 Pregunta 13 de la encuesta aplicada.....	274
Tabla 93 Pregunta 14 de la encuesta aplicada.....	275
Tabla 94 Pregunta 15 de la encuesta aplicada.....	276
Tabla 95 Pregunta 16 de la encuesta aplicada.....	277
Tabla 96 Pregunta 17 de la encuesta aplicada.....	278
Tabla 97 Pregunta 18 de la encuesta aplicada.....	279
Tabla 98 Pregunta 19 de la encuesta aplicada.....	280
Tabla 99 Pregunta 20 de la encuesta aplicada.....	281
Tabla 100 Pregunta 21 de la encuesta aplicada.....	282
Tabla 101 Pregunta 22 de la encuesta aplicada.....	283
Tabla 102 Pregunta 23 de la encuesta aplicada.....	284
Tabla 103 Pregunta 24 de la encuesta aplicada.....	285
Tabla 104 Pregunta 1 de la encuesta sobre en entorno externo.....	287
Tabla 105 Pregunta 2 de la encuesta sobre en entorno externo.....	288
Tabla 106 Pregunta 3 de la encuesta sobre en entorno externo.....	289
Tabla 107 Pregunta 4 de la encuesta sobre en entorno externo.....	290
Tabla 108 Pregunta 5 de la encuesta sobre en entorno externo.....	291
Tabla 109 Pregunta 6 de la encuesta sobre en entorno externo.....	292
Tabla 110 Pregunta 7 de la encuesta sobre en entorno externo.....	293
Tabla 111 Pregunta 1 de la encuesta para ponentes.....	295
Tabla 112 Pregunta 2 de la encuesta para ponentes.....	296
Tabla 113 Pregunta 3 de la encuesta para ponentes.....	297
Tabla 114 Pregunta 4 de la encuesta para ponentes.....	298
Tabla 115 Pregunta 5 de la encuesta para ponentes.....	299
Tabla 116 Pregunta 6 de la encuesta para ponentes.....	300
Tabla 117 Pregunta 7 de la encuesta para ponentes.....	301
Tabla 118 Pregunta 8 de la encuesta para ponentes.....	302
Tabla 119 Pregunta 9 de la encuesta para ponentes.....	303
Tabla 120 Pregunta 10 de la encuesta para ponentes.....	304

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Brochure de la empresa, lado delantero.....	20
Figura 2 Brochure de la empresa, lado trasero.....	21
Figura 3: 3er Curso de Especialización en Formación de Supervisores de Seguridad y Salud Ocupacional.....	22
Figura 4 Tríptico de la Especialización de Seguridad y Salud Ocupacional, anverso.....	22
Figura 5 3er Curso de Especialización de Formación de Supervisión de Seguridad y Salud Ocupacional, reverso	23
Figura 6 Currículum Vitae de un ponente de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial	25
Figura 7 Módulo 5 de la especialización de formación en seguridad industrial.....	26
Figura 8 Cuadro dentro del material didáctico repartido a los estudiantes.....	26
Figura 9 Material de estudios de la empresa CEADEM1	27
Figura 10 Pegado de afiches por parte de los trabajadores de la empresa	28
Figura 11 Break proporcionado en las clases de formación de supervisores de seguridad	28
Figura 12 Break proporcionado en las clases de formación de supervisores de seguridad	29
Figura 13 Metodología de enseñanza de la formación de supervisores de seguridad	30
Figura 14 Mapa Político de la provincia de Huancayo y sus distritos.....	31
Figura 15 Plaza Constitución de la ciudad de Huancayo	33
Figura 16 Vista principal de la página web del instituto Prime.....	35
Figura 17 Filosofía, Visión y Misión del instituto Prime.....	35
Figura 18 Información numérica del Instituto Prime.....	36
Figura 19 Ventajas diferenciales de la empresa Prime.....	36
Figura 20 Información de contacto del Instituto Prime.....	36
Figura 21 Plana docente del Instituto Prime	37
Figura 22 Testimonios del Instituto Prime.....	37
Figura 23 Aula Virtual del Instituto Continental.....	38
Figura 25 Publicidad en facebook sobre el diploma de seguridad que ofrecen	39
Figura 26 Publicidad en facebook sobre el diploma en SSOMA que ofrecen	39
Figura 27 Dirección en google maps del Instituto Prime	40
Figura 28 Foto de la sede en Huancayo del Instituto Prime	40
Figura 29 Instalaciones de la empresa y merchandising entregado a los estudiantes en el instituto Prime	41
Figura 30 Personal de atención al cliente del Instituto Prime brindando información	42
Figura 31 Brochure del Instituto Prime.....	42
Figura 32 Inicio de la Página web de la empresa Cenesam.....	44
Figura 33 Proyectos Desarrollados de la empresa Cenesam	45
Figura 34 Misión de la empresa Cenesam	45
Figura 35 Visión de la empresa Cenesam	45
Figura 36 Objetivos de la empresa Cenesam.....	46
Figura 37 Valores empresariales de la empresa Cenesam	46
Figura 38 Clientes de la empresa Cenesam.....	47
Figura 39 Servicios de la empresa Cenesam	47
Figura 40 Capacitaciones de la empresa Cenesam	48
Figura 41 Contactos de la empresa Cenesam.....	48
Figura 42 Página de Facebook de la empresa Cenesam.....	49
Figura 42 Página de Facebook de la empresa Cenesam.....	49
Figura 45 Personal de ventas de la empresa Cenesam	50
Figura 46 Diploma de la empresa Cenesam.....	50
Figura 47 Aulas de Clases de la empresa Cenesam.....	51

Figura 48 Publicidad en redes sociales de la empresa Cenesam	51
Figura 49 Afiches que reparte la empresa Cenesam	52
Figura 50 Página web de la empresa Ceadem.....	54
Figura 51 Misión y visión de la empresa Ceadem	55
Figura 52 Beneficios de la empresa Ceadem	55
Figura 52 Beneficios de la empresa Ceadem	56
Figura 54 Cursos que ofrece la empresa Ceadem	56
Figura 55 Aula virtual de la Empresa Ceadem	57
Figura 56 Bolsa de trabajo de la empresa Ceadem.....	57
Figura 57 Publicidad en facebook del curso de seguridad de la empresa Ceadem.....	58
Figura 58 Aulas de la empresa Ceadem.....	58
Figura 59 Personal de atención al cliente de la empresa Ceadem	59
Figura 60 Material didáctico de la empresa Ceadem.....	59
Figura 61 Ubicación de la empresa Ceadem en Google maps	60
Figura 62 Certificado entregado a los estudiantes de Ceadem	61
Figura 63 Edificio donde se ubica la empresa Ceadem	61
Figura 64 Local donde se ubica la empresa Ceadem.....	62
Figura 65 Dirección en google maps de Overall Instituto	63
Figura 66 Foto del edificio del Instituto Overall	64
Figura 67 Ubicación del local de clases de la empresa Overall	64
Figura 68 Página web del Instituto Overall	65
Figura 69 Página de Facebook del Instituto Overall	65
Figura 70 Personal de atención del Instituto Overall	66
Figura 71 Publicidad en facebook sobre el curso SSOMA del Instituto Overall	66
Figura 72 Publicidad en el local de atención al cliente en la oficina principal del Instituto Overall .	67
Figura 73 Afiches del Instituto Overall	67
Figura 74 Página web de la empresa CACP Perú.....	68
Figura 75 Misión de la empresa CACP Perú	69
Figura 76 Visión de la empresa CACP Perú.....	69
Figura 77 Aliados estratégicos de la empresa CACP Perú	70
Figura 78 Estadísticas de la empresa CACP Perú	71
Figura 79 Capacitaciones que brinda la empresa CACP Perú.....	71
Figura 80 Aula virtual de la empresa CACP Perú.....	72
Figura 81 Página de facebook de la empresa CACP Perú.....	72
Figura 82 Información sobre el Diplomado sobre SSOMA de la empresa CACP Perú	73
Figura 83 Ubicación en google maps de la empresa CACP Perú.....	74
Figura 84 Aula donde se dictan las clases de la empresa CACP Perú	74
Figura 85 Foto de la ubicación de empresa.....	75
Figura 86 Horario de atención de la empresa CACP Perú	76
Figura 87 Página de Facebook de la empresa Coesem SAC	77
Figura 88 Publicidad en redes sociales de la empresa Coesem SAC0.....	77
Figura 89 Dirección en Google maps de Coesem	78
Figura 90 Foto de ubicación de la empresa Coesem SAC.....	79
Figura 91 Facebook de la empresa Ceesproam a nivel nacional.....	80
Figura 92 Página de facebook de la empresa Ceesproam para la ciudad de Huancayo.....	80
Figura 93 Publicidad de la empresa Ceesproam Huancayo.....	81
Figura 94 Dirección en Google maps de la empresa Ceesproam	82
Figura 95 Foto del local de la empresa Ceesproam	82
Figura 96 Página web de la empresa Equipo Perú Prevenir	83
Figura 97 áreas especializadas de la empresa.....	84

Figura 98 Diplomados y cursos de la empresa Equipo Perú Prevenir	84
Figura 99 Convenios de la empresa Equipo Perú Prevenir	85
Figura 100 Facebook de la empresa Equipo Perú Prevenir	85
Figura 101 Dirección en Google Maps de la empresa Equipo Perú Prevenir	86
Figura 102 Foto del local de la empresa Equipo Perú Prevenir	86
Figura 103 Cuenta de facebook de la empresa FAVAL ingenieros.....	87
Figura 104 Publicidad en redes sociales sobre su curso de especialización en seguridad industrial	88
Figura 105 Dirección en google maps de la empresa FAVAL	89
Figura 106 Local de la empresa Faval.....	89
Figura 107 Segmentación de mercado de las empresas que ofrecen cursos y diplomados en seguridad industrial	96
Figura 108 Segmentación de los tipos de clientes.....	97
Figura 109 Plano de ubicación y delimitación geográfica del estudio	103
Figura 110 Elementos de la estructura de la industria].....	116
Figura 111 El modelo secuencial del proceso estratégico. Auditoría interna	119
Figura 112 Ciclo operativo de la organización. Gerencia/Administración	120
Figura 113 Fórmula de la visión	125
Figura 114 Fórmula de los objetivos de corto plazo	125
Figura 115 Ejemplos de objetivos a Largo Plazo.....	125
Figura 116 Equivalente de la productividad	129
Figura 117 Formato de MPEYEA.....	132
Figura 118 Ejemplo de la matriz PEYEA	135
Figura 119 Matriz de Boston Consulting Group (BCG).....	136
Figura 120 Matriz BCG de una empresa pesquera	136
Figura 120 Matriz BCG de una empresa pesquera	137
Figura 121 Matriz IE de una empresa pesquera.....	138
Figura 122 Estrategias en la matriz de la gran estrategia (GE).....	139
Figura 123 Criterios de evaluación de estrategias.....	142
Figura 124 Criterios de Rumelt para evaluar estrategias de una empresa pesquera	143
Figura 125 Black Box del trabajo de investigación	149
Figura 126 Diseño de investigación: Derivativa	154
Figura 127 Esquema de diseño transformativo secuencial (DITRAS).....	155
Figura 128 Plano de ubicación y delimitación geográfica del estudio	160
Figura 129 Presentación de la empresa H&S Consultoría en seguridad industrial.....	160
Figura 130 Direccionamiento estratégico H&S Consultoría en Seguridad Industrial SAC	161
Figura 131 Oferta de cursos de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC	162
Figura 132 Aval de la empresa H&S Consultoría en seguridad industrial SAC	163
Figura 133 Metodología de la empresa H&S Consultoría en seguridad industrial SAC.....	164
Figura 134 Experiencia de la empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial	164
Figura 135 Ventajas competitivas de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC	165
Figura 136 Público objetivo de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC	165
Figura 137 Colegio de Ingenieros del Perú, Sede Departamental Pasco	166
Figura 138 3ra edición del curso de formación de supervisores de seguridad y salud ocupacional, en el auditorio del CIP - Junín	166
Figura 139 Aula virtual de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC	167
Figura 140 Plan de trabajo de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC	168
Figura 141 Pegado de afiches en calles céntricas de la ciudad	169
Figura 142 Colocación de banners y distribución de afiches en el colegio de ingenieros, Junín..	169
Figura 143 Costos de inversión del curso de especialización en seguridad industrial SAC	170

Figura 144 Modelo de certificado de la especialización en seguridad industrial	171
Figura 145 Valores de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial	172
Figura 146 Maestría de la UNCP en seguridad y salud ocupacional en minería	180
Figura 147 Aula virtual de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC	183
Figura 148 Página web de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC	183
Figura 149 Página de Facebook de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC ...	184
Figura 150 Página web de la empresa IGH GROUP	191
Figura 151 Aula virtual de los cursos de la empresa IGH GROUP	192
Figura 152 Página de facebook de la empresa IGH GROUP	192
Figura 153 Página web de la empresa ISEM.....	193
Figura 154 Programa de supervisores de la empresa ISEM	194
Figura 155 Clientes de la empresa ISEM	194
Figura 156 Página de Facebook de la empresa ISEM	195
Figura 157 Objetivos de Corto Plazo, parte I	200
Figura 158 Objetivos de corto plazo, parte II	201
Figura 159 Gráfico de la matriz PEYEA de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC	210
Figura 160 Gráfico de la Matriz BCG de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC	212
Figura 161 Matriz gráfica IE de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC	213
Figura 162 Gráfico de MGE de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC	214
Figura 163 Mapa estratégico de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC	229
Figura 164 Encuesta validadas por el experto.....	238
Figura 165 Instrumento validado por el especialista.....	239
Figura 166 Instrumento validado sobre búsqueda de la información	240
Figura 167 Entrevista con el gerente de la empresa, Ing. Luis Huaytán Suazo	241
Figura 168 Audios de la entrevista al gerente de la empresa.....	241
Figura 169 Audios de entrevista al experto en la industria	248
Figura 170 Estudiante completando la encuesta	259
Figura 171 Estudiantes completando la encuesta	259
Figura 172 1ra parte de la encuesta de satisfacción aplicada de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC	260
Figura 173 2da parte de la encuesta de satisfacción aplicada de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC	261
Figura 174 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 1	262
Figura 175 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 2	263
Figura 176 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 3	264
Figura 177 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 4	265
Figura 178 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 5	266
Figura 179 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 6	267
Figura 180 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 7	268
Figura 181 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 4	269
Figura 182 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 9	270
Figura 183 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 10	271
Figura 184 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 11	272
Figura 185 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 12	273
Figura 186 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 13	274
Figura 187 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 14	275
Figura 188 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 15	276
Figura 189 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 16	277

Figura 190 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 17	278
Figura 191 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 18	279
Figura 192 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 19	280
Figura 193 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 20	281
Figura 194 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 21	282
Figura 195 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 4	283
Figura 196 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 23	284
Figura 197 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 24	285
Figura 198 Gráfico de evaluación de la pregunta 1 del entorno externo	287
Figura 199 Gráfico de evaluación de la pregunta 2 del entorno externo	288
Figura 200 Gráfico evaluación de la pregunta 3 del entorno externo	289
Figura 201 Gráfico de evaluación de la pregunta 4 del entorno externo	290
Figura 202 Gráfico de evaluación de la pregunta 5 del entorno externo	291
Figura 203 Gráfico de evaluación de la pregunta 6 del entorno externo	292
Figura 204 Gráfico de evaluación de la pregunta 7 del entorno externo	293
Figura 205 Gráfico de evaluación de la pregunta 1 de la encuesta para ponentes	295
Figura 206 Gráfico de evaluación de la pregunta 2 de la encuesta ponentes	296
Figura 207 Gráfico de evaluación de la pregunta 3 de la encuesta para ponentes	297
Figura 208 Gráfico de evaluación de la pregunta 4 de la encuesta para ponentes	298
Figura 209 Gráfico de evaluación de la pregunta 5 de la encuesta para ponentes	299
Figura 210 Gráfico de evaluación de la pregunta 6 de la encuesta para ponentes	300
Figura 211 Gráfico de evaluación de la pregunta 7 de la encuesta para ponentes	301
Figura 212 Gráfico de evaluación de la pregunta 8 de la encuesta para ponentes	302
Figura 213 Gráfico de evaluación de la pregunta 9 de la encuesta para ponentes	303
Figura 214 Gráfico de evaluación de la pregunta 10 de la encuesta para ponentes	304

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se dedica a diseñar un plan estratégico de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial, para el periodo 2019-2030, donde la empresa se desarrolla en el ámbito de consultoría y capacitación en el área de seguridad industrial, por ello la metodología es descriptiva. Asimismo, ha tenido como objeto de estudio de todos los servicios que ofrece, en especial el servicio de curso de especialización en seguridad industrial, el cual ha sido evaluado por instrumentos validados por un especialista en el rubro y de esta manera se recopiló datos con una entrevista, encuesta y recopilación de datos; así se registró y procesó la información necesaria para diseñar un plan estratégico para la empresa.

La empresa H&S consultoría en seguridad industrial, no posee un plan estratégico para poder contrarrestar dificultades internas y la competencia en cuanto a sus servicios que ha generado que la empresa posee ciertos vacíos en cuanto a la satisfacción del cliente, estancamiento de ventas y baja resistencia al cambio. Esto afecta directamente las ventas y eficiencia de la empresa. Por ello, el problema de investigación es realizar un diseño de un plan estratégico para la empresa H&S consultoría en seguridad industrial, para el periodo 2019-2030. De esta manera, los resultados serán aplicados por la empresa luego de la aceptación del diseño de plan.

En suma, se concluyó que el diseño de planeamiento estratégico planteado se adapta a las necesidades de la empresa, propone mejorar las ventas y la calidad de servicios que la empresa H&S consultoría en seguridad industrial. Los resultados, es decir las estrategias elegidas, afirmarían que la empresa necesita implementar estas estrategias, lograr incrementar la productividad, desarrollo de mercado y el incremento de segmentación de mercado.

Palabras clave: Plan estratégico, diseño, estrategias, mercado, entorno.

ABSTRACT

This research work is dedicated to designing a strategic plan of the company H&S consulting in industrial safety for the period 2019-2030, where the company develops in the field of consulting and training in the area of industrial safety, therefore the methodology is descriptive. Likewise, it has had as an object of study of all the services it offers, the service of specialization course in industrial safety, which has been evaluated by instruments validated by a specialist in the field and in this way data was collected with an interview, survey and data collection; Thus, the information necessary to design a strategic plan for the company was recorded and processed.

The company H&S consulting in industrial security, does not have a strategic plan to be able to counteract internal difficulties and competition in terms of its services that has generated that the company has certain gaps in customer satisfaction, sales stagnation and low resistance to the change. This directly affects the sales and efficiency of the company. Therefore, the research problem is to design a strategic plan for the company H&S consulting in industrial safety, for the period 2019-2030. In this way, the results will be applied by the company after the acceptance of the plan design.

In sum, it was concluded that the proposed strategic planning design adapts to the needs of the company, proposes to improve sales and the quality of services that the company H&S consulting in industrial safety. The results, that is, the strategies chosen, would affirm that the company needs to implement these strategies, increase productivity, market development and increase market segmentation.

Keywords: Strategic plan, design, strategies, market, environment.

INTRODUCCIÓN

Actualmente todas las empresas buscan competitividad, mejorar sus ventas y aumentar la participación de mercado en sus empresas para posicionarse en el mercado, etc. Por ello, se busca reducir los factores que limitan, reducen o estancan su crecimiento de la empresa, satisfacer las necesidades de los clientes, replantear objetivos y factores internos, así como plantear estrategias que aporten significativamente a la empresa; asimismo se busca re direccionar la empresa para que pueda enfrentar los cambios que se generan a través de las generaciones de los clientes, la tecnología o actualizaciones de ciertos temas; de esta manera lograr mejor atención y reconocimiento de la marca en general.

Un diseño de planeamiento estratégico contempla una gran serie de pasos, matrices y filtros (Situación General de la empresa, Misión, Visión, Valores y Código de Ética, Análisis Pestec, Matriz de evaluación de factores internos MEFE, Modelo de la estructura del sector industrial, Matriz del perfil competitivo MPC, Matriz del perfil referencial (MPR), Matriz AMOFITH, Matriz de evaluación de factores internos (MEFI), Matriz de Intereses Organizacionales (MIO), Objetivos a Largo Plazo (OLP), Estrategias, La matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA), La matriz de la posición estratégica y la evaluación de la acción (PEYEA), La matriz del boston consulting group (BCG), La matriz interna – externa (IE), La matriz de la gran estrategia (GE), La matriz de decisión, La matriz cuantitativa del planeamiento estratégico (MCPE), La matriz ética (ME), La Matriz de Estrategias Retenidas y de Contingencia (MERC), La Matriz de Estrategias y Objetivos de Largo Plazo (MEOLP), La Matriz de Estrategias versus Posibilidades de los competidores y sustitutos, Matriz de rumelt (MR)) que tienen como objetivo dar como resultado estrategias que se pueden aplicar para generar cambios positivos, deseados y reducir la incertidumbre del conocimiento que se tiene acerca de la segmentación de mercado que corresponde a la empresa. Donde se tomará como principal estudio al servicio de capacitación en seguridad industrial.

Este trabajo de investigación posee como objetivo determinar el diseño de un planeamiento estratégico de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial para el periodo 2019-2030; y dar como resultado estrategias que deberán ser implementadas por la empresa, de esta forma está formada por cuatro capítulos.

En el Capítulo I: El planteamiento del problema, presenta la descripción del problema, la formulación, objetivos, justificación, delimitaciones, realiza la descripción de la problemática actual, formulación del problema, definición de objetivos, justificación, limitaciones y definición de hipótesis.

En el Capítulo II: Marco teórico, abarca antecedentes de la investigación y precedentes, bases teóricas de diseños de planeamientos estratégicos e información general sobre los cursos de posgrado en seguridad industrial, diseño de modelo teórico y definición de términos básicos.

En el Capítulo III: Metodología, abarca la definición del diseño metodológico, la población y la muestra, las técnicas de recolección de datos, técnicas para el procesamiento y el análisis de información.

En el Capítulo IV: Resultados y discusión, abarca los resultados, correlación de las variables. Entre los instrumentos de recolección de datos se utilizó la ficha de entrevista, encuesta y revisión de documentos. Además, se realizó la discusión de resultados.

Y finalmente, las referencias bibliográficas que han logrado facilitar la información de la tesis, como también los anexos.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente, el gran número de profesionales egresa de universidades e institutos en nuestro país, de esta manera se genera una gran competitividad y baja posibilidad de encontrar un buen puesto de trabajo de acuerdo a tu nivel de estudios sin ningún tipo de especialización, así como el área de recursos humanos y empleadores valoran mucho al momento de contratar a las especializaciones, posgrados, cualquier aspecto o valor que genera un distintivo en el profesional o persona en general. De esta manera, los cursos superiores universitarios, másteres y posgrados ayudan a generar nuevos conocimientos y pondrían impulsar definitivamente una carrera profesional (1). Asimismo, una de las razones de hacer este tipo de cursos son los contactos que se puede adquirir del sector, así como poder cambiar de puesto, ascender o lograr un aumento en sus sueldos (1). Sin embargo, otra de las razones concretas se encuentra en la Ley de Seguridad y Salud en el trabajo donde se expone la obligación de parte de las empresas para capacitar en el área de seguridad (2), por ello, ahora las empresas tienen el deber de proporcionar capacitaciones en seguridad o en su defecto contratar profesional que ya tengan este tipo de conocimiento para mejorar sus condiciones en esta área, como se explica en el artículo 49, inciso g. La importancia de un proceso de formación continua del profesional es para que éste no llegue a ser obsoleto. Según el INEI, en el Perú solo el 24% de profesionales cuenta con estudios de posgrado, por debajo de otros países latinoamericanos como Chile y Colombia, y otros países latinoamericanos (3), donde se ofrecen casi todos los tipos de estudios de posgrado dependiendo de las posibilidades de los estudiantes, a lo que se desean

dedicar y qué tipo de posgrado desean. De todos los estudios posgrado y de complementación, la especialización, que es un título académico de ámbito especialista en un campo de la profesión, esta busca profundizar a nivel teórico, técnico y metodológico. Las especializaciones son ideales para recién graduados y su duración es como mínimo 360 horas (4). Las especializaciones que se ofrecen en el Perú son variadas como: Programa de Especialización Habilidades Gerenciales para la Dirección de Proyectos, Programa de Especialización Gestión de Proyectos, Programa de Especialización Sistemas de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo, etc (5). Siendo la última un servicio que ofrece la empresa que es objeto de estudio en este trabajo de investigación.

“La especialización de Seguridad y Salud en el trabajo se dirige a profesionales, estudiantes y toda persona vinculada con el Área, donde se genera mayores conocimientos y competencias para la implementación de un Sistema de seguridad Industrial y se busca reducir riesgos laborales mediante el conocimiento, aplicación de las leyes y normas” (6). De esta manera, la empresa que es objeto de estudio ofrece específicamente esta especialización y se describirá posteriormente.

H&S Consultoría en Seguridad Industrial es una empresa especialista en asesoría y capacitación en el área de Seguridad, Salud Ocupacional, Medio Ambiente e implementación de sistemas de gestión, cuya oficina principal se encuentra en la ciudad de Lima (7). La empresa brinda los servicios: Capacitación en Seguridad Industrial, Implementación de sistemas de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo, Consultoría, Inspecciones y auditorías, como se muestra en la Figura. 1 donde el brochure expone los servicios que se ofrece, mientras en la Figura. 2 se muestran las bases de la empresa como la misión, visión y valores; así como el método de enseñanza.

Figura 1 Brochure de la empresa, lado delantero



Fuente:(7)

Figura 2 Brochure de la empresa, lado trasero

H&S
Consultoría en Seguridad Industrial S.A.C

Somos una empresa peruana especializada en brindar capacitación y consultoría en temas de seguridad, salud en el trabajo, medio ambiente e implementación de sistemas de gestión; aplicados a todos los sectores de producción y servicios, tanto en el sector público como el privado.

Contamos con profesionales especialistas de amplia experiencia en el área de Seguridad en el trabajo, Seguridad industrial minera, Medio Ambiente y Salud Ocupacional.

SOMOS UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN CAPACITACIÓN EN SEGURIDAD INDUSTRIAL MINERA, MEDIO AMBIENTE Y SALUD OCUPACIONAL

NUESTRA MISIÓN, es agregar valor a las empresas y sus trabajadores, entregando capacitación y asesoría en la prevención de riesgos laborales ; promoviendo ambientes de trabajo seguro y calidad de vida a las personas a través de promoción de una vigoriza cultura de la seguridad.

VALORES
INTEGRIDAD, PUNTUALIDAD, RESPONSABILIDAD

Brindamos soluciones ante los factores de riesgo que amenazan la seguridad, el bienestar del trabajador y la rentabilidad del negocio.

CAPACITACIÓN
CAPACITAMOS EN MATERIA DE:

- Ley General de Seguridad y Salud en el Trabajo 29783
- Anexo 6 del DS 023-2017 EM. Reglamento de Seguridad y Salud en el Trabajo en Minería
- ISO 45001 / ISO 14001

Seguridad Industrial Minera
Medio Ambiente
Salud Ocupacional

ESPECIALIZACIÓN EN FORMACIÓN DE SUPERVISORES DE SEGURIDAD INDUSTRIAL

- Perfil del Supervisor de Seguridad Industrial
- Aplicación de Leyes y Reglamentos de Seguridad y Salud Ocupacional en Minería
- Reporte de Investigación de Incidentes Accidentes
- Matriz IPERC
- Salud Ocupacional
- Seguridad Basada en el Comportamiento
- Trabajos de Alto Riesgo
- Implementación y Auditoría de Sistemas de Gestión de Seguridad

ESPECIALIZACIÓN EN FORMACIÓN DE SUPERVISOR DE TRABAJO

- INDUCCIÓN DE SEGURIDAD
- CURSOS TALLER DE SEGURIDAD, SALUD OCUPACIONAL Y PRIMEROS AUXILIOS

NUESTRA METODOLOGÍA DE CAPACITACIÓN TE OFRECE:

- Enseñanza personalizada
- Ponencias Magistrales
- Profesionales de alta experiencia
- Trabajo en Equipo

*No somos teóricos ...
Te enseñamos desde la experiencia.*

Fuente:(7)

Sin embargo, el producto que genera la mayor cantidad de ingresos en la especialización es Seguridad Industrial y salud ocupacional (con variantes en contenido y nombres según la ciudad donde se realiza), lo que se realiza en la ciudad de Huancayo, como se muestra en la Figura. 3, donde se observa una clase de esta especialización en el auditorio del Colegio de Ingenieros del Perú, Consejo Departamental Junín, de la tercera edición dada del 14 de julio al 23 de noviembre de 2018, con un total de 45 estudiantes inscritos.

Figura 3: 3er Curso de Especialización en Formación de Supervisores de Seguridad y Salud Ocupacional



Fuente:(7)

Asimismo, como se observa en la Figura. 4 y Figura. 5, el tríptico que se utilizó para promocionar el curso y brindar información sobre los beneficios, cómo se dan las clases, contenido y precios según una escala presentada.

Figura 4 Tríptico de la Especialización de Seguridad y Salud Ocupacional, anverso

REQUISITOS: - 2 fotos tamaño carnet
- Llenado de ficha de inscripción
administrador@seguridadminerahs.com www.seguridadminerahs.com

MODALIDAD PRESENCIAL	MODALIDAD VIRTUAL
INSCRIPCIÓN : S/ 50,00	INSCRIPCIÓN : S/ 50,00
CERTIFICADO : S/ 50,00	CERTIFICADO : S/ 70,00

INVERSIÓN:

MODALIDAD PRESENCIAL	MODALIDAD VIRTUAL
INSCRIPCIÓN : S/ 50,00	INSCRIPCIÓN : S/ 50,00
CERTIFICADO : S/ 50,00	CERTIFICADO : S/ 70,00

COSTO MODALIDAD PRESENCIAL:

PUBLICO EN GENERAL:	S/1,200.00
04 cuotas de S/300.00	
COLEGIADOS CIP JUNIN-HABILITADOS :	S/1,080.00
04 cuotas de S/270.00	
ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS :	S/1,000.00
04 cuotas de S/250.00	

PARA TODOS NUESTROS CLIENTES:
Al pago del 50% del costo total obtiene un descuento 10%
Al pago del 100% del costo total obtiene un descuento 15%

COSTO MODALIDAD VIRTUAL:

GENERAL :	S/840.00
02 cuotas de S/420.00	

PERFIL DEL SUPERVISOR DE SEGURIDAD

- EMPÁTICO, LÍDER DE SEGURIDAD
- CONOCE LA NORMATIVIDAD Y LA SABE APLICAR
- ES RÍDIDO CON SUS OBSERVACIONES PREVENTIVAS
- PREVIENE, ORIENTA Y RENDICIONA
- LEVEA A CABO PLANES Y PROGRAMAS DE SEGURIDAD
- INTRODUCE, DESARROLLA CON SU EQUIPO
- PERMANENTE ESTRATÉGICO Y SINTÉTICO
- BÚRDA SOLICITUDINES - NO PALIATIVOS
- ES METODICO Y PROCEDIMENTAL

INFORMES:
935574673 - 935876831 - 945 285323
H&S Consultoría en Seguridad Industrial SAC
Lugar: Auditorio del Colegio de Ingenieros del Perú - Huancayo

Fuente : (7)

La empresa H&S consultoría en seguridad industrial ofrece un plan de trabajo para el curso de Especialización en Formación de supervisores de seguridad y salud ocupacional dirigido a la ciudad de

Huancayo en modalidad presencial, con una duración de 5 horas (Cada clase) 8 clases, con un horario 2:00 pm a 7:00 pm (Cada clase) (8).

Figura 3 3er Curso de Especialización de Formación de Supervisión de Seguridad y Salud Ocupacional, reverso

PRESENTACION:
En la actualidad los accidentes laborales están generando pérdidas en la salud y en vidas humanas y económica para las empresas. La cobertura es de exigencia del estricto cumplimiento de las normas como condición de trabajo y de operación. Esta realidad demanda de profesionales idóneos para controlar la Función de la Prevención en nuestro medio. En las paginas de reclutamiento como Bumeran, Computrabajo etc., vemos que cada día ES MAS EXIGENTE el perfil del Supervisor de Seguridad Industrial. Por ello es importante que el futuro Supervisor de Seguridad este formado con conocimientos sólidos en la materia y sobre todo con habilidades personales específicas para tener buen desempeño y eso "no se aprende de un libro" se aprende de la experiencia. Es por ello que la empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial SAC se ha propuesto realizar el mejor curso de formación de Supervisores de Seguridad en la ciudad de Huancayo. Un curso basado en experiencias reales con ponentes que son Ingenieros de Seguridad, traídos desde diversas Unidades Mineras e Industriales del Perú.
A través del exitoso curso IPERC realizado el pasado 12 de Agosto en sociedad estratégica con el Colegio de Ingenieros - Junín y respondiendo a su solicitud de traer "mas experiencia" para los Huancayinos, les damos la bienvenida a este curso que abrirá los ojos al entendimiento y vocación a esta apasionante carrera.
Ing. Luis Huaytan S.
Gerente General
H&S Consultoría en Seguridad Industrial SAC

OBJETIVO GENERAL :
Formar COMPETENCIAS (habilidades + conocimientos) para realizar una SUPERVISIÓN EFECTIVA en diferentes unidades productivas.

OBJETIVOS ESPECIFICOS :
A) Conocer las herramientas de prevención de accidentes y aplicarlas con eficacia en los diversos procesos productivos.
B) Saber implementar Sistemas de Gestión de Seguridad en base a la Ley 29783 Ley General de Seguridad y Salud en el Trabajo, norma ISO 45001 DS: 023 - EM Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional en Minería.
C) Responder con eficacia las auditorías de Seguridad y Salud Ocupacional.
D) Aprender a elaborar y hacer seguimiento de Planes y Programas de Seguridad y Salud Ocupacional.

¿NO ES UN CURSO MÁS.....ES EL MEJOR CURSO !
- **PONETES:** De amplia experiencia laboral. Actualmente laboran en operaciones mineras. Conocen el campo.
- **MALLA CURRICULAR:** De acuerdo a los requerimientos del mercado laboral: Ley 29783-SUNAFIL-ISO 45001-DS: 023-024 EM. Te enseñaremos como aplicarlas.
- **METODOLOGIA:** Basado en testimonios de experiencias y desafíos en campo. Lo que viene ocurriendo en la minería y otras industrias.
- **COMPETENCIAS PERSONALES:** Conocerá los desafíos del Supervisor. Te enseñaremos como afrontarlos con éxito. Formamos capacidades de liderazgo en seguridad. Saber manejar equipos de trabajo y situaciones difíciles.
- **NO SOMOS TRADICIONALES:** Dominamos las técnicas de enseñanza. Nuestra metodología es dinámica. Aprenderás desarrollando casos prácticos.

DIRIGIDO A:
Profesionales Intermedios y Principales que general
Duración Modalidad Presencial y Virtual: 4.5 meses, clases quincenales (beneficio a personal con guardia minera).
Horario Modalidad Presencial: Sábados de 02:00 a 07:00 p.m.
Certificación: La certificación es a nombre del Colegio de Ingenieros del Perú-Consejo Departamental Junín y firmado por el Director.

FORTALEZAS:
- Nuestros ponentes son especialistas en diversas áreas en Seguridad Industrial, eso le dará enfoque amplio al curso. Usted conocerá como se maneja la seguridad en diversos ámbitos y realidades.
- Manejamos bien la metodología educativa, nuestras estrategias de enseñanza y diferentes ambientes y realidades.
- Contamos con riqueza de material: Procedimientos, formatos, guías, investigaciones de accidentes para enseñar y compartir.
- 20 años de experiencia en la formación de jóvenes y adultos
- 8 años en el rubro de Seguridad Minera.

MÓDULOS:
I Perfil Del Supervisor de Seguridad Industrial.
II Aplicación de Leyes y Reglamentos de Seguridad y Salud Ocupacional en minería (Legislación en Seguridad Industrial y Minera - LEY29783 ISO 45001-DS023-024 EM).
III Reporte e Investigación de Incidentes y Accidentes.
IV Matriz IPERC -
V Salud Ocupacional.
VI Seguridad Basada en el Comportamiento.
VII Trabajos de Alto Riesgo.
VIII Implementación y Auditoría de Sistemas de Gestión de Seguridad.

PONENTES:
Ing. Luis Huaytan Suazo: Ingeniero Industrial, especializado en Seguridad Industrial Minera - Supervisor en trabajos de alto riesgo en ensamble y mantenimiento de equipo pesado en Antamina. Capacitador en Seguridad y Medio Ambiente. Implementador y auditor de Sistemas de Seguridad en base a la normatividad vigente. Actualmente dedicado a desarrollar temas de Seguridad Minera con el Colegio de Ingenieros del Perú.
Estudios Realizados:
Maestría en Sistemas Integrados de Gestión - UNMSM
Maestría en Ingeniería Industrial - UNI
Diplomado en Sistema de Gestión Ambiental - UNT
Diplomado en "Resolución de Conflictos Socio Ambientales - PUC"
Premios y reconocimientos:
2016: ANTAMINA "Mejor campaña de seguridad - "Pokemano"
2014: KOMATSU "No sé goro" Buen trabajo
2012: ANTAMINA "Mejor desempeño en seguridad-KOMATSU"
Dra. Sofia Jimenez Castro: Medico Especialista en Medicina Ocupacional, del Centro de Medicina Ocupacional de la Universidad de Manchester. Ganador del Premio Anual al Mejor Consultor en Salud Ocupacional de Seguros Pacifico SCRI. Experiencia como Evaluador Técnico de Enfermedades Ocupacionales y Gestión de Programas de Vigilancia por 4 años, con resultados en Calidad del Servicio en 99.9% para el 2015.
Estudios Realizados:
USMLE- USA ECFMG, Licencia 0.707-877-7
BLS, ACLS- American Heart Association |
American Stroke Association, License 70-298
ATLS/ PHTLS- American College of Surgeons, License 30136-P
Developing an Occupational Health and Safety Program
Canadian Centre for Occupational Health and Safety
Experiencia Laboral:
Consultor independiente en SALUD OCUPACIONAL- Pacifico Seguros
Medico Ocupacional-ARPL, Tecnología Industrial S.A.
Occupational Health Physician-pooch PERU S.A.
Medico de Salud Ocupacional-Greys y Asociados Corredores de Seguros.
Medico de Salud Ocupacional-INDUZIONIC

Fuente : (7)

La importancia de este curso radica en que es "indispensable el fortalecimiento de la capacidad técnica y de liderazgo del personal que debe ser asignado a la conducción de las actividades de prevención y control de los peligros, que aún no han sido atendidas con la amplitud y rigurosidad requeridas" (8). Asimismo "Para gestionar y minimizar estas condiciones de riesgo, es necesario evaluar e identificar los factores de riesgos laborales y enfermedades ocupacionales, enfocándonos en los trabajos que exponen a los colaboradores a riesgos altos y/o críticos, generando controles que puedan implementarse en las empresas de acuerdo a la normativa vigente y a los estándares propios de la empresa" (8), de esta manera podemos conocer la verdadera importancia de la seguridad industrial en la sociedad y en la prevención.

Por otro lado, la finalidad es "Formar COMPETENCIAS (habilidades + conocimientos) para realizar una SUPERVISIÓN EFECTIVA en diferentes unidades productivas (8)", mientras los objetivos son "Conocer las herramientas de prevención de accidentes y aplicarlas con eficacia en los diversos procesos productivos, Saber implementar Sistemas de Gestión de Seguridad en base a La Ley 29783 Ley General de Seguridad y Salud en el trabajo, norma ISO 45001 DS: 023 – EM Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional en Minería, etc (8)".

El Temario que se ofrece es el siguiente (8):

- Módulo I: Seguridad basada en el comportamiento
- Módulo II: Matriz IPER C
- Módulo III: Salud Ocupacional
- Módulo IV: Trabajos de Alto Riesgo
- Módulo V: Perfil del Supervisor de Seguridad
- Módulo VI: Aplicación de leyes y reglamentos de seguridad y salud ocupacional (Legislación en Seguridad Industrial y Minera)
- Módulo VII: Reporte e investigación de incidentes y accidentes

Módulo VIII: Auditoría de sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.

La Metodología que se utilizará son clases expositivas y prácticas, con el uso de medios audiovisuales como proyector multimedia, paleógrafos, videos, materiales de estudio, etc. Asimismo, la certificación es a nombre del Colegio de Ingenieros del Perú por 120 horas (80 teóricas y 40 prácticas).

El costo del curso es el siguiente (8), se puede pagar de forma presencial o por depósito:

Inscripción: S/. 50.00

Certificado: S/. 50.00

Estudiantes S./ 1000.00


Colegiados S./ 1080.00

Profesionales y público en general S./ 1200.00

Finalmente, los ponentes son profesionales en actividad minera, como se muestra en la Figura. 6; por otro lado, se puede ver el currículum vitae de uno de los ponentes, lo cual certifica la calidad de enseñanza y experiencia para poder dictar los cursos.

Figura 6 Currículum Vitae de un ponente de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial

Currículum Vitae: Ing. Luis Huaytan Suazo



Ingeniero Industrial, especializado en Seguridad Industrial Minera . Supervisor en trabajos de alto riesgo en ensamble y mantenimiento de equipo pesado en Antamina. Capacitador en Seguridad y Medio Ambiente. Implementador y auditor de Sistemas de Seguridad en base a la normatividad vigente. Actualmente dedicado a desarrollar temas de Seguridad Minera con el Colegio de Ingenieros del Perú

Maestría en Sistemas Integrados de Gestión –UNMSM
Maestría en Ingeniería Industrial-UNI
Diplomado en Sistema de Gestión Ambiental –UNT
Diplomado en “Resolución de Conflictos Socio Ambientales –PUC”

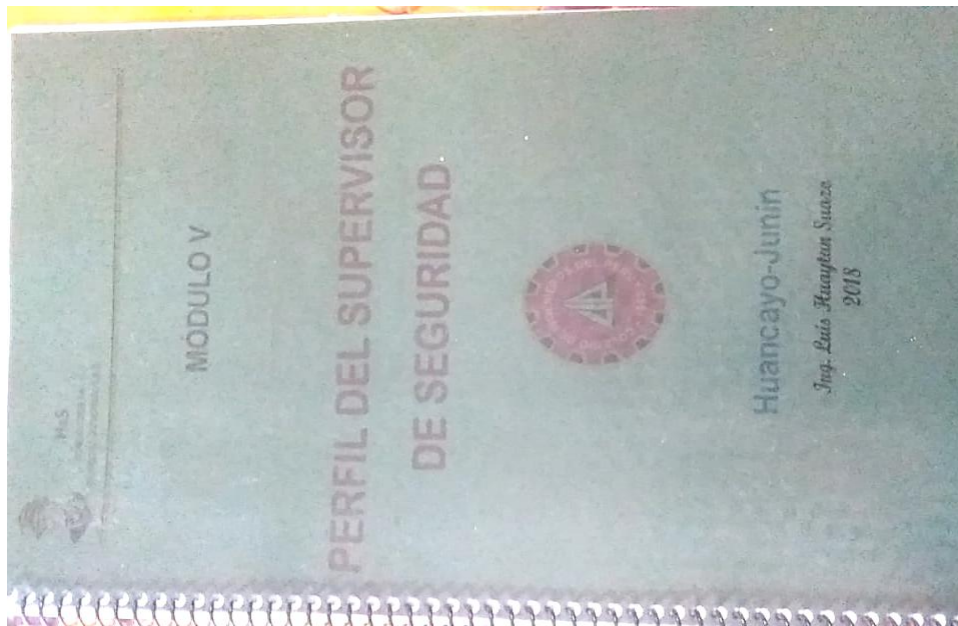
Premios y reconocimientos:
2016:ANTAMINA :Mejor campaña de seguridad : “Pokemanos”
2014: KOMATSU: “Yoi shi goto” Buen trabajo
2013: ANTAMINA “Mejor desempeño en seguridad-KOMATSU”

Fuente: (8)

De esta manera, la empresa ha logrado ser competitiva y tener un buen porcentaje en su segmento de mercado; sin embargo, hay necesidades del cliente que aún no se satisfacen, así como elementos y aspectos que se necesitan mejorar en la empresa que aún no se logran mejorar como fallas en los materiales, promoción, forma de inscripción, ventas, break, infraestructura, precios, estrategias para enfrentar a la competencia, etc.

Como se observa en la Figura 7, es la portada y la presentación de los módulos que se reparten en cada clase, el curso de especialización cuenta con 8 clases; se puede observar el material y la calidad de impresión de éste.

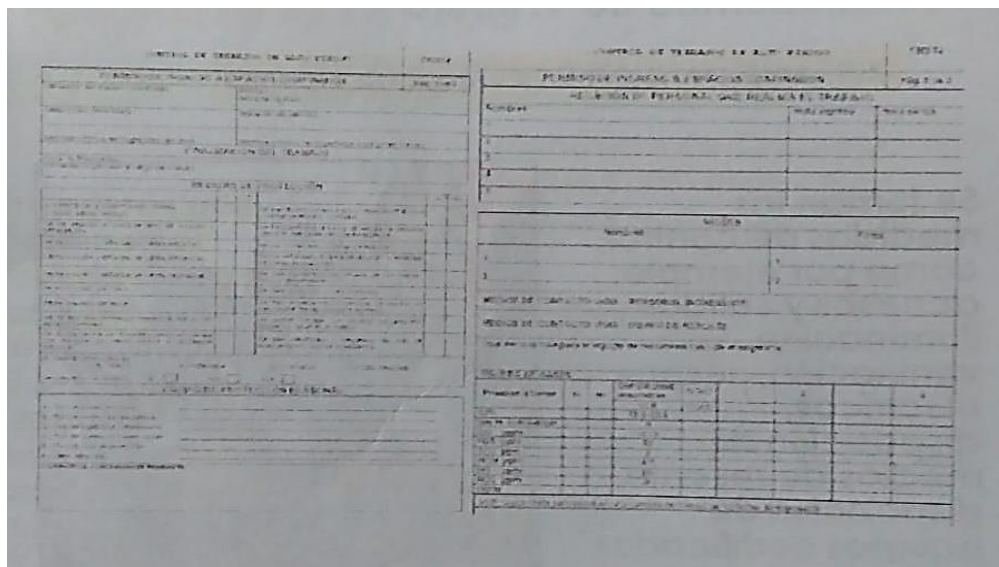
Figura 7 Módulo 5 de la especialización de formación en seguridad industrial



Fuente: Propia

Asimismo, como se muestra en la Figura 8, las hojas impresas dentro no poseen mucha definición ni claridad, lo cual genera quejas entre los participantes y que exigen el cambio de estos módulos.

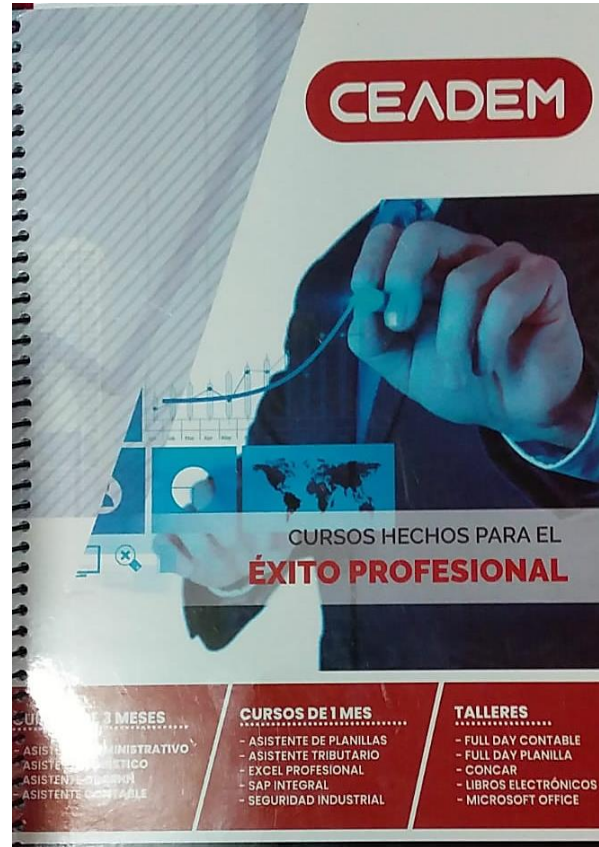
Figura 8 Cuadro dentro del material didáctico repartido a los estudiantes



Fuente: Propia

Sin embargo, si se compara con la competencia, se puede observar la diferencia entre materiales que se reparten a los estudiantes, como se puede ver en la Figura. 9.

Figura 9 Material de estudios de la empresa CEADEM



Fuente: Propia

Por otro lado, la empresa sigue una serie de órdenes para lograr un plan de publicidad para promocionar el curso de supervisores de seguridad, como muestra en la Figura. 10 donde los trabajadores de la empresa pegan afiches en diferentes lugares.

Figura 10 Pegado de afiches por parte de los trabajadores de la empresa



Fuente: (7)

El break que se reparte en cada clase es tercerizado por otras empresas que lo traen hasta el local de la empresa como se muestra en la Figura 11; sin embargo, el precio es elevado para la alta gerencia y esto ha causado que se busquen distintos tipos de empresas y personas que provean el break, pero aun la alta gerencia considera que es un monto muy alto.

Figura 11 Break proporcionado en las clases de formación de supervisores de seguridad



Fuente: propia

La infraestructura de la oficina de la sucursal de la empresa en Huancayo no es la óptima porque consta solo de un escritorio en el pasadizo del primer piso del Colegio de Ingenieros, sede Departamental Junín como se muestra en la Figura 12 , cuyo

espacio fue otorgado según el convenio que se había realizado , pero presenta ciertos aspectos negativos como bajas temperaturas porque está cerca a la puerta, lo cual genera enfermedades al trabajador y que los otros trabajadores del Colegio de Ingenieros mueva el escritorio y se pierdan ciertos materiales.

Figura 12 Break proporcionado en las clases de formación de supervisores de seguridad



Fuente: Propia

Finalmente, como se puede observar en la Figura. 13 donde se muestra a un estudiante poniéndose un arnés de seguridad y aprendiendo cómo usarlo; así existe una buena metodología que implica el conocimiento físico de ciertos materiales que los estudiantes deben saber en su futuro trabajo de campo, lo cual genera una buena imagen a la empresa.

Figura 13 Metodología de enseñanza de la formación de supervisores de seguridad



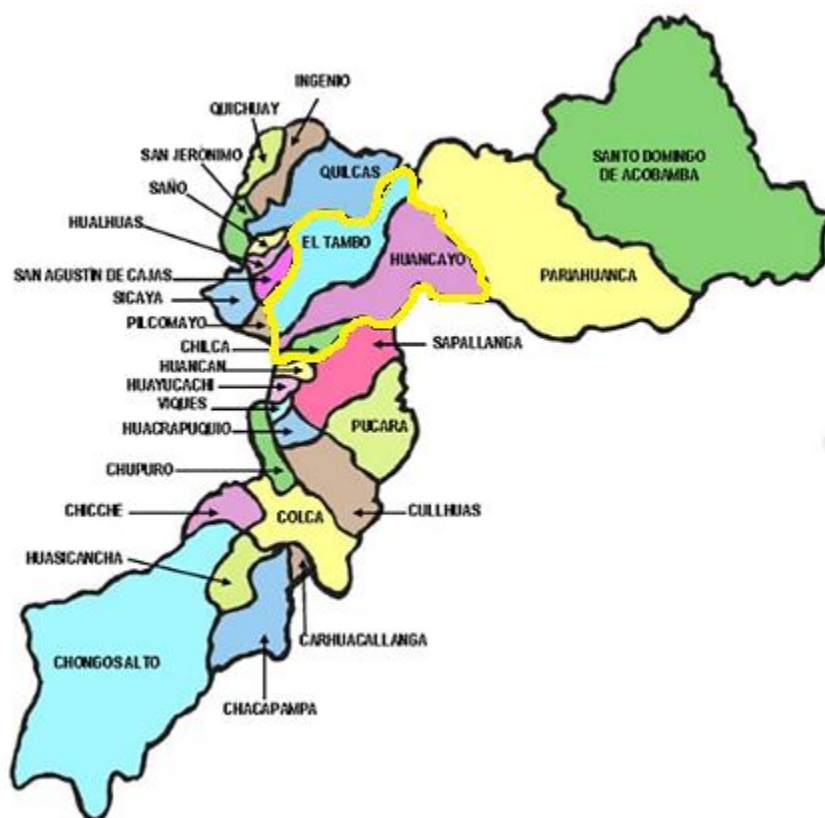
Fuente: (7)

Por ello, se ha realizado un diagnóstico de las empresas que ofrecen el mismo servicio de cursos de especialización en seguridad industrial en la ciudad de Huancayo:

Evaluación Geográfica:

El estudio se sitúa en la provincia de Huancayo con sus 28 distritos, de los cuales solo tres serán estudiados, debido a su alta concentración de población y de que se sitúan allí los centros de capacitaciones en seguridad industrial, como se muestra en el Figura. 14.

Figura 14 Mapa Político de la provincia de Huancayo y sus distritos



Distritos de la población estudiada	Mapa de la Provincia de Huancayo y sus distritos
Distritos de la muestra de estudio	

Fuente: (9)

Características:

La provincia de Huancayo pertenece al Departamento de Junín, posee una extensión territorial de 3,597 km², donde a nivel de distritos, la mayor concentración demográfica se encuentra en los distritos de Huancayo 28,8%, El Tambo 25,7% y Chilca 15,5%, como se muestra en la siguiente Tabla 1, donde se observa que los distritos mencionados poseen la mayor cantidad de población en toda la provincia, por ello se tomará como parte de muestra y de estudio.

Tabla 1 Población al 30 Junio, por grupos quinquenales de edad, según departamento, provincia y distrito,2013

DEPARTAMENTO, PROVINCIA Y DISTRITO	GRUPOS QUINQUENALES DE EDAD													
	Total	20 - 24	25 - 29	30 - 34	35 - 39	40 - 44	45 - 49	50 - 54	55 - 59	60 - 64	65 - 69	70 - 74	75 - 79	80 y más
HUANCAYO	499,432	49,686	39,811	35,724	31,885	28,871	25,208	22,453	19,249	15,135	11,542	8,560	6,220	5,528
HUANCAYO	116,930	11,923	9,670	8,796	7,789	7,023	6,455	5,715	4,639	3,503	2,566	1,903	1,463	1,396
CARHUACALLANGA	1,200	141	71	64	72	81	56	49	77	52	40	39	38	31
CHACAPAMPA	976	41	37	45	47	44	39	36	58	68	66	52	34	36
CHICCHE	1,053	70	49	37	45	54	59	51	75	63	52	50	40	36
CHILCA	84,504	9,106	7,044	5,906	5,331	4,729	3,921	3,306	2,707	1,976	1,470	1,029	796	630
CHONGOS ALTO	1,480	85	63	59	66	79	80	68	104	82	67	67	62	46
CHUPURO	1,861	146	127	109	119	106	90	59	92	74	60	46	40	35
COLCA	2,071	157	123	114	121	121	101	116	107	113	103	92	71	60
CULLHUAS	2,361	181	133	151	156	129	95	80	88	77	75	62	45	29
EL TAMBO	159,787	16,569	13,475	12,254	10,459	9,612	8,310	7,769	6,609	5,274	3,803	2,804	1,814	1,675
HUACRAPUQUIO	1,334	91	60	63	70	76	59	69	49	64	47	54	42	42
HUALHUAS	4,386	361	284	311	263	237	215	194	177	126	99	112	60	70
HUANCAN	19,393	1,886	1,552	1,364	1,249	1,059	868	710	561	438	385	244	227	144
HUASICANCHA	904	58	49	53	56	42	29	28	55	32	25	20	20	15
HUAYUCACHI	8,548	835	641	511	501	435	417	366	317	246	203	153	135	116
INGENIO	2,574	186	140	140	164	117	123	118	111	80	78	52	52	41
PARIAHUANCA	6,296	489	406	333	373	329	329	256	245	214	162	121	90	95
PILCOMAYO	15,763	1,622	1,167	1,127	984	896	753	653	558	463	397	254	181	154
PUCARA	5,279	417	342	285	311	310	300	232	207	173	157	128	97	62
QUICHUAY	1,824	136	125	114	104	104	83	62	77	72	70	38	33	31
QUILCAS	4,194	343	291	256	230	222	182	153	155	119	126	82	71	58
SAN AGUSTIN	11,390	1,133	938	822	642	571	514	499	441	368	279	225	135	105

Fuente: (10)

Sin embargo, la principal ciudad de toda la provincia de Huancayo, es la ciudad con el mismo nombre donde se concentra la mayor cantidad de movimiento comercial y económico, y por ello mayor movimiento educativo, como se muestra en la Figura 15, donde se observa uno de los principales puntos de movimiento económico de la ciudad.

Figura 15 Plaza Constitución de la ciudad de Huancayo



Fuente: (11)

Política:

La ciudad de Huancayo es gobernada por la Municipalidad Provincial de Huancayo, pero sus distritos poseen sus propios y sedes de municipalidades. En el mismo centro de la ciudad se encuentra el Gobierno Regional de Junín (12).

Economía:

La economía se desarrolló de acuerdo a la estructura productiva nacional de 2017, donde la región Junín aportó el 2,9 por ciento del Producto Bruto Interno (PBI) del país, como se muestra en la Tabla 2, donde se puede observar las actividades que más mueven la economía de la región.

Tabla 2 Valor Agregado Bruto 2017: Junín

Actividades	VAB	Estructura %	Crecimiento promedio anual 2007 - 2017
Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura	1 359 524	9,1	4,2
Pesca y Acuicultura	14 954	0,1	11,7
Extracción de Petróleo, Gas y Minerales	4 475 102	30,0	10,7
Manufactura	877 445	5,9	-7,6
Electricidad, Gas y Agua	351 979	2,4	2,4
Construcción	921 924	6,2	5,5
Comercio	1 705 148	11,4	5,6
Transporte, Almacen., Correo y Mensajería	945 397	6,3	4,8
Alojamiento y Restaurantes	297 342	2,0	5,4
Telecom. y Otros Serv. de Información	546 051	3,7	13,2
Administración Pública y Defensa	873 469	5,9	6,8
Otros Servicios	2 558 549	17,1	4,9
Valor Agregado Bruto	14 926 884	100,0	4,9

Fuente: (13)

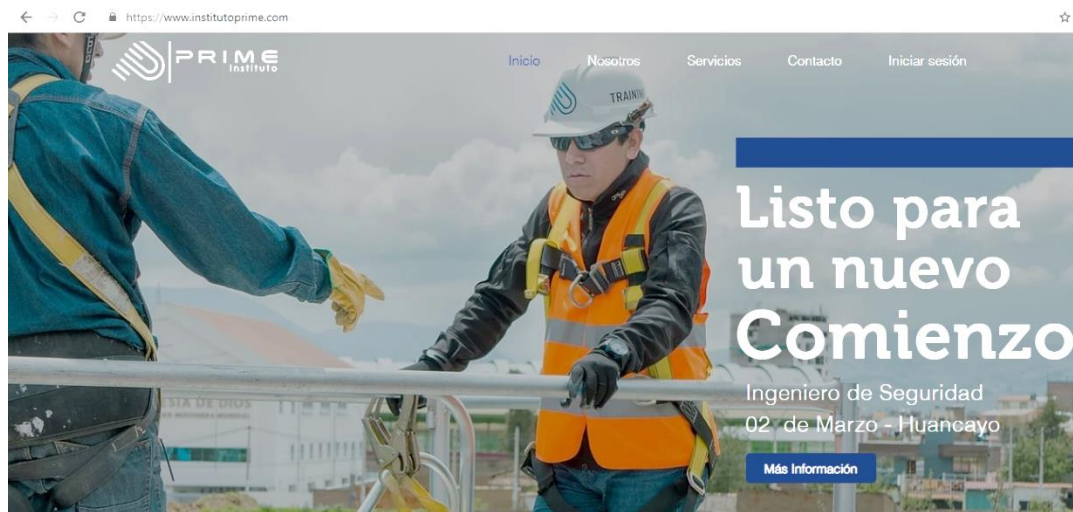
1.1.2. EVALUACIÓN DE LA COMPETENCIA

Instituto Prime:

“PRIME es una empresa de Formación profesional con más de 3 años de experiencia en la formación de profesionales en el área de medio ambiente y minería, nuestra empresa está en proceso de acreditación de la ISO 9001 - 2015 – AENOR”(14), donde su descripción muestra su principal atractivo que es su acreditación de calidad. Asimismo, la empresa da la siguiente información: “Brindamos una propuesta educativa que le permite a nuestros alumnos una experiencia de aprendizaje única y personalizada que potencia al máximo sus capacidades, permitiéndoles que se desempeñen con éxito”(15), de esta manera generando una gran expectativa en educación de especialización en ingeniería de seguridad.

El instituto Prime posee una página web donde se vierte su principal información, como se observa en la Figura 16, donde la empresa brinda todo lo que el alumno desea conocer de ésta organización.

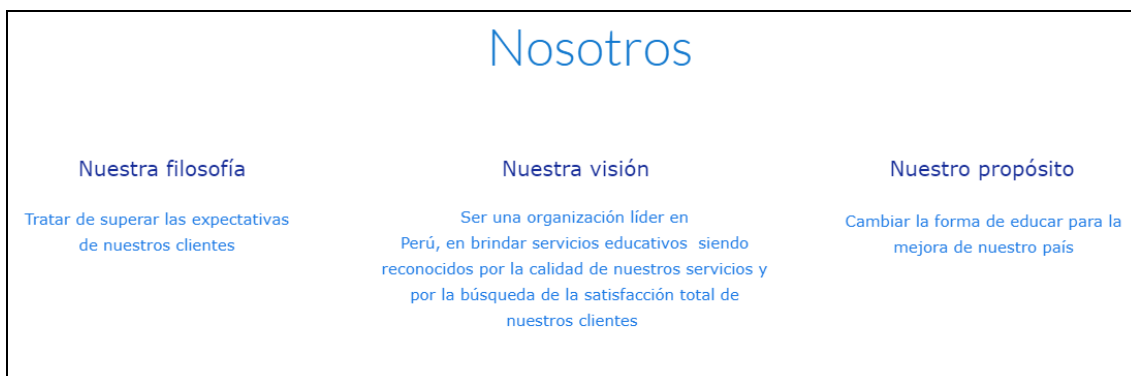
Figura 16 Vista principal de la página web del instituto Prime



Fuente: (15)

La Figura 17, muestra la información vertida en su página web, donde podemos visualizar su filosofía, visión y misión donde se muestra la esencia de la empresa sobre su calidad educativa y sus objetivos a largo plazo.

Figura 17 Filosofía, Visión y Misión del instituto Prime



Fuente: (15)

Por otro lado, la página web muestra información numérica, como se puede ver en la Figura 18, como los años de experiencia, el número de clientes, seguidores y egresados del proyecto Misión Prime.

Figura 18 Información numérica del Instituto Prime



Fuente: (15)

Asimismo, la página web muestra las ventajas diferenciales con su competencia directa, como sus convenios con el laboratorio LPS, y su proceso de acreditación AENOR, y la consultora ALPE, como se muestra la Figura 19.

Figura 19 Ventajas diferenciales de la empresa Prime



Fuente: (15)

Además, se puede observar en la Figura. 20 la información general de contacto de la empresa.

Figura 20 Información de contacto del Instituto Prime



Fuente: (15)

La información que se puede ver en la Figura 21, es sobre la plana docente de la empresa, donde se muestran nombres y cargos de cada uno de los miembros.

Figura 21 Plana docente del Instituto Prime

Plana Docente

Nuestra plana docente está conformada por especialistas de destacada trayectoria nacional

Dr. Milagros Verástegui Directora de Certificación Ambiental SENACE	Ing. Guillermo Ávalos Jefe de proyectos en: Laboratorios ALPS	Ing. Percy Moreno Jefe en HSE en: Corporación multinacional ABB
Lic. Alberto García Auditor líder INACAL	Ing. Tony Beltrán Consultor Golder Associates Perú	Ing. Alfredo Alejos Auditor Líder ISO 14001 Wayra Consulting

La programación de docentes por asignatura se encuentra sujeta a variación según su disponibilidad, asegurando el nivel equivalente del especialista. El perfil del docente se mantiene y corresponderá al nivel requerido para garantizar la calidad educativa.

Fuente: (15)

La importancia de los testimonios es esencial para generar confiabilidad en los futuros estudiantes, como se muestra en la Figura 22, donde se puede ver el nombre del ex alumno y su actual cargo y empresa.

Figura 22 Testimonios del Instituto Prime

Testimonios

Como especialista en Supervisor en Medio Ambiente (Proyecto MISIÓN PRIME), mi pasión trascendió logrando consolidarme en un puesto laboral.

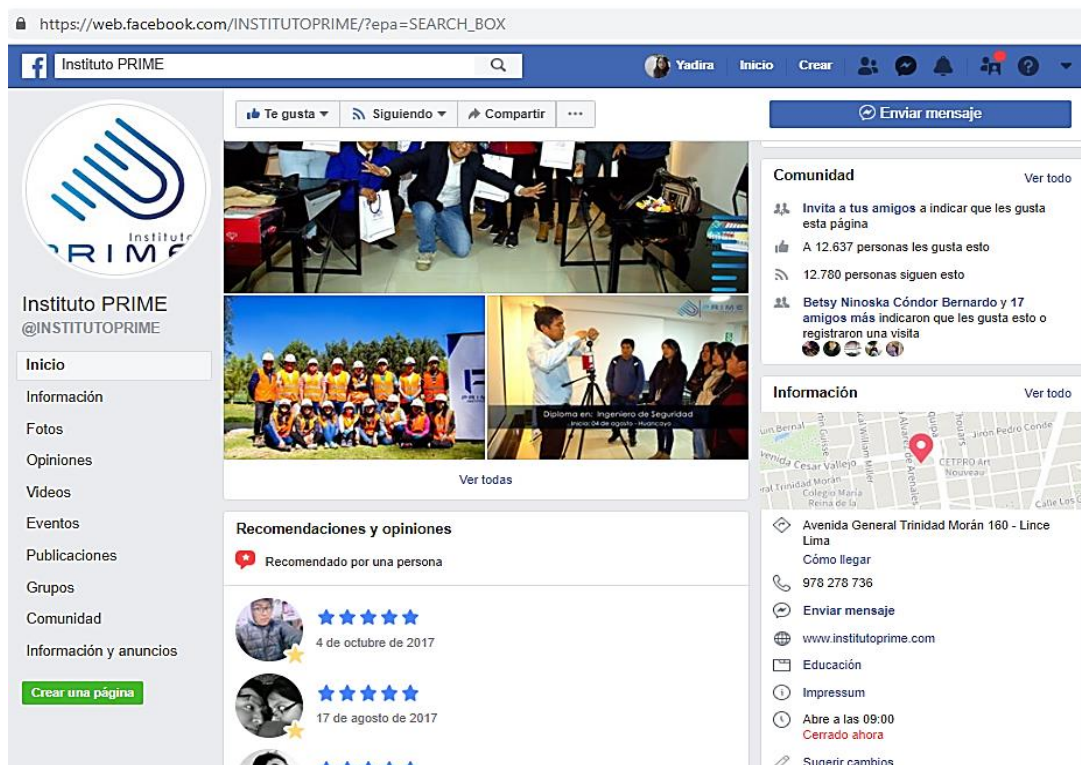
Cristian Cuellar - Ing. Ambiental
Electrocentro S.A

[Informes](#)

Fuente: (15)

Como un servicio adicional, el instituto Prime ofrece cursos de seguridad en plataformas virtuales, como se puede observar en la Figura 23.

Figura 23 Aula Virtual del Instituto Continental



Fuente: (15)

La promoción en redes sociales es vital en estos tiempos, por ello el Instituto Prime posee su cuenta de facebook con constante información de los cursos que ofrecen, como se muestra en la Figura 24; así como una cuenta de Instagram.

En el facebook del Instituto Prime muestra publicidad sobre el próximo curso a realizarse que es la especialización en ingeniero de seguridad, siendo éste un curso de competencia directa con el curso que se está estudiando en el presente trabajo de investigación, como se muestra en la Figura 24.

Figura 24 Publicidad en facebook sobre el diploma de seguridad que ofrecen



Fuente: (14)

Asimismo, ofrecen cursos similares, vinculados al área de seguridad industrial, siendo también un curso que es competencia directa llamado “Diplomado en SSOMA”, como se muestra en la Figura 25.

Figura 25 Publicidad en facebook sobre el diploma en SSOMA que ofrecen



Fuente: (14)

La dirección de ubicación del Instituto Prime es Jr. Trujillo 214 - El Tambo, se encuentra en un lugar céntrico de la ciudad que es fácil de ubicar, como se muestra en la Figura 26.

Figura 26 Dirección en google maps del Instituto Prime



Fuente: Google maps

Como se observa en la Figura 27, la ubicación del Instituto es al lado de uno de los puntos referenciales de la ciudad de Huancayo, que es el parque Infantil, el cual es una característica favorable para la empresa.

Figura 27 Foto de la sede en Huancayo del Instituto Prime



Fuente: Propia

La infraestructura y el local donde se dictan las clases, es de propiedad del Instituto lo cual es favorable para reducir costos, y posicionar su imagen por la continuidad y punto específico de su establecimiento, así como sus instalaciones por dentro son cómodas y limpias, como se muestra en la Figura. 28, asimismo se puede observar el promedio de estudiantes que la empresa posee por curso.

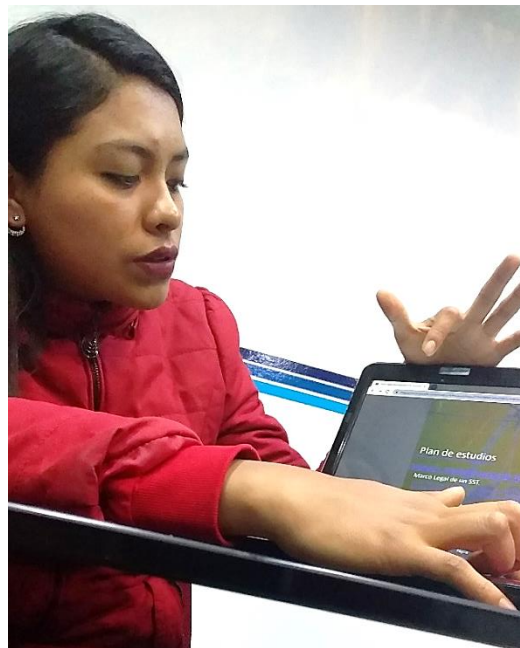
Figura 28 Instalaciones de la empresa y merchandising entregado a los estudiantes en el instituto Prime



Fuente: Propia

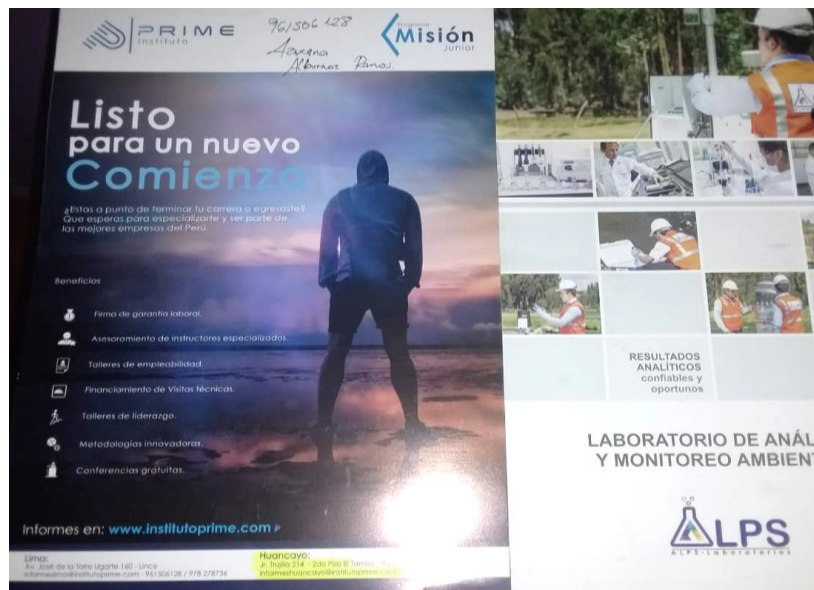
Uno de los puntos más importantes, es la atención de clientes y ventas, por ello el personal de atención al cliente muestra gentileza como se muestra en la Figura 29, sigue un protocolo de atención, brinda toda la información de interés, resuelven dudas, toman datos para tener una base de datos para enviar información constante, pero una de sus deficiencias es cuando se consulta telefónicamente pues no contestan a la primera llamada y no resuelven todas las dudas vía whatsapp. Asimismo, el personal te entrega un brochure de la empresa y sobre su convenio con un laboratorio, como se muestra en la Figura 30.

Figura 29 Personal de atención al cliente del Instituto Prime brindando información



Fuente: Propia


Figura 30 Brochure del Instituto Prime



Fuente: Propia

Como parte final del análisis cabe destacar que los puntos más importantes a considerar se muestran en la Tabla 3 donde se puede observar datos sobre el diplomado de Ingeniero de Seguridad, donde el monto de inversión es alto pero que se justifica por la infraestructura, la cantidad de créditos, la calidad de servicio y el respaldo de una imagen de empresa seria y confiable.

Tabla 3 Resumen de información sobre el instituto Prime

Logo	Dirección	Costo	Estudiantes por curso	N° de cursos por año	Estudiantes anuales	Infraestructura	Horas lectivas	Duración	Horarios	Convenios	Diferenciación
	Jr. Trujillo 214 - El Tambo	S/ 1,590.00	30	4	120	Propia	290	5 meses	Todos los sábados de 3 -7pm	Laboratorio LPS	Salida a campo, manejo con extintores y visitas al laboratorio

Fuente: Propia

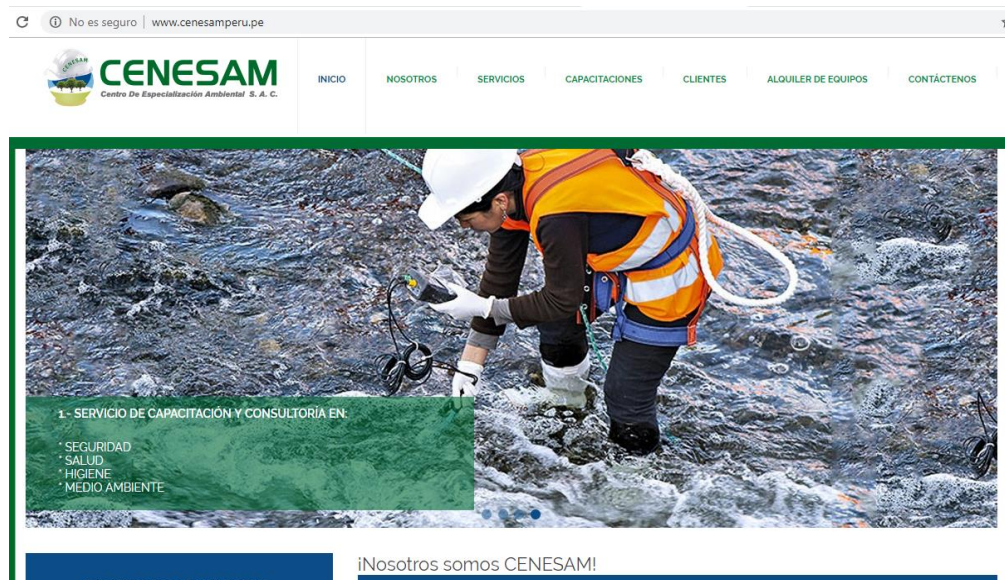
Cenesam:

La empresa Centro de Especialización Ambiental SAC es una consultora que:

“Brinda servicios con los más altos estándares de calidad, seguridad, medio ambiente y responsabilidad social en todos los servicios requeridos por nuestros clientes, contando con profesionales y técnicos con amplia experiencia en los diferentes sectores. Pensando siempre en la comodidad de nuestros clientes, siendo la parte más importante dentro de nuestra estructura empresarial” (16).

De esta manera, muestra su principal función que es referido a la ingeniería de seguridad y medio ambiente. Asimismo, la empresa posee una página web como muestra en la Figura 31, donde se brinda información sobre la empresa en general y sobre sus cursos, así como galería de sus actividades.

Figura 31 Inicio de la Página web de la empresa Cenesam



Fuente: (16)

Compartir la información de los proyectos que la empresa desarrolla es importante para conocer la responsabilidad social de la empresa, como se muestra en la Figura 32, donde se desarrollaron monitoreo de riesgos, proyecto de desarrollo y capacitaciones en seguridad y salud.

Figura 32 Proyectos Desarrollados de la empresa Cenesam

Proyectos Desarrollados



MONITOREO DE RIESGOS
Disciplina que se encarga del diseño de lugares de trabajo, herramientas y tareas, de modo que coinc...

PROYECTO DE DESARROLLO
Fortalecimiento de las Cadenas de Valor. Elaboración de Cuadros de Perfiles de Desarrollo Comunal...

CAPACITACIONES EN SEGURIDAD Y SALUD
Materiales Peligrosos MATPEL Curso Monitoreo Ocupacional Ergonomía en el Trabajo. Implementac...

[Leer más...](#) [Leer más...](#) [Leer más...](#)

Fuente: (16)

Mostrar la misión de la empresa en la página web es de gran importancia para dar a conocer que la empresa tiene una planificación de todo el funcionamiento de la empresa, como se muestra en la Figura 33.

Figura 33 Misión de la empresa Cenesam

Satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes y el mercado mediante la prestación de servicios integrales con calidad, en gestión ambiental, seguridad, salud, higiene ocupacional y responsabilidad social. Estamos comprometidos con la protección, conservación y restauración del medio ambiente y el desarrollo sostenible.

Fuente: (16)

La visión de la empresa en la página web es de gran importancia para dar a conocer hacia dónde se direcciona la empresa, su funcionamiento y expectativas, como se muestra en la Figura 34. Sin embargo, se puede observar que no posee un año definido lo cual es de vital importancia para definir fechas y objetivos.

Figura 34 Visión de la empresa Cenesam

Lograr la consolidación de CENESAM como líder y modelo a nivel nacional e internacional, en el rubro de prácticas ambientales, seguridad, salud en el trabajo y responsabilidad social, siendo reconocidos como una empresa sólida que brinda soluciones sostenibles y económicas con total confianza a sus clientes y mercado en general.

Fuente: (16)

Los objetivos de la empresa en la página web son esenciales para orientar el funcionamiento y los cambios; de esta manera, la empresa tiene como principal objetivo proporcionar un servicio de calidad y lograr fidelizar los clientes, como se muestra en la Figura 35.

Figura 35 Objetivos de la empresa Cenesam

CENESAM tiene como objetivo general proporcionar, Asesoría, Consultoría, Educación Ambiental, Capacitación de Personal, Monitoreos, Evaluaciones y Soluciones a problemas de tipo Ambiental, Saneamiento, Programas de Salud Ocupacional y Seguridad Industrial.

Los Objetivos Particulares se describen a continuación:

Asegurar la lealtad de los clientes y la seguridad del personal

Diseñar, proveer y ejecutar programas de control, prevención, mitigación y compensación de impactos negativos ocasionados por el desarrollo de proyectos de infraestructura, industriales, obras civiles o cualquier actividad complementaria.

Asegurar que nuestros clientes y sus proyectos tengan éxito y sean económicamente, ambiental y socialmente sostenibles.

Elaborar y realizar todos los trámites necesarios para la gestión ambiental a diferentes niveles de las instancias gubernamentales.

Fuente: (16)

Por otro lado, los valores empresariales son vitales para la empresa como muestra la Figura 36, donde la seguridad, calidad, calidez, integridad, transparencia y compromiso son los valores principales de la empresa que practica el talento humano de Cenesam.

Figura 36 Valores empresariales de la empresa Cenesam

Valores Empresariales

- **Seguridad:** Garantizar que el servicio que presta la empresa se ejecute con altos estándares reconocidos en la industria.
- **Calidad:** Ser eficientes y eficaces en la provisión y acceso a los servicios que se prestan, aplicando procesos con los más altos estándares internacionales.
- **Calidez:** Ofrecer al cliente interno y externo de la empresa y sus servidores a través de la aplicación de procesos de capacitación, reconocimiento y mejora continua
- **Integridad y Transparencia:** Guiar el accionar de la empresa y sus servidores dentro del marco de la ética, honestidad, confianza y transparencia.
- **Compromiso:** Actuar con lealtad protegiendo los intereses de la empresa contribuyendo al logro de los objetivos empresariales.

Fuente: (16)

Los clientes de la empresa que se muestran en la página web son empresas importantes a las que se ha prestado servicio de consultoría o asesoría, como se muestra en la Figura 37, son empresas como Elektra, Cálidda, Backus, etc.

Figura 37 Clientes de la empresa Cenesam

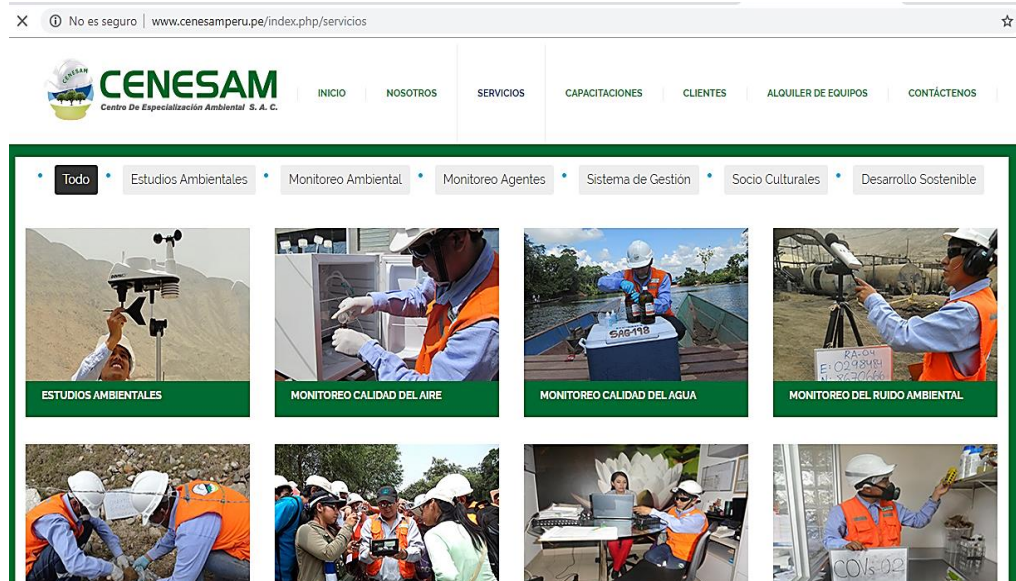
Nuestros clientes son primero:



Fuente: (16)

La página web también muestra los servicios que la empresa ofrece como: capacitaciones, estudios ambientales, monitoreo del agua, etc; como se muestra en la Figura 38.

Figura 38 Servicios de la empresa Cenesam



Fuente: (16)

Un segmento importante del servicio de la empresa son las capacitaciones ambientales y de seguridad y salud en el trabajo, como se muestra en la Figura 39.

Figura 39 Capacitaciones de la empresa Cenesam

The screenshot shows the website's navigation menu with 'CAPACITACIONES' selected. The main content area is titled 'Capacitaciones' and is divided into two columns:

- AMBIENTALES**
 - Curso de especialización en monitoreo ambiental.
 - Curso de estándares de calidad ambiental para suelos (ECAS).
 - Normatividad ambiental.
 - Planes de cierre o abandono.
 - Estudios ambientales (DIA, ELASD, EIAD, PAMA, DAP, FICA E IGAC).
 - Autorizaciones de uso, reúso y vertimiento de efluentes domésticos e industriales.
 - Monitoreo de emisiones.
 - Tratamiento de efluentes domésticos, mineros e industriales.
 - Plan de contingencias.
 - Plan de relaciones comunitarias.
 - Elaboración de indicadores ambientales.
 - Producción más limpia y eficiencia.
 - Plan de manejo de residuos sólidos integrales.
 - Manejo de residuos sólidos urbanos e industriales.
- SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO**
 - Materiales peligrosos MATPEL.
 - Curso monitoreo ocupacional.
 - Ergonomía en el trabajo.
 - Implementación de la ley de seguridad y salud en el trabajo - ley n° 29783.
 - Inspecciones de seguridad.
 - Investigación y reporte de incidentes.
 - Trabajos de alto riesgo (trabajos en altura, trabajos en caliente, espacios confinados, etc).
 - Lucha contra incendios y manejo de extintores.
 - Plan de contingencias.
 - La seguridad basada en la conducta.
 - Primeros auxilios.

Fuente: (16)

La información de contacto que se muestra en la página web es muy importante para que los clientes potenciales logren contactarse y obtener la información que desean, como se muestra en la Figura 40.

Figura 40 Contactos de la empresa Cenesam

The screenshot shows the 'Formulario de Contacto' and 'Información' sections of the website. The contact form includes fields for Name, Email, Phone, Company, and a dropdown menu for '¿Cómo se enteró de nosotros?' (with 'Búsqueda de Internet' selected). There is also a text area for 'Describe su petición (300 palabras)'. The 'Información' section provides contact details for the main office in Lima, including phone numbers, email addresses, and RUC/RPM numbers.

Formulario de Contacto

contacto

* Nombre:

* Correo:

* Teléfono:

* Institución empresarial:

¿Cómo se enteró de nosotros?

* Describe su petición (300 palabras)

Información

CENESAM
Centro De Especialización Ambiental S. A. C.

Nuestra Sede Principal esta en Lima CENESAM
Av. Arenales N° 956, Oficina 304 (3er Piso) - Jesús María

CAPACITACIONES:
Telf: (01)304-4955 / RPM: #942464535 / RPC: 940304276
E-mail: informes@cenessamperu.pe

PROYECTOS:
Telf: (01)433-1192
RPM: 980070755
RCP: 984745229
E-mail: proyectos@cenessamperu.pe

VENTAS:
Telf: (01)727-7122 / ENTEL: 945106298
E-mail: ventas@cenessamperu.pe

Fuente: (16)

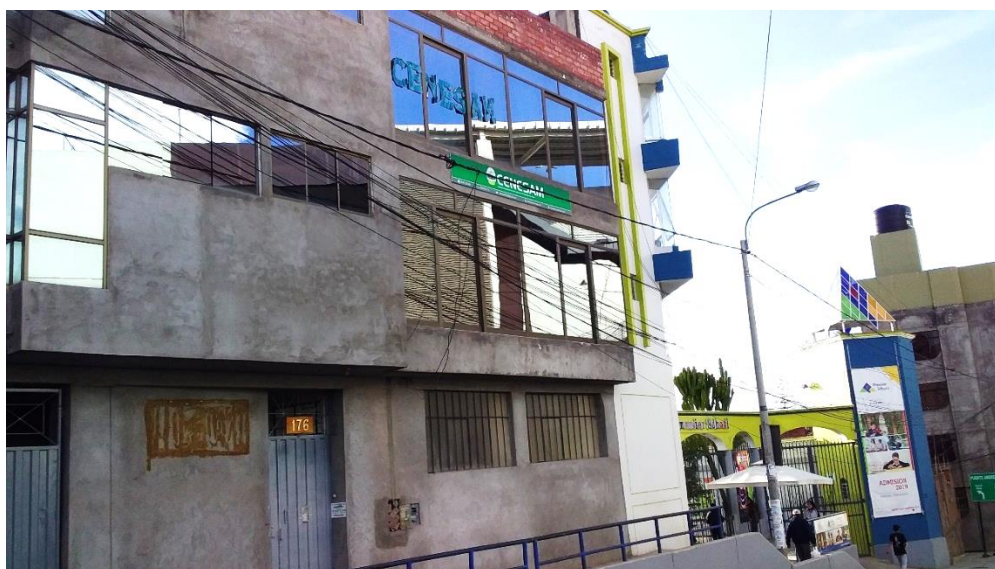
La dirección de la empresa Cenesam es Jr. Amazonas N° 176 tercer piso, oficina 302 (a espaldas de Open plaza) como se muestra en la Figura 42, donde se ubica a la empresa en Google maps. Asimismo, la Figura 41 se muestra una foto del local principal de la empresa y su cercanía al centro comercial, convirtiéndose en un gran punto de referencia y fácil de ubicar.

Figura 41 Dirección de la empresa Cenesam



Fuente: (16)

Figura 42 Página de Facebook de la empresa Cenesam



Fuente: propia

Figura 43 Personal de ventas de la empresa Cenesam



Fuente: propia

El personal de atención al cliente es amable y brinda toda la información pertinente como se muestra en la Figura 43, pero no logra explicar sobre ciertos convenios que se ofrecen, pero no se pueden demostrar de ninguna forma, como el convenio con el Colegio de Ingenieros del Perú, donde el logo de la institución se muestra en los certificados que se expiden, pero no presentan firma alguna de los representantes de dicha institución como se puede observar en la Figura 44.

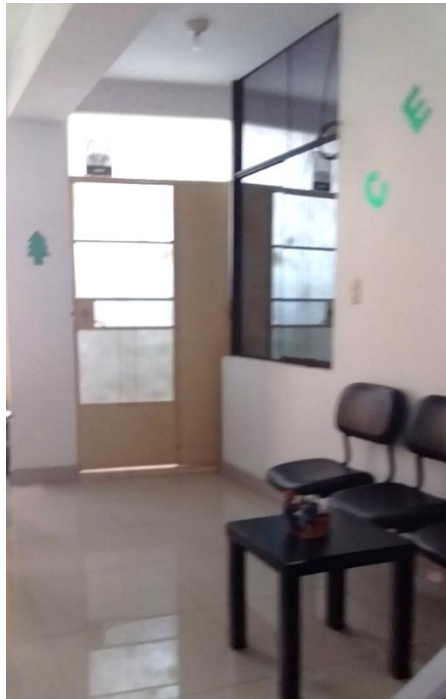
Figura 44 Diploma de la empresa Cenesam



Fuente: propia

Las aulas donde se desarrollan las clases se encuentran en el mismo local donde se dan informes, lo cual facilita la coordinación del desarrollo de las clases y el manejo de logística de forma eficiente, como se muestra en la Figura 45.

Figura 45 Aulas de Clases de la empresa Cenesam



Fuente: propia

La empresa Cenesam fomenta su publicidad a través de su página de Facebook, donde se encuentra información de los cursos que se ofrecen próximamente, costos, información detallada, etc; como puede se muestra en la Figura 46.

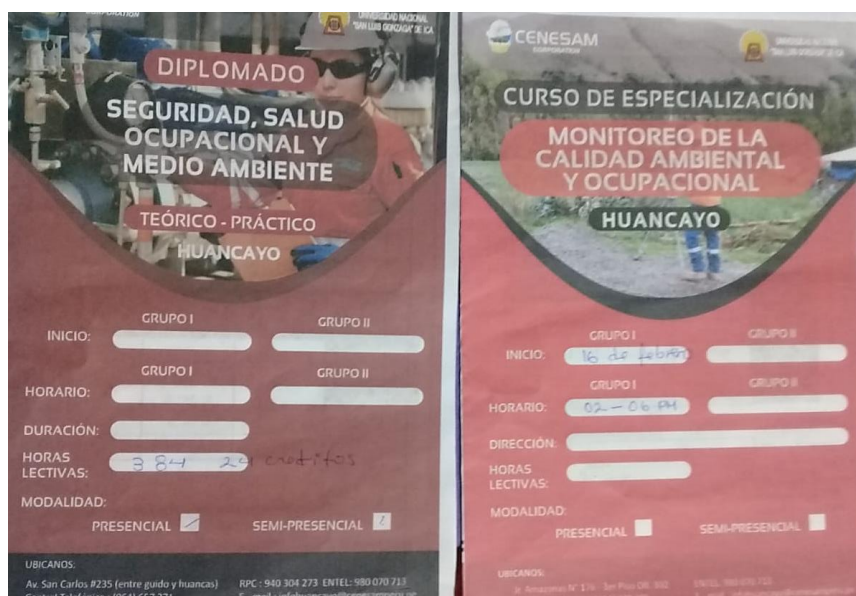
Figura 46 Publicidad en redes sociales de la empresa Cenesam



Fuente: (16)


Asimismo, los afiches que la empresa entrega al momento de solicitar información son de papel bond de 75 gr con la información sobre cada curso disponible, como se muestra en la Figura 47; sin embargo, no envían información al correo a pesar de solicitarlo.

Figura 47 Afiches que reparte la empresa Cenesam



Fuente: propia

Tabla 4 Resumen de información sobre la empresa Cenesam

EMPRESA	Logo	Dirección	Costo	Estudiantes por curso	N° de cursos por año	Estudiantes anuales	Infraestructura	Horas lectivas	Duración	Horarios	Convenios	Diferenciación
CENESAM		JR. AMAZONAS N° 176 , Oficina 302 Huancayo	S/ 1,900.00	15	2	35	Propia	384	4 meses	Todos los sábados en las tardes	UNCP, Universidad nacional San Luis Gonzaga de Ica y el Colegios de Ingenieros	Poseer varios convenios y tener triple certificación

Fuente: Propia

Como se muestra en la Tabla 4 , el costo del curso de seguridad que ofrece es uno de los más elevados, pero es debido a los convenios y a la triple certificación que ofrece esta empresa, así como la cantidad de horas lectivas que ofrece.

CEADEM

El centro de Administración empresarial es una empresa especialista únicamente en brindar cursos de capacitación para profesionales. La oficina principal es en Lima, pero posee varias sedes como en Lima, Arequipa, Trujillo y Huancayo; como se puede observar en la Figura 48, donde su página web muestra la principal información para sus clientes potenciales.

Figura 48 Página web de la empresa Ceadem



Fuente:(17)

La misión y la visión de la empresa Ceadem se muestra en la página web donde se presenta como una empresa especialista en capacitaciones a profesionales; asimismo la visión no presenta aspectos específicos que toda visión necesita, como se muestra en la Figura 49, además de dar a conocer su asociación a la Cámara de Comercio de Lima.

Figura 49 Misión y visión de la empresa Ceadem

MISIÓN

Somos un Centro de Especialización en gestión empresarial que brinda asesoramiento y capacitaciones a estudiantes, trabajadores y público en general que desean capacitarse y adquirir nuevos conocimientos y herramientas que les permita crecer profesionalmente en un corto plazo.

VISIÓN

Convertirnos en el centro líder en capacitación con presencia en todo el Perú, con alianzas estratégicas entre entidades de educación y empresas para la incursión laboral de nuestros alumnos.

Estamos asociados a: **CCL** CÁMARA DE COMERCIO LIMA
El Poder de los Empresarios

Fuente:(17)

Los beneficios que la página web muestra se refiere a la metodología, el tipo de certificación, docentes, material, bolsa de trabajo y la infraestructura de las aulas donde se desarrollan las clases, como se muestra en la Figura 50.

Figura 50 Beneficios de la empresa Ceadem

Inscríbete en solo unos pasos! [QUIERO HACERLO](#)

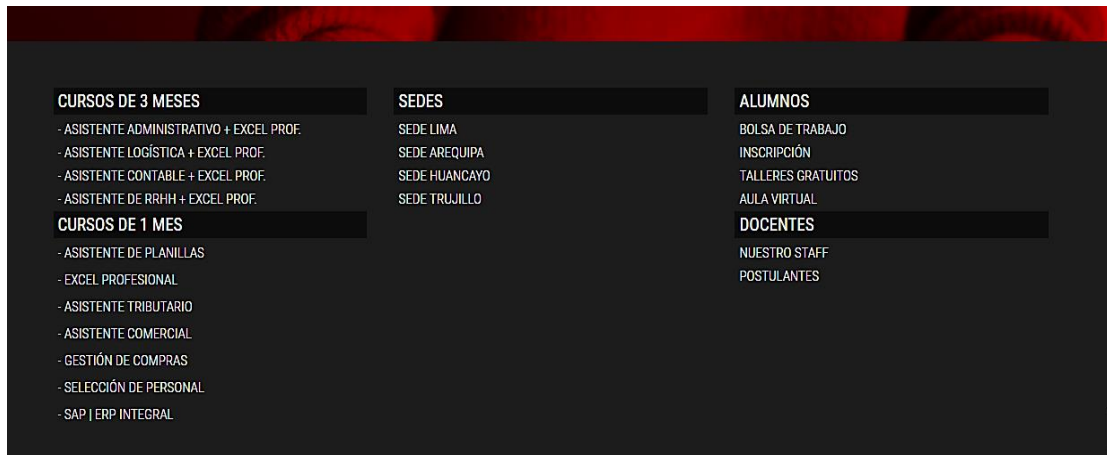
¿POR QUÉ ELEGIRNOS?

- CLASES 100% PRÁCTICAS**
Encontrarás ejemplos que se ven diariamente en las diferentes áreas empresariales y los resolverás en equipo usando técnicas novedosas.
- CURSOS CERTIFICADOS**
Te entregaremos un certificado de participación y una constancia de todos los temas que tocaste dentro del curso.
- DOCENTES CALIFICADOS**
Los profesionales parte del staff de CEADEM tienen de 5 a 10 años trabajando dentro su respectiva área
- LIBROS Y MANUALES**
Tus cursos serán acompañados por libros y manuales por cada módulo donde encontraras información teórica y práctica.
- BOLSA DE TRABAJO**
Tendrás acceso a nuestra exclusiva bolsa de laboral donde asociados a CEADEM presentan puestos para nuestros estudiantes
- SALONES EQUIPADOS**
Tendrás una laptop individual para hacer tus ejercicios en cada clase, además de programas especializados como SAP, CONCAR, Excel 2016, PDT, AFP.Net.

Fuente:(17)

La página web también proporciona información sobre los cursos, tiempo de duración, y las sedes donde se aperturan, como se muestra en la Figura 51.

Figura 51 Beneficios de la empresa Ceadem



Fuente:(17)

Los cursos que se ofrecen están explicados de forma detallada por curso, como se muestra en la Figura 52.

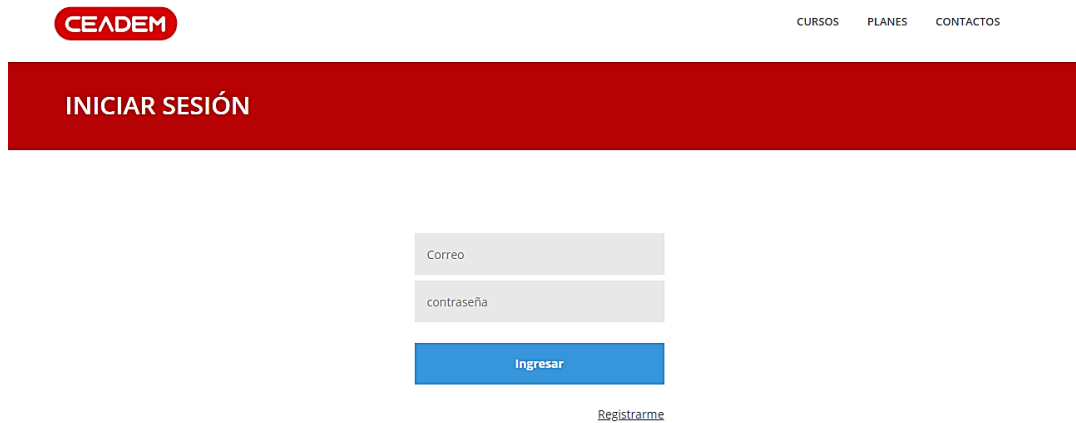
Figura 52 Cursos que ofrece la empresa Ceadem



Fuente:(17)

La empresa Ceadem posee un aula virtual para sus cursos en línea y los semipresenciales, como se muestra en la Figura 53.

Figura 53 Aula virtual de la Empresa Ceadem



Fuente:(17)

La empresa ofrece una bolsa de trabajo exclusiva pero no se logra entrar porque está bloqueada a pesar de que seas estudiante, lo cual puede generar suspicacia de engaño, como se muestra en la Figura 54.

Figura 54 Bolsa de trabajo de la empresa Ceadem



Fuente:(17)

En la página de facebook de la empresa se puede observar la publicidad sobre el curso de seguridad, fechas y detalles presentes en la Figura 55.

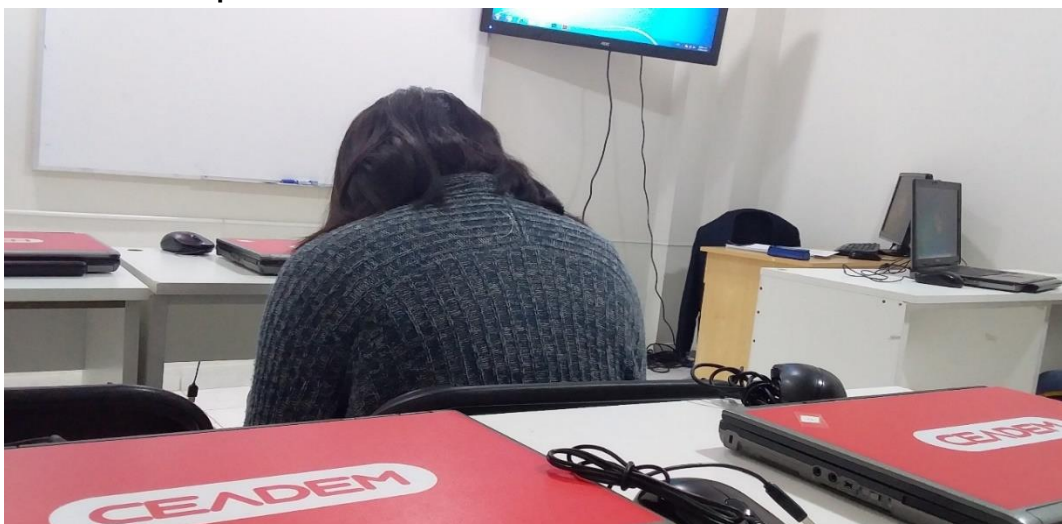
Figura 55 Publicidad en facebook del curso de seguridad de la empresa Ceadem



Fuente:(18)

Las aulas donde se dictan las clases están dentro de su mismo local, el cual posee computadoras propias, un televisor y un ambiente agradable, lo cual genera un valor agregado a sus servicios, como se muestra en la Figura 56.

Figura 56 Aulas de la empresa Ceadem



Fuente:(17)

El personal de atención es amable y brinda toda la información pertinente, y la oficina está en el mismo local donde se dictan las clases, lo cual facilita la coordinación del desarrollo de cursos, como se muestra en la Figura 57.

Figura 57 Personal de atención al cliente de la empresa Ceadem



Fuente:(17)

El material didáctico que la empresa reparte es de buena calidad, pero la empresa no comparte las diapositivas de forma constante y el personal académico es un poco irresponsable, como se muestra en la Figura 58.

Figura 58 Material didáctico de la empresa Ceadem



Fuente: propia

La dirección de la sede Huancayo es Jr. Lima 320, distrito de Huancayo; como se muestra en la Figura 59 está en un lugar muy céntrico pues es al lado del parque Constitución.

Figura 59 Ubicación de la empresa Ceadem en Google maps



Fuente:(17)

Asimismo, los certificados que la empresa Ceadem brinda a sus estudiantes es como muestra la Figura 60, donde no se muestra ninguna firma de parte de los representantes que menciona en sus convenios, asimismo no posee un valor agregado como el de las otras empresas, este no es un certificado de curso de seguridad, pero podemos ver el modelo de todos sus certificados en general, son de esta manera.

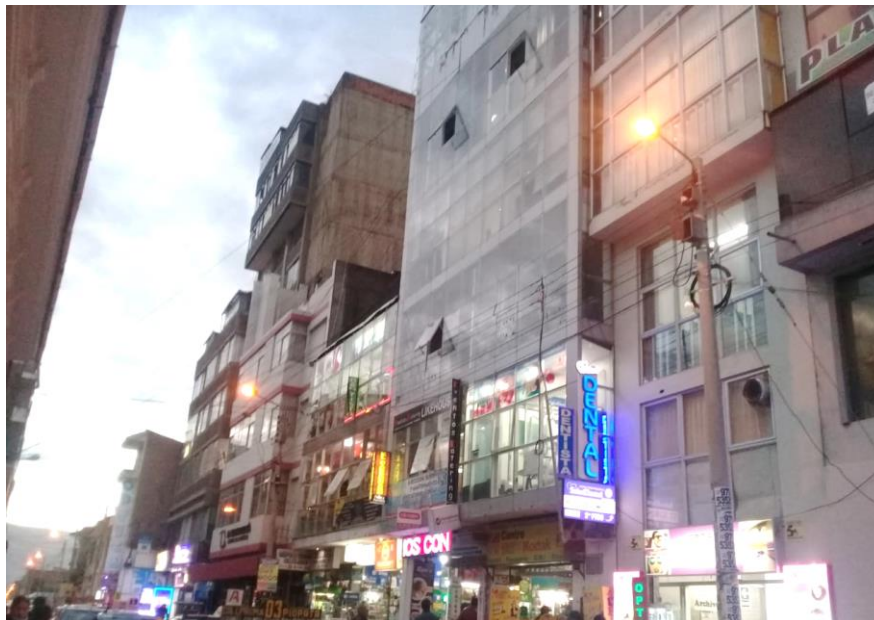
Figura 60 Certificado entregado a los estudiantes de Ceadem



Fuente: propia

La ubicación de su local, está en el tercer piso de este edificio, ubicado en el centro de Huancayo, como se mencionó con anterioridad y como se muestra en la Figura 61.

Figura 61 Edificio donde se ubica la empresa Ceadem



Fuente: propia

El local de esta empresa se encuentra en el 4to piso en un conjunto de galerías, donde se puede mostrar la fachada de esta en la Figura 62, éste local se encuentra en el apartamento 301 donde la empresa concentra su centro de informes y brinda sus clases


Figura 62 Local donde se ubica la empresa Ceadem



Fuente: propia

La tabla 5 muestra el resumen de información de la empresa CEADEM donde se observa el resumen de información, además de los aspectos específicos del curso de seguridad que brinda y los precios de esta, así como sus convenios.

Tabla 5 Resumen de información de la empresa CEADEM

EMPRESA	Logo	Dirección	Costo	Estudiantes por curso	N° de cursos por año	Estudiantes anuales	Infraestructura	Horas lectivas	Duración	Horarios	Convenios	Diferenciación
Ceadem		Jr. Lima 320 12000 Huancayo	S/ 250.00	8	4	32	Propia	20	1 mes	Todos los fines de semana	No existe convenios	Corto tiempo de certificación

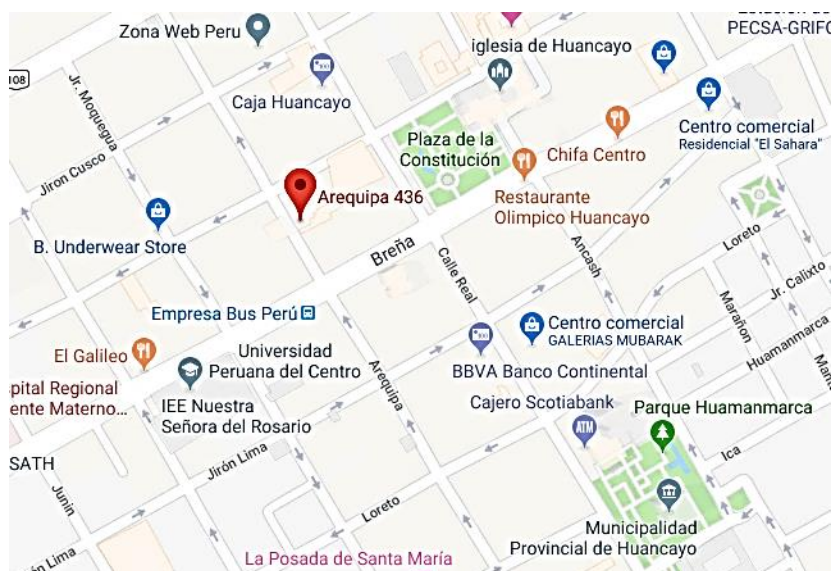
Fuente: propia

Overall

Overall es un Instituto Ocupacional en Ingeniería y medicina ocupacional que une a jóvenes y adultos que buscan cambiar sus vidas, puestos de trabajo, añadiendo habilidades para su trabajo actual, especialización profesional, iniciar una nueva carrera ampliar su posgrado académico (19), de esta forma la empresa muestra el principal objetivo de su existencia.

La ubicación de la empresa está en la calle Arequipa 436, Huancayo; como se muestra en la Figura 63, está ubicada en un lugar muy céntrico porque está a una cuadra de la Plaza Constitución, lo cual facilita su ubicación por sus clientes potenciales.

Figura 63 Dirección en google maps de Overall Instituto



La oficina está en el segundo piso del edificio que se muestra en la Figura 64; sin embargo, es la oficina solo de atención al cliente como se muestra en la Figura 66, porque las aulas de clases están en otra dirección (Miguel Cervantes N° 162, El Tambo) .

Figura 64 Foto del edificio del Instituto Overall



Fuente: Propia

Asimismo, la empresa Overall posee un local donde se dan sus clases, ubicado en Miguel de Cervantes 162, El Tambo; como se muestra en la Figura 65, es un local amplio ubicado en una casa en un lugar medianamente céntrico.

Figura 65 Ubicación del local de clases de la empresa Overall



Fuente: Propia

La empresa no posee una página web activa, a pesar que en sus redes sociales existe un link <http://www.overal-health.com> de la página web, sin embargo, cuando se ingresa no se puede visualizar nada, como se muestra en la Figura 66.

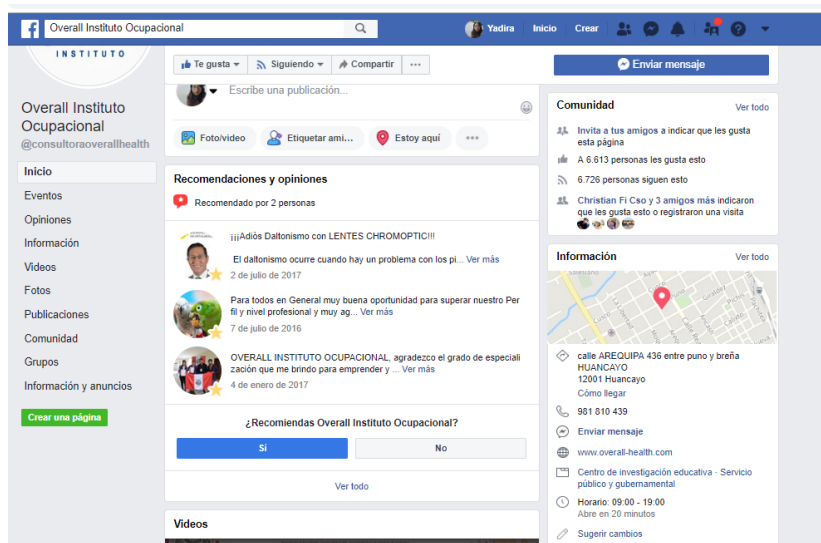
Figura 66 Página web del Instituto Overall



Fuente: (20)

Sin embargo, sí existe una página de facebook donde podemos encontrar información sobre los cursos que se ofrecen e información de contacto, como se muestra en la Figura 67.

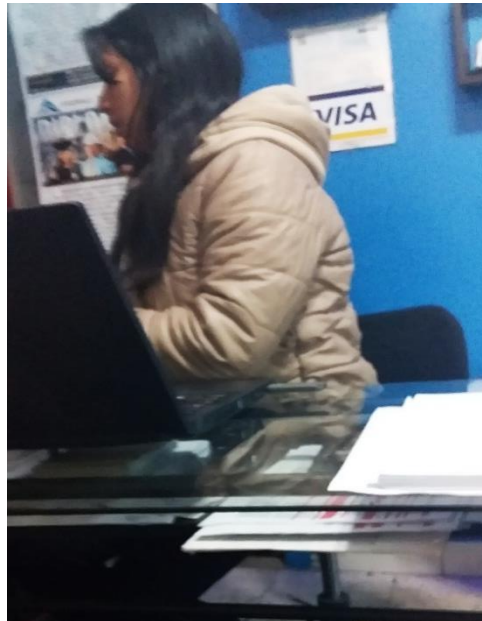
Figura 67 Página de Facebook del Instituto Overall



Fuente: (20)

El personal de atención que atiende en la oficina es amable y resuelve todas las dudas acerca de los cursos de seguridad que ofrece el Instituto, como se muestra en la Figura 68.

Figura 68 Personal de atención del Instituto Overall



Fuente: Propia

El modo de publicidad que utilizan es a través de posteo en su cuenta de facebook como se muestra en la Figura 69, donde se observa la información completa sobre la especialización en supervisor SSOMA, asimismo como se observa el curso es a nivel latinoamericano y tiene un convenio con la Universidad Nacional de Ingeniería.

Figura 69 Publicidad en facebook sobre el curso SSOMA del Instituto Overall



Fuente: (20)

Asimismo, el local posee un televisor donde se van mostrados todos sus cursos disponibles a nivel general, como se muestra en la Figura 70.

Figura 70 Publicidad en el local de atención al cliente en la oficina principal del Instituto Overall



Fuente: Propia

Por otro lado, el Instituto Overall reparte afiches con la información del curso de interés cuando vas a pedir información y números de contacto, como se muestra en la Figura 71.


Figura 71 Afiches del Instituto Overall



Fuente: Propia

En general, la empresa posee un elevado costo en sus cursos, pero son justificados debido a las horas lectivas que ofrece y los convenios que se muestran en los certificados que se emiten al final de cada curso, como se muestra en el Tabla 6.

Tabla 6 Beneficios que ofrece el Instituto Overall

EMPRESA	Logo	Dirección	Costo	Estudiantes por curso	N° de cursos por año	Estudiantes anuales	Infraestructura	Horas lectivas	Duración	Horarios	Convenios	Diferenciación
Overall		Calle Arequipa 436, Huancayo	S/2,800.00	15	6	90	Propia	1000	8 meses	Todos los domingos cada 15 días	UNI, Universidad del Centro del Perú	Clases a otro países de latinoamérica y un premio de emprendimiento

Fuente: Propia

CACP Perú

La empresa CACP, se define a sí misma como (21): “Somos una empresa con presencia nacional e internacional, vinculada a un staff de profesionales con amplia experiencia en Consultoría, Asesoría y Capacitación. Que cuenta con convenios de prestigiosas Universidades Nacionales y empresas”(21) , de esta manera genera información necesaria a los clientes potenciales. Asimismo, la empresa CACP posee una página web como se muestra en la Figura 72.

Figura 72 Página web de la empresa CACP Perú



Fuente: (21)

La misión de la empresa que se muestra en la página web es acerca de la calidad de servicio que ofrece la empresa, como se diferencia de otras empresas y lo que se brinda a los clientes, mostrada en la Figura 73.

Figura 73 Misión de la empresa CACP Perú

Misión

Somos un grupo humano altamente profesional y capacitado para actualizar, perfeccionar y especializar a profesionales y técnicos con la finalidad de satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes, mediante la prestación de servicios integrales con calidad y responsabilidad social comprometidos con la protección y conservación del medio ambiente, en las áreas de administración, ingeniería civil, proyectos de inversión pública, seguridad y salud ocupacional, acuicultura, agricultura, gestión ambiental y sistemas de calidad.

Fuente: (21)

La visión de la empresa logra plantear los factores que la empresa desea mejorar y alcanzar a lo largo del tiempo. Sin embargo, no posee un año definido lo cual es esencial en la redacción de la visión, como se muestra en la Figura 74.

Figura 74 Visión de la empresa CACP Perú

Lograr la consolidación de CACP como un ente de excelencia y calidad, formador de personas especializadas en su área con actitudes, valores, hábitos y habilidades capaces de brindar soluciones sostenibles y económicas; logrando ser reconocida por su contribución al desarrollo empresarial y medio ambiente a través de sus servicios de asesoría y consultoría.

Fuente: (21)

Los aliados estratégicos que se muestran en la página web son Universidades del norte del Perú que poseen convenio con la empresa CACP Perú, como se muestra en la Figura 75.

Figura 75 Aliados estratégicos de la empresa CACP Perú

Aliados Estratégicos



Fuente: (21)

Asimismo, la página web muestra el staff de los docentes que trabajan con la empresa, en la especialidad en la que cada uno se desempeña, como se muestra en la Figura 76.

Figura 76 Staff de docentes que laboran en la empresa

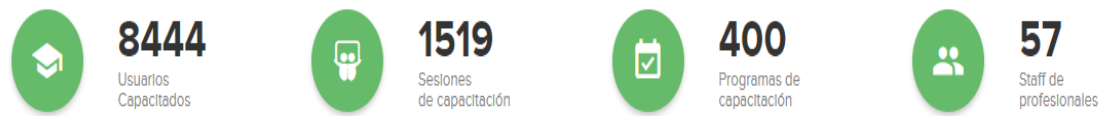
Staff de profesionales



Fuente: (21)

Por otro lado, la información de los avances en forma estadística es un buen reflejo y una buena guía para mostrar su avance a los clientes potenciales, como se muestra en la Figura 77.

Figura 77 Estadísticas de la empresa CACP Perú



Fuente: (21)

Las capacitaciones que se muestran en la página web son referidas a ingeniería en general y la información general de cada uno de éstos, así como costos, duración, etc. mostrada en la Figura 78.

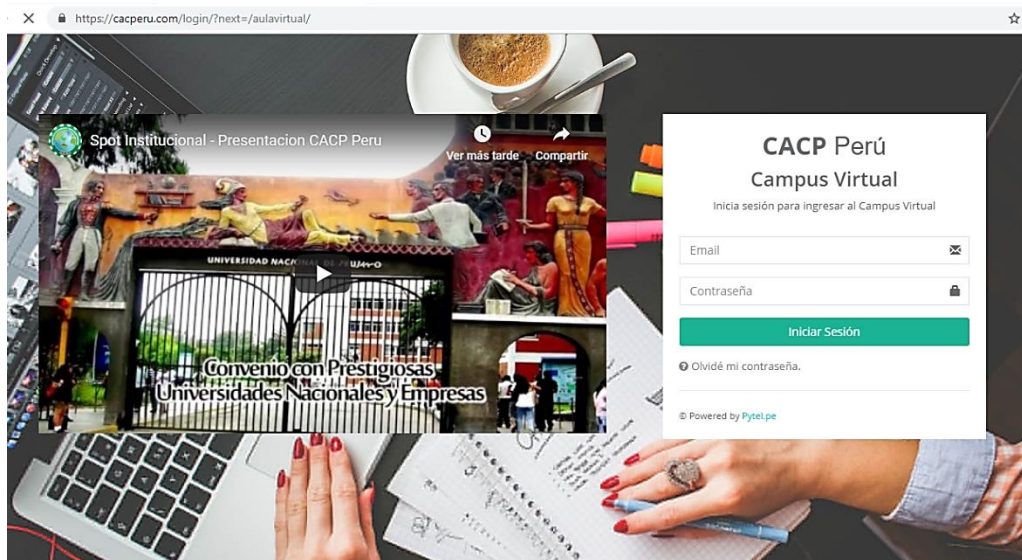
Figura 78 Capacitaciones que brinda la empresa CACP Perú



Fuente: (21)

El aula virtual que se encuentra en su página web, se apertura para cursos virtuales y semipresenciales que la empresa ofrece a los clientes, como se muestra en la Figura 79.

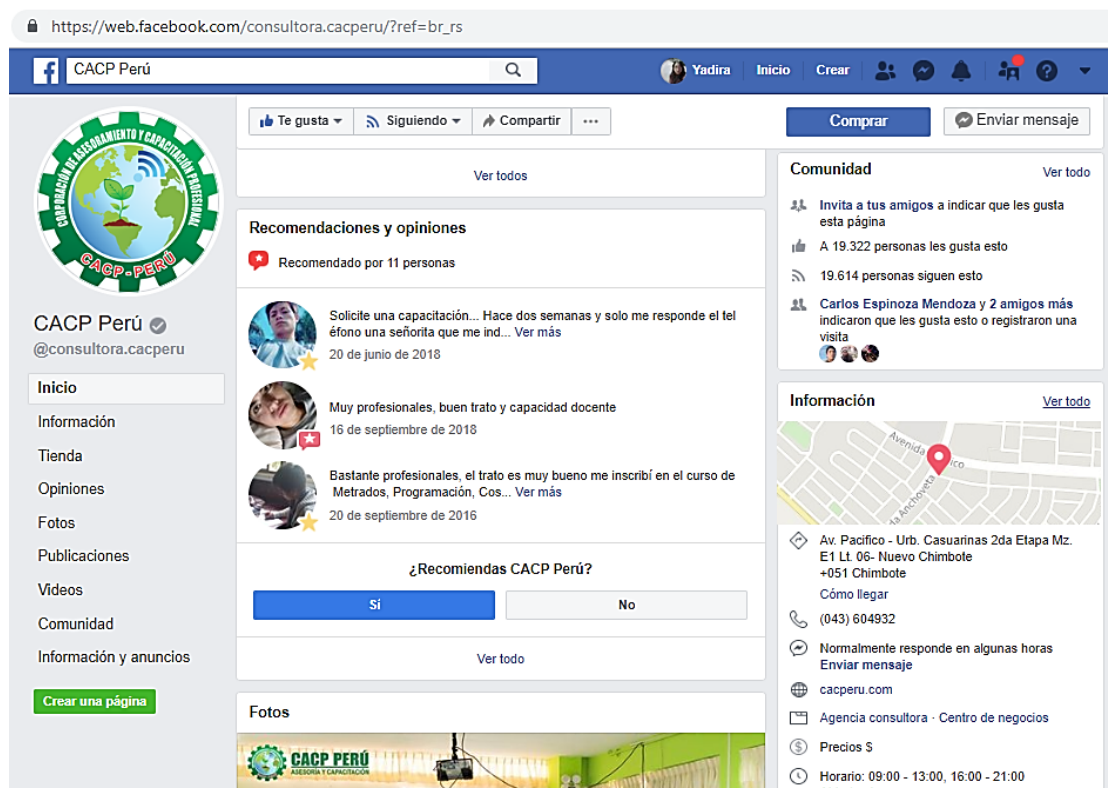
Figura 79 Aula virtual de la empresa CACP Perú



Fuente: (21)

La empresa posee una cuenta de facebook donde se muestra información general, contactos y capacitaciones que se ofrecen, como se muestra en la Figura 80.

Figura 80 Página de facebook de la empresa CACP Perú



Fuente: (22)

La publicidad manejada en la empresa es a través de la página de facebook, como se muestra en la Figura 81, donde se promociona el diplomado en Seguridad Industrial.

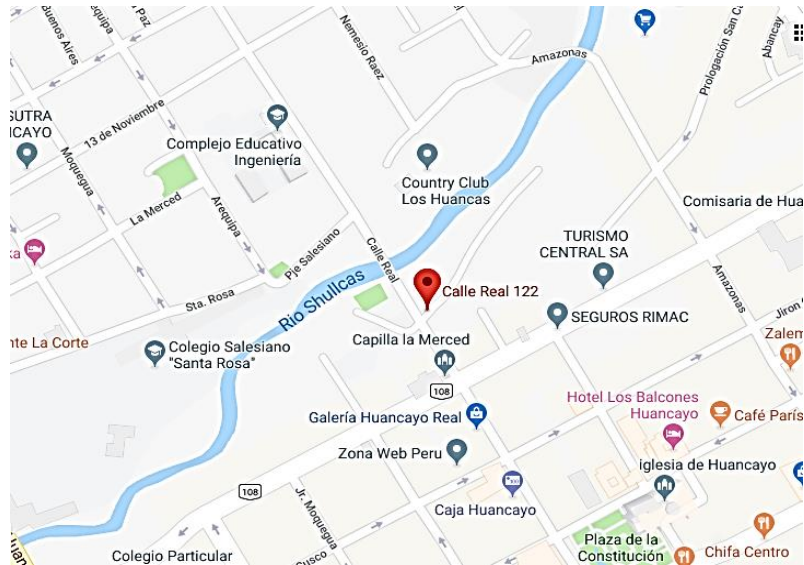
Figura 81 Información sobre el Diplomado sobre SSOMA de la empresa CACP Perú



Fuente: (22)

La ubicación de la empresa es en la Calle Real 122, como se muestra en la Figura 82, donde la ubicación de la empresa está Google maps.

Figura 82 Ubicación en google maps de la empresa CACP Perú



Fuente: (23)

El local de la empresa es en un lugar céntrico y está frente al Instituto Continental, ubicándose en un punto accesible de la ciudad, como se muestra en la Figura 83.

Figura 83 Aula donde se dictan las clases de la empresa CACP Perú



Fuente: Propia

Las aulas donde se dictan las clases está ubicada en el mismo local donde se provee informes, como muestra la Figura 84, se puede observar la limpieza, comodidad y tecnología que la empresa ofrece a los clientes.

Figura 84 Foto de la ubicación de empresa



Fuente: (22)

El personal de atención brinda toda la información pertinente y promete enviar información al correo, pero éste jamás llega, por otro lado, el horario de atención es de oficina y en el mismo local donde se dictan las clases, como se muestra en la Figura 85.


Figura 85 Horario de atención de la empresa CACP Perú



Fuente: Propia

El resumen de los beneficios de la empresa, poseen un convenio con una Universidad de Chimbote, pero al margen de ellos no posee algún valor agregado que lo diferencie de otras empresas, como se muestra en la Tabla 7, que es información general de los cursos de seguridad industrial que ofrecen.

Tabla 7 Resumen de los beneficios de la empresa CACP Perú

EMPRESA	Logo	Dirección	Costo	Estudiantes por curso	N° de cursos por año	Estudiantes anuales	Infraestructura	Horas lectivas	Duración	Horarios	Convenios	Diferenciación
CACP Perú		Calle Real 122 Huancayo	S/ 120.00	12	2	24	Propia	40	2 meses	Todos los sábados en la tarde	No existe convenios	Proporcionan todos los materiales de aprendizaje sin restricción

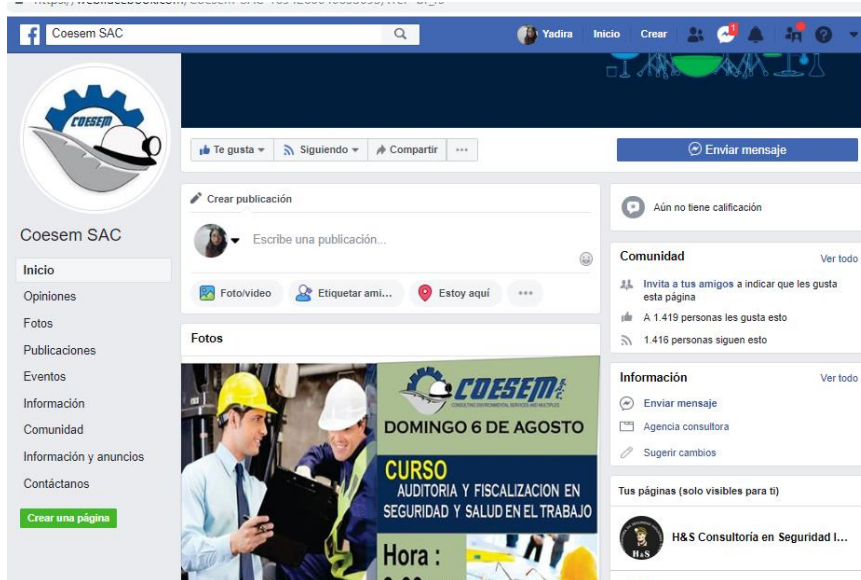
Fuente: Propia

Coesem

Empresa de capacitaciones (24): “Comprometida con sus clientes para construir relaciones a largo plazo. Sus especialistas están en la búsqueda constante mejoras” (24), que está dirigida a público en general que busca fortalecer sus conocimientos de

forma profesional, ésta empresa no posee página web, pero sí una página de Facebook, como se muestra en la Figura 86, donde se puede observar el número de seguidores y formas de contacto.

Figura 86 Página de Facebook de la empresa Coesem SAC



Fuente: (25)

La empresa hace publicidad de sus cursos a través de sus redes sociales como se muestra en la Figura 87, donde se promociona un curso sobre seguridad industrial y se brinda los datos necesarios para los clientes potenciales.

Figura 87 Publicidad en redes sociales de la empresa Coesem SAC



Fuente: (25)

La ubicación que aparece en sus redes sociales e indica como oficina principal es Av. San Carlos N° 350, Huancayo (Ref. al Costado del Colegio Zarate), como se muestra en la Figura 88, en el que google maps apunta a una dirección cercana una Institución conocida.

Figura 88 Dirección en Google maps de Coesem



Fuente: (26)

Asimismo, como se muestra en la Figura 89, el local de ubicación de la empresa Coesem SAC es en una avenida principal; sin embargo, este local al momento de ser visitado se encontraba cerrado (28/02/2019) y se llamó al número de contacto donde refirieron que se atenderá a partir de marzo o abril.


Figura 89 Foto de ubicación de la empresa Coesem SAC



Fuente: Propia

El resumen de beneficios que ofrece la empresa Coesem es que posee un bajo costo, asimismo sus horas lectivas son casi altas como el promedio que las empresas ofrecen, mostrada en la Tabla 8. Pero no posee otro aspecto que genere un valor agregado pues los certificados solo son firmados por la empresa.

Tabla 8 Resumen de beneficios de la empresa Coesem

EMPRESA	Logo	Dirección	Costo	Estudiantes por curso	N° de cursos por año	Estudiantes anuales	Infraestructura	Horas lectivas	Duración	Horarios	Convenios	Diferenciación
Coesem		Av San Carlos N° 350, Huancayo	S/ 250.00	12	3	36	No posee infraestructura propia	150	1 mes	Todos los días en la tarde	Colegio de Ingenieros de Junín	No existe diferenciación marcado

Fuente: Propia

Ceesproam:

Es una empresa de capacitaciones sobre seguridad industrial y ambiental en Huancayo; ésta empresa solo posee página de facebook que está dirigida a nivel nacional, como se muestra en la Figura 90, donde se observa información esencial de la empresa.

Figura 90 Facebook de la empresa Ceesproam a nivel nacional



Fuente: (27)

Asimismo, la empresa posee un facebook solo para la ciudad de Huancayo pero que está igual de inactiva para este año, como se muestra en la Figura 91.

Figura 91 Página de facebook de la empresa Ceesproam para la ciudad de Huancayo



Fuente: (27)

La publicidad que ha ido manejando la empresa Ceesproam Huancayo incluye información básica sobre los cursos de seguridad que se ofrecen, como se muestra en la Figura 92.

Figura 92 Publicidad de la empresa Ceesproam Huancayo



Fuente: (27)

La ubicación que se presenta en las redes sociales de la empresa es la siguiente: Av. Giráldez 782 en el 3er piso, oficina 302 - Huancayo (al frente de la escuela de posgrado de la UPLA), como se muestra en la Figura 93, donde se ubica cerca del centro comercial Open Plaza convirtiéndose en un lugar céntrico y fácil de encontrar para los clientes potenciales.

Figura 93 Dirección en Google maps de la empresa Ceesproam



Fuente: (23)

La ubicación del local donde funciona la empresa está en el tercer piso de éste edificio; sin embargo, la oficina donde se supone que está en funcionamiento no está abierta y los números de contacto están inactivos, lo cual representa que la empresa ha dejado de funcionar éste año por tiempo indefinido, como se muestra en la Figura 94.


Figura 94 Foto del local de la empresa Ceesproam



Fuente: Propia

El resumen de información de la empresa Ceesproam, se muestra en la Tabla 9, donde se observan los detalles específicos, precios, oferta y el valor agregada de ésta.

Tabla 9 Resumen de información de la empresa Ceesproam Perú

EMPRESA	Logo	Dirección	Costo	Estudiantes por curso	N° de cursos por año	Estudiantes anuales	Infraestructura	Horas lectivas	Duración	Horarios	Convenios	Diferenciación
Ceesproam Perú		Av. Giráldez 782, oficina 302 - Huancayo	S/ 400.00	15	2	30	Propia	80	1 mes	Todos los fines de semana	No existe convenios	Poseen instrumentos de calidad

Fuente: Propia

Equipo Perú Prevenir

Equipo Perú Prevenir se presenta como “Somos una empresa dedicada a brindar asesoría, consultoría, capacitación, entrenamiento y monitoreo ocupacionales integrales en seguridad, salud ocupacional, calidad y ambiente. Dirigida a las empresas públicas, privadas y profesionales en general. Con una atención integral, cálida, eficiente y oportuna, por medio de un staff de profesionales multidisciplinarios (28)”, donde se muestra la esencia y la razón principal de existencia de la empresa.

Asimismo, posee una página web, como se muestra en la Figura 95, donde se observa información necesaria que se puede proporcionar a los clientes potenciales.

Figura 95 Página web de la empresa Equipo Perú Prevenir



Fuente: (29)

Por otro lado, la empresa muestra todos los cursos y áreas que la empresa ofrece y es especialista, donde al dirigirse a cada una de éstas puedes observar información detallada de cada una, incluida en la Figura 96.

Figura 96 áreas especializadas de la empresa



Fuente: (29)

La empresa es especialista en temas en seguridad industrial y proporciona una lista de los diplomados y cursos que ofrece en general, como se muestra en la Figura 97.

Figura 97 Diplomados y cursos de la empresa Equipo Perú Prevenir

DIPLOMADOS Y CURSOS
DIPLOMADOS
<ul style="list-style-type: none"> • GESTION DE LA SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO • SEGURIDAD INDUSTRIAL Y SALUD OCUPACIONAL • SALUD OCUPACIONAL Y MEDICINA DEL TRABAJO • PREVENCIÓN DE RIESGOS PSICOSOCIALES EN EL AMBIENTE DE TRABAJO • AUDITOR INTERNO EN SISTEMAS INTEGRADOS DE GESTIÓN. • SISTEMAS INTEGRADOS DE GESTIÓN. • FORMACIÓN DE SUPERVISORES DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO
CURSOS ESPECIALIZADOS
<ul style="list-style-type: none"> • SUPERVISOR LIDER EN SEGURIDAD • FORMACIÓN DEL COMITÉ Y SUPERVISOR SST • DIAGNOSTICO DE LINEA BASE E IPERC • EL SUPERVISOR Y LA PREVENCIÓN DE ACCIDENTES • IMPLEMENTACIÓN DE SST EN LA MYPE • INSPECCIONES DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO. • SEGURIDAD BASADA EN EL COMPORTAMIENTO • TRABAJOS SEGURO EN ESPACIO CONFINADO • TRABAJO SEGURO EN EXCAVACIONES DE ZANJAS • PREVENCIÓN EN TRABAJOS DE IZAJE Y MONTAJE DE CARGAS • RIESGO ELÉCTRICO • PREVENCIÓN DE RIESGOS EN TRABAJO EN ALTURA. • ERGONOMÍA Y PSICOLOGÍA DEL TRABAJO. • SEGURIDAD DE TRABAJOS EN CALIENTE. • ERGONOMIA EN TRABAJO DE OFICINA.

Fuente: (29)

Los convenios a los que está sujeto la empresa es al Colegio de Ingenieros del Perú, sede Departamental Junín, como se muestra en su página web y en la Figura 98.

Figura 98 Convenios de la empresa Equipo Perú Prevenir

CONVENIOS

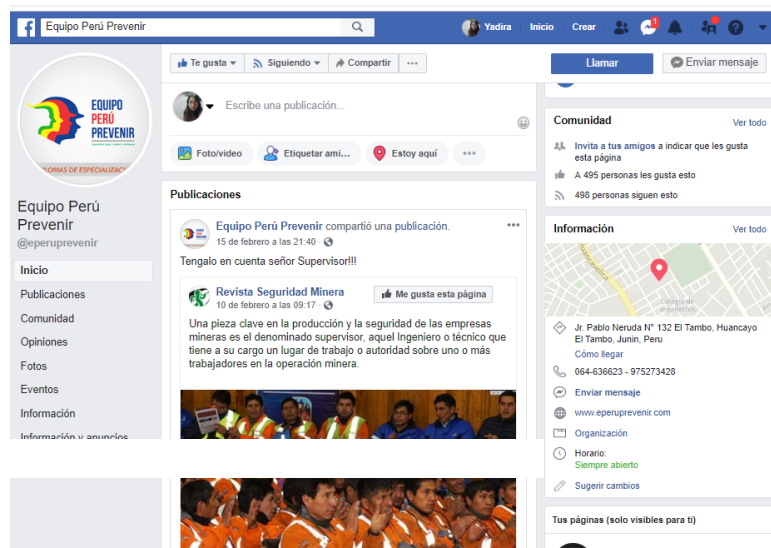
EQUIPO PERU PREVENIR EIRL, genera y mantiene convenios y acuerdos educativos con Universidades e Instituciones de prestigio nacionales para los cursos y diplomados; y así creamos relaciones mutuamente beneficiosas, para contribuir significativamente con el desarrollo de los programas académicos que se imparten, a fin de llevar una educación de calidad a todos las empresas, profesionales y trabajadores en general de las diferentes instituciones públicas y privadas de nuestro país.



Fuente: (29)

Por otro lado, la empresa posee una página web donde hace publicidad de cada uno de sus cursos y diplomados a realizar; sin embargo, al parecer no hay ninguno programado este año como se puede ver en la Figura 99.

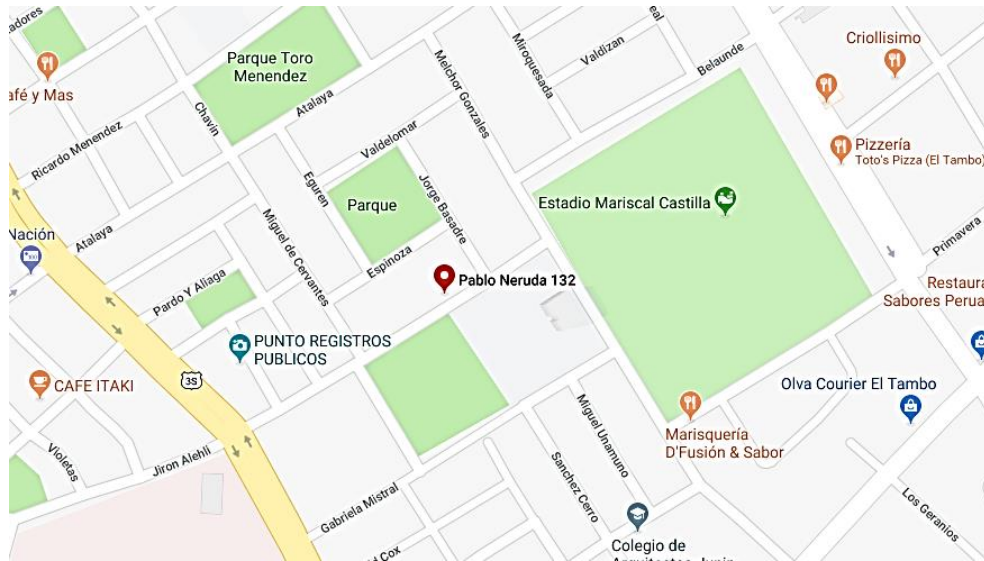
Figura 99 Facebook de la empresa Equipo Perú Prevenir



Fuente: (29)

La ubicación que se indica en sus redes sociales es Jr. Pablo Neruda N° 132 El Tambo, Huancayo, como se muestra en la Figura 100, donde está ubicado al lado de un punto estratégico de la ciudad.

Figura 100 Dirección en Google Maps de la empresa Equipo Perú Prevenir



Fuente: (23)

Sin embargo, cuando se busca y localiza la dirección indicada en las redes sociales (14/02/19) solo existe una casa sin carteles ni algún tipo de indicio que la empresa funciona en ese lugar, como se muestra en la Figura 101. Lo cual genera suspicacia falta de seriedad y seguridad.


Figura 101 Foto del local de la empresa Equipo Perú Prevenir



Fuente: Propia

Los beneficios que la empresa Equipo Perú Prevenir ofrece en general genera interés en mediana proporción debido a que tiene un convenio con el Colegio de Ingenieros, sede Departamental Junín; además del bajo costo que ofrecen. De esta manera logra captar cierta atención de los clientes potenciales, como se muestra en la Tabla 10 donde se incluye un resumen total de la empresa.

Tabla 10 Resumen de beneficios de la empresa Equipo Perú Prevenir

EMPRESA	Logo	Dirección	Costo	Estudiantes por curso	N° de cursos por año	Estudiantes anuales	Infraestructura	Horas lectivas	Duración	Horarios	Convenios	Diferenciación
Equipo Perú Prevenir		Jr. Pablo Neruda N° 132 El Tambo, Huancayo	S/ 340.00	12	5	60	No posee infraestructura propia	60	2 meses	Todos los sábados de 3-7pm	Colegio de Ingenieros de Junín	Realizan gran cantidad de cursos referidos a seguridad

Fuente: Propia

FAVAL

La empresa FAVAL es especialista en brindar cursos de capacitación en seguridad industrial, medio ambiente y salud ocupacional. La publicidad y su página de facebook es vigente como se muestra en la Figura 102, es a través de una cuenta personal de facebook, no de una página, donde se muestra la principal información para sus clientes potenciales.

Figura 102 Cuenta de facebook de la empresa FAVAL ingenieros



Fuente:(30)

Asimismo, en esta cuenta se puede observar la publicidad y cómo brinda información, sobre los cursos que la empresa hace, como se muestra en la figura 103.

Figura 103 Publicidad en redes sociales sobre su curso de especialización en seguridad industrial



Fuente: (30)

La empresa Faval posee un local donde se realizan sus cursos, está ubicada en el Jirón Torre Torre 350, en el Cerrito de la Libertad, como se muestra en la Figura 104, es un sitio fácil de ubicar debido a que está al lado de un punto de referencia de la ciudad, pero es un tanto lejano al centro de Huancayo lo que dificulta un poco dirigirse esta dirección.

Figura 104 Dirección en google maps de la empresa FAVAL



Fuente: (30)

Asimismo, como muestra la Figura 105, el local posee cuatro pisos, donde la empresa proporciona comodidad y amplios espacios a sus estudiantes.


Figura 105 Local de la empresa Faval



Fuente: Propia

La empresa Faval proporciona cursos sobre seguridad industrial en una cantidad considerable de 240 horas lectivas por un periodo de 3 meses, cuyo valor agregado es su convenio con el Colegio de Ingenieros, sede Departamental Junín, como se muestra en la Tabla 11, donde se incluye el resumen general de toda la empresa.





Tabla 11 Resumen de la información de la empresa Faval





EMPRESA	Logo	Dirección	Costo	Estudiantes por curso	N° de cursos por año	Estudiantes anuales	Infraestructura	Horas lectivas	Duración	Horarios	Convenios	Diferenciación
Faval		Jirón Torre Torre 350 - Cerrito de la Libertad	S/ 850.00	12	4	48	Propia	240	3 meses	Todos los sábados en las tardes, cada 15 días	Colegio de Ingenieros de Junín	Modalidades: Virtual - Semi presencial - Presencial



Fuente: (30)

Evaluación grupal de los competidores

Tabla 12 Resumen de los beneficios de las empresas de la competencia

Empresa	Dirección	Costo	Estudiantes por curso	N° de cursos por año	Estudiantes anuales	Infraestructura	Horas lectivas	Duración	Horarios	Convenios	Diferenciación
	Jr. Lima 320 12000 Huancayo	S/ 250.00	8	4	32	Propia	20	1 mes	Todos los fines de semana	No existe convenios	Corto tiempo de certificación
	Jr. Trujillo 214 - El Tambo	S/ 1,590.00	30	4	120	Propia	290	5 meses	Todos los sábados de 3 - 7pm	Laboratorio LPS	Salida a campo, manejo con extintores y visitas al laboratorio
	Calle Arequipa 436 entre puno y breña Huancayo 12001	S/ 2,800.00	15	6	90	Propia	1000	8 meses	Todos los domingos cada 15 días	Universidad Nacional de Ingeniería, UNCP	Clases a otro países de Latinoamérica y un premio de emprendimiento
	Av San Carlos N° 350, Huancayo	S/ 250.00	12	3	36	No posee infraestructura propia	150	1 mes	Todos los días en la tarde	Colegio de Ingenieros de Junín	No existe diferenciación marcado

	Av. Giráldez 782 3er piso, oficina 302 - Huancayo	S/ 400.00	15	2	30	Propia	80	1 mes	Todos los fines de semana	No existe convenios	Poseen instrumentos de calidad
	JR. Amazonas N° 176 Tercer piso, Oficina 302	S/ 1,900.00	15	2	35	Propia	384	4 meses	Todos los sábados en las tardes	UNCP, Universidad nacional San Luis Gonzaga de Ica y el Colegios de Ingenieros	Poseer varios convenios y tener triple certificación
	Jr. Pablo Neruda N° 132 El Tambo, Huancayo	S/ 340.00	12	5	60	No posee infraestructura propia	60	2 meses	Todos los sábados de 3 - 7pm	Colegio de Ingenieros de Junín	Realizan gran cantidad de cursos referidos a seguridad
	Calle Real 122 Huancayo	S/ 120.00	12	2	24	Propia	40	2 meses	Todos los sábados en la tarde	No existe convenios	Proporcionan todos los materiales de aprendizaje sin restricción

	Jirón Torre Torre 350 - Cerrito de la Libertad	S/ 120.00	12	4	48	Propia	240	3 meses	Todos los sábados en las tardes, cada 15 días	Colegio de Ingenieros de Junín	Modalidades: Virtual - Semi presencial - Presencial
	Cal.Mrcal Agustin Gamarra 3390 San Martín de Porres - Lima	S/ 900.00	34	2	68	No posee infraestructura propia	120	4 meses	Todos los sábados en las tardes, cada 15 días	Colegio de Ingenieros de Junín	Ponentes especializados en el rubro

Fuente: Propia

Después de realizar un análisis específico de la competencia se puede concluir que el Instituto Prime y el Instituto Overall son las empresas más atractivas para los estudiantes debido a su infraestructura, y a los beneficios que ofrecen como manipulación de extintores y prácticas de campo, ingreso al laboratorio y a los convenios con instituciones importantes como la Universidad Nacional del Centro del Perú y la Universidad Nacional de Ingeniería, como se muestra en la Tabla 12. Sin embargo, son las empresas que más inversión requieren lo cual es una limitación para algunos clientes potenciales, a pesar que las horas lectivas que ofrecen son altas. Por ello, considero que ambos institutos son la competencia directa de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial, la empresa de la que se realiza este estudio de investigación.

Asimismo, se realizó un cuadro donde se puede exponer un resumen de los aciertos y deficiencias que las empresas que ofrecen cursos de seguridad Industrial realiza, como se muestra en la Tabla 13.

Las similitudes que presentan las empresas son positivas y negativas, sirven para generar ideas de mejora y espacios vacíos donde la empresa puede penetrar y brindar aspectos de servicios que el mercado no está siendo satisfecho en ciertos aspectos, como se muestra en la Tabla 13, la mayor deficiencia encontrada es que no existe una empresa que posea una marca consolidada ni reconocimiento fuera de la segmentación de mercado a la que se dedica, así como un manejo adecuado de un planeamiento estratégico para mejorar ventas.

Tabla 13 Similitudes en deficiencias y logros en la competencia

Evaluación de la competencia	
Deficiencias identificadas	Logros identificados
No poseen un reconocimiento de marca	Poseer convenios con Instituciones importantes
No poseen un local propio ni constante	Existe publicidad engañosa sobre los beneficios que se ofrecen
No existe mucha exigencia en el aprendizaje de los estudiantes	Apertura de varias modalidades de estudios
No existe una entidad que verifique los sílabos ni la calidad de enseñanza	Apertura de cursos nuevos e innovadores en el área de seguridad industrial
Existe venta de certificados sin que el cliente estudie	Docentes con mucho conocimiento de los temas de interés
No existe un plan de marketing adecuado que logre llegar a toda la segmentación de mercado.	

Fuente: Propia

1.1.3. SEGMENTACIÓN DE MERCADO:

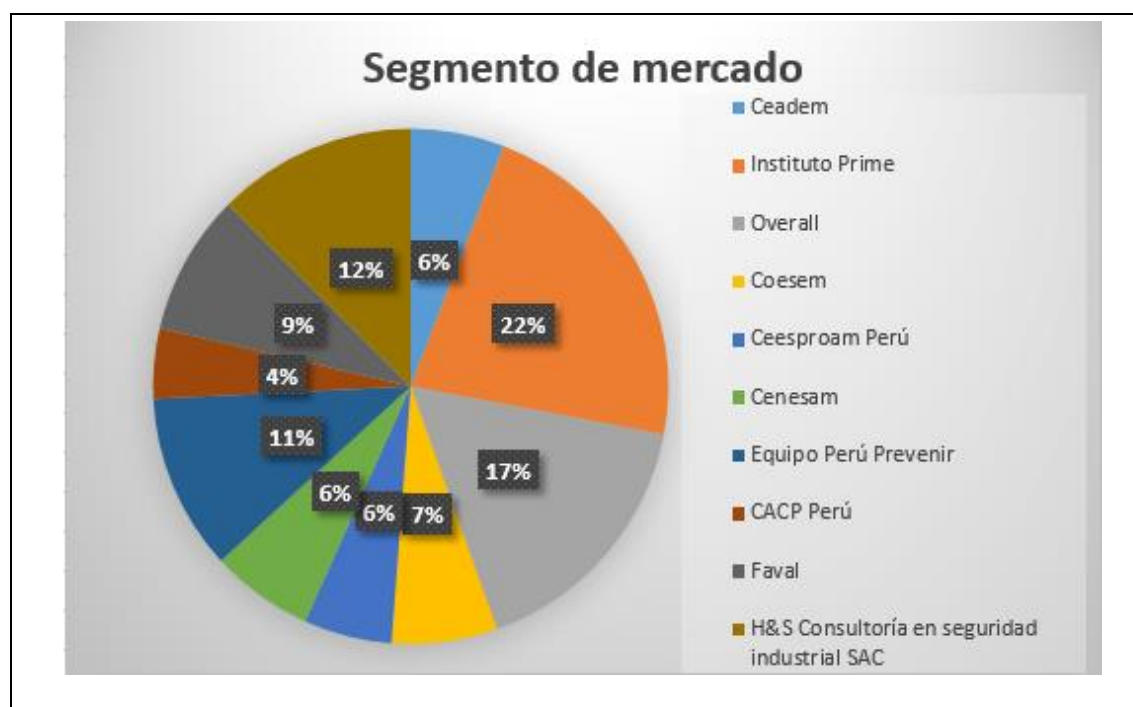
Asimismo, se ha realizado un estudio para saber la segmentación de mercado, como se muestra en la Tabla 14 y la Figura 106, donde se realizó una entrevista con cada empresa que realiza el mismo tipo de servicio para saber la cantidad de estudiantes que se tiene por año en cada uno de ellas, en los cursos de especialización en seguridad Industrial.

Tabla 14 Segmentación de mercado

Empresas	Estudiantes	Segmento de mercado
Ceadem	32	6%
Instituto Prime	120	22%
Overall	90	17%
Coesem	36	7%
Ceesproam Perú	30	6%
Cenesam	35	6%
Equipo Perú Prevenir	60	11%
CACP Perú	24	4%
Faval	48	9%
H&S Consultoría en seguridad industrial SAC	68	13%
TOTAL	543	100%

Fuente: Propia

Figura 106 Segmentación de mercado de las empresas que ofrecen cursos y diplomados en seguridad industrial



Fuente: Propia

En conclusión, el Instituto Overall tiene el mayor segmento de mercado con un 18%, mientras en segundo lugar lo tiene el Instituto Prime con un 17%, mientras el Equipo Perú Prevenir tiene un 15%, y en cuarto lugar está la empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial con un 14%. De esta manera, se observa que no hay mucha

diferencia entre los primeros lugares, lo cual significa que podría variar el primer lugar si se implementan estrategias específicas.

Asimismo, se hizo un conteo de los tipos de estudiantes que son parte de la segmentación de mercado, como se muestra en la Tabla 15 y la Figura 107, donde la mayor cantidad de clientes son estudiantes con un porcentaje de 46.8%, mientras el segundo puesto es de Ingenieros titulados (Ing. De Minas, Ing. Industrial, Ing. Ambiental) con un 28.1%. Lo cual significa que la mayor cantidad de clientes son profesionales y estudiantes universitarios, hacia donde se deben de dirigir las estrategias y objetivos para poder incrementar las ventas.

Tabla 15 Segmentación de los tipos de clientes

Tipo de clientes	Número de estudiantes	Porcentaje
Estudiantes Universitarios	215	46.8%
Ingenieros titulados	129	28.1%
Técnicos	78	17.0%
Público en General	37	8.1%
Total	459	100%

Fuente: Propia

Figura 107 Segmentación de los tipos de clientes



Fuente: Propia

Estrategias Genéricas Competitivas (Ventaja competitiva):

“Las estrategias pueden clasificarse en tres grupos: Genéricas competitivas, externas alternativas y específicas, e internas específicas” (31). Por otro lado, como primer paso para elegir las competencias, se debe evaluar y elegir la estrategia genérica para guiar las actividades de la empresa (31). Sin embargo, para poder analizar las estrategias que aplican las empresas de la competencia, se debe de analizar las organizaciones a través de las estrategias competitivas que se dividen en liderazgo en costos, diferenciación y enfoque. Por ello, se clasificará a las empresas por tipo de estrategias competitivas.

Liderazgo en Costos:

“Esta estrategia requiere tener un seguimiento constante y severo al control y reducción de costos en especial en costos indirectos, gastos en I&D, ventas, publicidad, servicios y otros” (31). La tabla 16 muestra a las empresas analizadas que poseen liderazgo en costos y los precios que ofrecen, dado que el promedio de los cursos que las empresas ofrecen cuesta S/. 956.25, siendo los precios que se muestran muy debajo del promedio.

Tabla 16 Empresas de la competencia de liderazgo en costos

Liderazgo en Costos		
Empresas	Precio	Conclusión
CACP	S/120.00	Es la empresa que cobra el más bajo costo de todas las empresas, con un total de 30 horas lectivas. Siendo una empresa atractiva para aquellos clientes que desean pagar un costo muy bajo al promedio.
Ceadem	S/250.00	La empresa Ceadem es una de las empresas que ofrece el curso de especialización en Seguridad Industrial con más bajo costo, a pesar que cuesta el doble del curso de seguridad de la empresa CACP, solo brindan 20 horas lectivas, 10 horas menos. Sin embargo esto es una buena estrategia debido a que hay clientes que solo pueden invertir este precio.
Coesem	S/250.00	A la par de Coesem esta empresa ofrece un costo muy bajo, lo cual lo hace atractivo para el público en general y para toda la segmentación de mercado. Sin embargo, esta empresa ofrece 150 créditos, en total 130 créditos más que la empresa Ceadem por el mismo precio.
Faval	S/850.00	Debido a que esta ofrece 240 horas lectivas, el precio que cobra es una buena oferta, pues algunas empresas poseen mayor precio con menos cantidad de horas lectivas, lo cual hace que tenga un liderazgo en costos. Sin embargo, sería mejor poder evaluar los pro y contras.

Fuente: Propia

Diferenciación:

“Requiere crear productos que deben tener una imagen única en la industria, que requiere diseño e imagen de la marca que deben ser únicos, brindar un servicio exclusivo al cliente, presentaciones particulares, especiales en productos y procesos, asimismo contar con una red de contactos” (31). La tabla 17 muestra las empresas que poseen estrategias de diferenciación como convenios con instituciones, clases virtuales internacionales y precios.

Tabla 17 Empresas de la competencia que poseen estrategias de diferenciación

Empresas	Diferenciación	
	Diferenciación	Conclusión
Equipo Perú Prevenir	Convenio con Colegio de Ingenieros del Perú, sede departamental Junín	El equipo Perú Prevenir ofrece el servicio casi exclusivo de certificación probada por el colegio de ingenieros, donde el precio es de 340 soles con un total de 60 horas lectivas, lo cual lo hace en cierta forma diferente al común de empresas que ofrecen este servicio porque el curso es de bajo costo y ofrece una certificación importante.
Cenesam	Convenio Universidad Nacional del Centro del Perú, Universidad nacional San Luis Gonzaga de Ica y el Colegios de Ingenieros, Sede Departamental Junín	Esta empresa ofrece el servicio exclusivo de triple certificación por las instituciones que se mencionan, con un total de 384 horas lectivas y una inversión de 1900 soles, lo cual justifica lo que ofrecen en la certificación final.
Overall	Convenio con la Universidad Nacional de Ingeniería y Universidad del Centro del Perú. Clases a otro países de Latinoamérica y un premio de emprendimiento "Junín emprendedor, cámara de comercio de Huancayo 2013, reconocimientos y acreditaciones nacionales e internacionales"	La empresa Overall presenta una imagen única por poseer convenios con instituciones de renombre, por brindar clases al extranjero. Asimismo, es la única empresa de la industria que posee un premio de emprendimiento. Lo cual, genera una gran diferenciación sobre las demás empresas.

Fuente: Propia

Enfoque:

Se enfoca en la concentración en un grupo particular de clientes, un mercado geográfico específico o una línea de productos, y debe desarrollarse en un mercado particular (31). La Tabla 18 muestra a las empresas que poseen estrategias de enfoque como: ponentes especializados, segmentación de mercado marcada. De esta manera, la ventaja competitiva es que la empresa ofrece el conjunto de certificación a nombre del colegio de ingenieros, sede Departamental Junín y los especialistas que dictan las clases, todos ejercen actualmente en el campo de minería o en sus respectivas especialidades.

Tabla 18 Empresas de la competencia que poseen estrategias de enfoque

Enfoque		
Empresas	Enfoque	Conclusión
H&S CONSULTORÍA EN SEGURIDAD INDUSTRIAL SAC	Clientes que buscan un paquete completo con certificación respaldada por el colegio de ingenieros, ponentes con alto conocimiento y actualizaciones según la normativa de minería y seguridad ocupacional.	La empresa que es el punto de análisis de esta investigación, se enfoca en brindar una certificación de calidad respaldado por el Colegio de Ingenieros con 240 horas lectivas y proporciona ponentes que son especialistas en las diversas áreas de la Seguridad Industrial y que estén ejerciendo en minería, lo cual le da un enfoque amplio a los cursos. Donde el cliente adquiere un paquete diverso en cuanto a beneficios que la empresa ofrece.
Instituto Prime	Los clientes son los estudiantes o profesionales que estén dentro de la facultad de ingeniería, asimismo de la segmentación de mercado A y B.	El curso que ofrece la empresa "Ingeniero de Seguridad" se enfoca a un grupo específico de clientes que son estudiantes que solo cumplan el requisito de ser estudiante o egresados de la facultad de ingeniería, lo cual lo hace exclusivo pues solo se enfoca a estudiantes que tengan pregrado en ingeniería, permitiendo así el avance de las clases y enseñanza de cosas específicas en donde los ingenieros ya poseen una base previa. Asimismo, se dirige en clientes que poseen un nivel adquisitivo alto porque el curso completo cuesta 1590 soles.

Fuente: Propia

Por otro lado, como se muestra en la Tabla 19, la empresa Ceesproam muestra que no posee ningún tipo de estrategias lo cual muestra la nula planificación de esta empresa.

Tabla 19 Empresa de la competencia con ninguna estrategia

Ninguna		
Empresas	Precio y horas lectivas	Conclusión
Ceesproam	Precio: 400 soles Horas lectivas:80 h	La empresa Ceesproam ofrece un total de 80 horas lectivas por un precio un poco más bajo del promedio. Pero no indica si tiene un convenio, lo cual no justificaría el precio que piden. Asimismo, no ofrece ningún valor agregado ni algo que el mercado ya ofrezca incluso a menor precio.

Fuente: Propia

Lo cual impide su crecimiento y desarrollo. Debido a que una de las 4 claves para alcanzar el éxito empresarial es la atención, que consiste en elaborar estrategias para satisfacer las necesidades de los clientes para lograr mejores ventas y el desarrollo de la empresa (32).

Por ello, es vital que una empresa realice un plan estratégico, que básicamente es un instrumento que muestra cómo la empresa debe de desarrollar sus objetivos y de qué manera alcanzar su visión en el plazo establecido y plantear estrategias; de esta manera, es una guía para lograr objetivos en el futuro, aunque éste es imprevisible, un plan estratégico te ayuda a reducir incertidumbre, afrontar cambios y generar estrategias de cambios que agregan valor al servicio o producto (33).

La importancia de un plan estratégico es vital debido a que ayuda a la alta gerencia a compartir la dirección que se plantea dar a la empresa y así se transmita a toda la organización para que se logre los objetivos en conjunto y se logre implementar las estrategias para alcanzar éstos objetivos (34); asimismo, ayuda a los demás departamentos a redirigir sus funciones hacia el objetivo como contratar el personal que se requiere acorde al plan estratégico, adquirir activos, etc. De esta manera, el presente trabajo de investigación desarrollará un diseño de plan estratégico de la empresa H&S consultoría en Seguridad Industrial para el periodo 2019 -2030.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:

1.2.1. PROBLEMA GENERAL

¿Cómo formular un diseño de un plan estratégico de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial para el periodo 2019-2030?

1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

- ¿Cómo formular el entendimiento inicial de la empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial para el periodo 2019-2030?
- ¿Cómo formular la evaluación externa e interna de la empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial para el periodo 2019-2030?
- ¿Cómo formular los objetivos a largo plazo, la decisión y elección de estrategias de la empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial para el periodo 2019-2030?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Formular un diseño de un plan estratégico de la empresa H&S Seguridad Industrial para el periodo 2019-2030.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diseño del entendimiento inicial de la empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial para el periodo 2019-2030.
- Realizar un diseño de la evaluación externa e interna de la empresa H&S Seguridad Industrial para el periodo 2019-2030.
- Realizar un diseño de los objetivos a largo plazo, la decisión y elección de estrategias de la empresa H&S Seguridad Industrial para el periodo 2019-2030.

1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

1.4.1. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA:

Esta investigación se realiza con el propósito de aportar a la empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial, el conocimiento adquirido en la formación académica universitaria y experiencias obtenidas; cuyos resultados se podrán aplicarse a la empresa por medio de la gerencia.

1.4.2. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA:

Esta investigación sirve para poder contrastar las teorías que preceden a este estudio y lograr la información adecuada para el beneficio de la empresa.

1.4.3. JUSTIFICACIÓN METÓDICA:

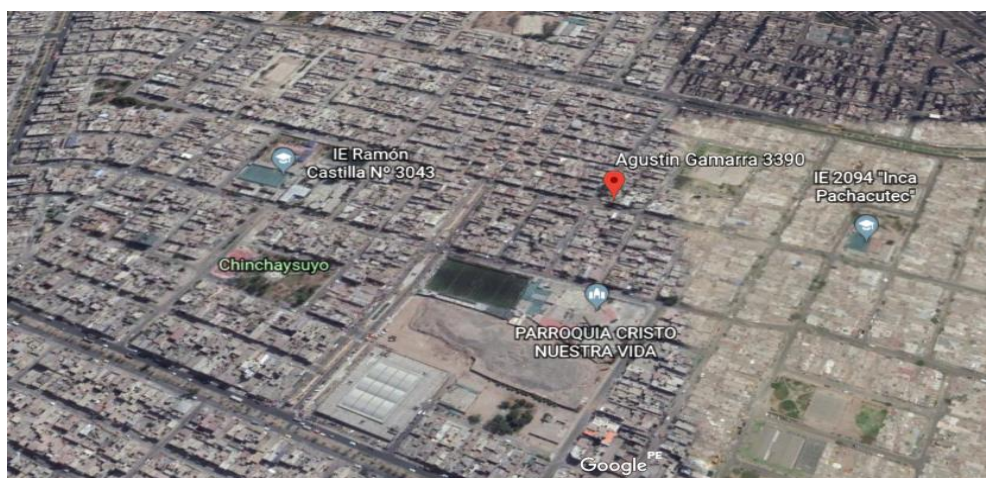
Esta investigación se basará en la metodología investigada por el docente Fernando D'Alessio Ipinza, donde se explica y visualiza la organización de un plan estratégico (35). Asimismo, ésta metodología más general se llama "Modelos de planificación política" donde se prioriza el uso de FODA y el planeamiento conceptual (36).

1.5. DELIMITACIÓN:

1.5.1. DELIMITACIÓN ESPACIAL O GEOGRÁFICA:

El estudio se realizará en la empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial SAC, ubicada en la Cal. Mrcal Agustín Gamarra N°3390 – Co. Ama Kella 1ra etapa San Martín de Porres – Lima, como se muestra en la Figura 108.

Figura 108 Plano de ubicación y delimitación geográfica del estudio



Fuente: Google Earth (37)

1.5.2. DELIMITACIÓN TEMPORAL:

El estudio se da en todas las áreas de la empresa de noviembre del 2018 a setiembre del 2019.

1.6. HIPÓTESIS (INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA) Y DESCRIPCIÓN DE VARIABLES:

1.6.1. HIPÓTESIS GENERAL:

H1: Se logrará formular el diseño del planeamiento estratégico en la empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial para el periodo 2019-2030.

Ho: No se logrará formular el diseño del planeamiento estratégico en la empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial para el periodo 2019-2030.

Ha: Sí se logrará formular el diseño del planeamiento estratégico en la empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial para el periodo 2019-2030.

1.6.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:

- Se logrará formular el diseño del entendimiento inicial de la empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial para el periodo 2019-2030.
- Se logrará formular el diseño de la evaluación externa e interna de la empresa H&S Seguridad Industrial para el periodo 2019-2030.
- Se logrará formular el diseño de los objetivos a largo plazo, la decisión y elección de estrategias de la empresa H&S Seguridad Industrial para el periodo 2019-2030.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.

2.1.1. ARTÍCULOS CIENTÍFICOS:

- En el artículo científico titulado “Metodología para elaborar un plan estratégico y rediseño organizacional de una unidad de producción agropecuaria” (38), cuyo objetivo es diseñar un plan estratégico general para lograr una reconversión y proporcionar un marco de referencia que permita el rediseño de la organización (38). Presenta como resultado que la planeación estratégica y el rediseño organizacional que son herramientas para el desarrollo de una empresa. El estudio aporta información cómo una organización debe de planificar las estrategias para asegurar una futura existencia y continuidad de ésta (38).
- En el artículo científico titulado “Los estudios de posgrado y la investigación”, cuyo objetivo es mostrar la importancia y las implicancias de los estudios posgrados o cursos de complementación. Presenta como resultado que el estudio post universitario o de complementación genera la necesidad de investigación y conocimientos más avanzados y recientes. El estudio aporta información de que es importante realizar estos estudios debido a la alta competitividad del mundo laboral actual (39).
- En el artículo científico titulado “Plan de Marketing para incrementar el número de estudiantes en un centro educativo” (40), cuyo objetivo fue identificar estrategias para incrementar las ventas en cupos de estudiantes de un centro educativo, a través de un plan de marketing. Presenta como resultado que es indispensable reestructurar las estrategias si se desea incrementar las ventas y generar competitividad en la empresa, además de generar un mayor

reconocimiento de la marca en el público objetivo. El estudio aporta información sobre cómo realizar un plan de marketing y cómo enfocarlo de acuerdo a las necesidades que presenta el centro educativo, generando una estrategia de mejora para ésta (40).

2.1.2. TESIS:

- En la tesis titulada “Plan estratégico 2017 – 2020 para el instituto Confucio PUCP”(41), realizado en la Escuela de posgrado de la Pontificia Universidad Católica del Perú. El estudio aporta una metodología de la reformulación de Misión y Visión, diagnóstico interno con información cuantitativa y cualitativa, se planteó objetivos y estrategias para lograrlos. Asimismo, se presenta que es indispensable realizar una planeación si se desea crecer la segmentación de mercado, debido a que esto ayuda a revertir los cambios que puede presentar el mercado y poder generar reconocimiento de la marca (41).
- En la tesis titulada “Planeamiento Estratégico de Perú” (42), realizado en la Escuela de Posgrado de la Pontificia Universidad Católica del Perú. El estudio aporta la metodología y la secuencia para realizar un correcto plan estratégico. Además, posee datos sobre la realidad peruana y posibles enfoques a mejorar, lo cual genera un mayor grado de utilidad para el análisis del entorno del trabajo de investigación (42).
- En la tesis titulada “Plan estratégico y arquitectura empresarial de trans Solutions Systems S.A.” (43), realizada en la Escuela de pregrado de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. El estudio aporta un análisis estratégico del negocio de servicios y de las tecnologías de información de la empresa, además de replantear la estructura empresarial de la empresa y finalmente una propuesta de implementación de servicios. Además la metodología usada evidencia que es necesario realizar un análisis exhaustivo de los antecedentes para poder encontrar las causas del problemas actual y de esta manera corregir los errores que se cometen en la empresa para poder lograr implementar las estrategias propuestas (44).
- En la tesis titulada “Planificación Estratégica de marketing para mejorar las ventas en comercial Zamora” (45) , realizada en la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato – Ecuador. El estudio aporta la secuencia que se debe de seguir para lograr un buen plan estratégico como: estructuración interna de la empresa, definir las estrategias de marketing

para la solución del problema de bajas ventas que presenta la empresa, definición del tipo de investigación para escoger el tipo de instrumento que se va a aplicar, focalizar las estrategias que realmente van con lo encontrado en la recolección de información. Asimismo, del estudio se extrae que es sumamente importante una promoción adecuada, se debe tomar en cuenta al cliente y su percepción en el producto, se debe de crear nuevas opciones de productos (45).

- En la tesis titulada “Planeamiento estratégico y su relación con la gestión de la calidad de la Institución Educativa Kumamoto, Lima – 2011” (46), realizada en la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. El estudio aporta de cómo la metodología y desarrollo de un plan estratégico se correlaciona con la variable calidad. Asimismo, este trabajo de investigación aporta un plan estratégico orientado al sector educación y cómo se puede evaluar una institución educativa de la misma forma que una empresa (46).
- En la tesis titulada “Propuesta de un Plan Estratégico para la empresa Leather Store Colombia LTDA.” (47), realizada en la Escuela de Pregrado de la Universidad de la Salle – Colombia. El estudio aporta la metodología de una propuesta de un plan estratégico para una empresa dedicada al rubro de los cueros, es decir un plan direccionado al ámbito de producción. Asimismo, el estudio aporta información para realizar un análisis del entorno y cómo éste repercute en la empresa (47).

Artículos de divulgación:

En el artículo de divulgación titulado “Comportamiento funcional y seguridad industrial en el sector de la construcción en el estado de Zulia, Venezuela” (48), sobre seguridad industrial. El estudio aporta información acerca de las bases teóricas sobre la importancia de la seguridad industrial y sus elementos como el control de riesgos, control estadístico condiciones inseguras, y el factor personal. La conclusión más importante es la importancia de la seguridad industrial en las empresas y cuán importante es tener profesionales de la materia en una organización (48).

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. PLAN ESTRATÉGICO:

El plan estratégico es una serie de pasos que se realiza desde el ámbito interno que plantea una visión, misión, usando un pensamiento estratégico (49). Además, es un proceso donde se definen estrategias para poder alcanzarlas mediante matrices y procesos que se sigue como afirma la metodología que sigue D´Alessio o proceso secuencial; es decir, se convierte en una guía básica para realizar una planificación en una organización mediante estrategias (49). Entre sus características están: interactivo, contingente, incremental y único.

2.2.2. OBJETIVO DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA:

- Los objetivos de la planificación estratégica aportan valor a través de lo siguiente (50):
- Lograr un cambio en la empresa, para generar estrategias innovadoras.
- Reducir el tiempo y encaminar la toma de decisiones.
- Generar una sola decisión estratégica, en cuanto a decisiones que se deben de tomar.
- Reducir el desperdicio y mejorar la productividad con las estrategias.

2.2.3. ETAPAS:

Las etapas de planeamiento estratégico son las siguientes:

a. Situación General de la empresa y conclusiones:

Situación actual:

La situación de la empresa prepara un marco conceptual para lograr ubicar a la empresa y al lector dentro del plan estratégico (42). Se presentarán las condiciones de la empresa en la ciudad de Huancayo y Perú en términos de ubicación geográfica, organización interna, público objetivo para poder identificar las razones principales y el objetivo del desarrollo de éste planteamiento.

b. Visión, Misión, Valores y Código de Ética:

Visión

Referida a lo que la empresa desea en su futuro e implica un enfoque a largo plazo evaluando la situación y contexto actual y futura de la empresa e industria. Debe poseer como características: un carácter firme y duradero debido a que se convierte en el protocolo de inspiración de la organización, debe ser clara y comprensible, con alcance geográfico, con un horizonte específico, una dirección para la organización, conocida por todos, etc. (31).

Un ejemplo de visión del Sistema Educativo Universitario Posgrado Privado es el siguiente (51) :

“Para el 2024 el Sistema Educativo Universitario Posgrado Privado se posicionará entre los cinco primeros puestos de la región latinoamericana, en alianza con el sector privado, siendo reconocido por contar con docentes de alto nivel académico, operando en una óptima infraestructura, y con profesionales comprometidos con la investigación, capaces de contribuir en los diferentes sectores productivos de nuestro país” (51).

Misión:

Refiere a que es el impulso de una organización hacia la situación deseada en el futuro y es un canalizador para que se alcance el cambio. Asimismo, establece el límite entre lo que se debe y no se debe hacer; debe poseer las siguientes características: definir a la organización, diferenciar a la empresa de las demás, tener amplitud, proveer criterios para lograr las estrategias, motivadora, dinámica y transmitir responsabilidad social de parte de la organización, etc (31).

Un ejemplo de misión del Sistema Educativo Universitario Posgrado Privado es el siguiente (51):

“El Sistema Educativo Universitario Posgrado Privado forma profesionales altamente capacitados, desarrolla el liderazgo y las capacidades que permitan ser competitivos a nivel nacional e internacional, bajo el desarrollo de una gestión administrativa moderna, con el uso de las nuevas tecnologías y docentes altamente capacitados, que fomentan la investigación, la responsabilidad social, y el respeto por el medio ambiente” (51).

Valores:

Se consideran como las directrices que norman y direccionan el desempeño de sus colaboradores y es una guía en la toma de decisiones. Asimismo, establecen los parámetros al representar las creencias de la organización y define su cultura organizacional, y definir los objetivos y propósitos (31).

Un ejemplo de misión del Sistema Educativo Universitario Posgrado Privado es el siguiente (51):

La ética: una educación promotora de valores de honestidad, justicia, veracidad, libertad y respeto a las normas de convivencia.

La inclusividad: incorporar a personas con habilidades diferentes (discapacidad, talento, superdotación), grupos sociales vulnerables, sin discriminación.

La responsabilidad: en todos los compromisos asumidos, en el ámbito personal, familiar, académico y familiar.

El respeto: a la persona, como fin supremo de la sociedad, a las autoridades, a las normas de convivencia y conservación del medio ambiente.

El compromiso: con el desarrollo personal, de su comunidad y país.

La investigación: incrementar y fomentar la generación de conocimiento, soluciones a problemas de carácter científico, creación de valor (51).

De esta manera, se muestran los valores que rigen el comportamiento y pensamiento general de la organización.

Código de Ética:

Posee la responsabilidad de fomentar un ambiente con la correcta toma de decisiones e integrar conceptos éticos a las acciones diarias realizadas en la organización; asimismo, reafirma los valores y principios en la organización (31).

Un ejemplo de código de ética del Sistema Educativo Universitario Posgrado Privado es el siguiente (51):

- Mantener relaciones honestas, transparentes y claras con todas las organizaciones educativas sin discriminación alguna.
- Establecer reglamentos claros y precisos que permitan saber a todos los involucrados en el sistema, las consecuencias del desacato de las mismas o de las decisiones a tomar en adelante.
- Tener un compromiso social para difundir este concepto en todos los integrantes del Sistema Educativo Universitario Posgrado Privado.
- Se denunciará y rechazará toda acción inapropiada que esté en contra de la excelencia y calidad que se desea tener.
- Innovar en el concepto de educación y busca marcar la diferencia en la experiencia educativa del sector (51).

c. Análisis del entorno externo:

Toda empresa debe analizar su entorno, evaluar sus recursos y capacidades; permite identificar aspectos que son relevantes para la empresa como: demográficos, económicos, políticos, legales, socioculturales, tecnológicos y globales (52).

Análisis PESTEC:

Evalúa con un enfoque integral, realizando un análisis sobre la situación política, socioeconómica, sociales, tecnológicas, ecológicas y competitivas (31).

Situación Política, gubernamental y legal:

Son las fuerzas que determinan cómo debe operar la organización, asociada a procesos de poder que se desarrollan alrededor de la organización(31). Por otro lado, mediante las variables se puede conocer características políticas sobre el público objetivo como: estabilidad política, sistemas de los partidos, normas contables, leyes específicas, el partido político predominante, ventajas o desventajas sobre la preferencia política de la empresa, etc (52).

Tabla 20 Variables Políticas, Gubernamentales, y Legales

VARIABLES POLÍTICAS, GUBERNAMENTALES, Y LEGALES	
Principales	Secundarias
<ul style="list-style-type: none">• Estabilidad política• Política monetaria• Política fiscal• Regulaciones gubernamentales• Legislación laboral• Legislación arancelaria• Legislación medioambiental• Seguridad jurídica• Corrupción• Contrabando• Informalidad• Relaciones con organismos públicos	<ul style="list-style-type: none">• Partidos políticos en el poder• Sistema de gobierno• Política de subsidios• Defensa de la libre competencia• Amenazas de expropiación• Presupuestos gubernamentales• Defensa de la propiedad intelectual• Seguridad y orden interno• Situación política mundial• Relaciones con gobiernos• Leyes internacionales y derechos humanos• Relaciones con organismos internacionales

Fuente : (31)

Como se observa la Tabla 20. Las variables políticas, gubernamentales, y legales muestran los elementos que sirven como principal guía para realizar el análisis a nivel político.

Situación económica:

“Posee incidencia directa en el poder adquisitivo de los clientes de la empresa” (31). Este aspecto se refiere a la información acerca la naturaleza y dirección de economía de una empresa en el país donde se encuentra. Asimismo, se refiere a variables como: situación actual, tipos de organizaciones económicas, funcionamiento del sistema bancario, inversión, inflación, tipo de cambio, crecimiento de la economía y de predicciones de economía (52).

Tabla 21 Variables económicas y financieras

VARIABLES ECONÓMICAS Y FINANCIERAS	
Principales	Secundarias
<ul style="list-style-type: none"> • Evolución del pbi nacional y pbi per cápita • Evolución del poder adquisitivo del consumidor • Tasas de interés • Tasas de inflación y devaluación • Costo de capital y de deuda • Costo de mano de obra • Costo de materias primas • Nivel de informalidad de la economía • Nivel de aranceles • Riesgo país • Acuerdos de integración y cooperación económica (TLC) 	<ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento de la demanda de bienes y servicios • Fluctuación de precios • Sistema económico • Acceso al crédito del sistema financiero • Volumen de inversión extranjera • Prácticas monopólicas • Déficit fiscal • Actividad de los mercados bursátiles • Situación de la economía mundial • Situación de la balanza comercial • Relación con organismos internacionales (BM, FMI, BID)

Fuente : (31)

Como se observa la Tabla 21. las variables económicas y financieras muestran los elementos que sirven como principal guía para realizar el análisis a nivel económico que se logre visualizar dentro de la organización.

Situaciones sociales, culturales y demográficas:

Este aspecto se refiere a las características de la población como: tamaño, edad, estructura, distribución geográfica, combinaciones y otros elementos. Ésta información puede obtenerse de INEI, entre otros portales estadísticos, etc. Mediante estas variables se puede llegar a conocer la edad, género, honorarios y ciudad de origen, tamaño del público objetivo y el tipo de distribución (52). Asimismo, las variables que se utilizan son: antecedentes históricos, ideologías, normas implícitas, relaciones interpersonales, comportamiento del consumidor, etc (52).

Tabla 22 Variables sociales, culturales, y demográficas

VARIABLES SOCIALES, CULTURALES, Y DEMOGRÁFICAS	
Principales	Secundarias
<ul style="list-style-type: none"> • Tasa de crecimiento poblacional • Tasa de desempleo y subempleo • Incidencia de la pobreza y pobreza extrema • Distribución del ingreso en la población • Tasa de analfabetismo • Nivel promedio de educación • Cultura e idiosincrasia • Estilos de vida de la población 	<ul style="list-style-type: none"> • Esperanza de vida • Tasa de mortalidad • Tasas de inmigración y emigración • Roles sociales según edad y género • Valores y ética • Responsabilidad social • Uso del tiempo libre • Conflictos religiosos y étnicos • Calidad de vida de la población • Actitud hacia la globalización

Fuente : (31)

Como se observa la Tabla 22. las variables sociales, culturales, y demográficas muestran los elementos que sirven como principal guía para realizar el análisis a nivel social que se logre visualizar dentro de la organización.

Situaciones tecnológicas y científicas:

Caracterizada por la innovación científica constante y permanente lo cual genera la necesidad de adaptación de parte de la empresa (31). Las variables a utilizar son: tecnologías al alcance de la empresa, tecnología que ayuda a reducir costos, avances tecnológicos que se están desarrollando en torno a la industria en dónde se participa (52).

Tabla 23 Variables tecnológicas y científicas

VARIABLES TECNOLÓGICAS Y CIENTÍFICAS	
Principales	Secundarias
<ul style="list-style-type: none"> • Estado del arte • Velocidad de transferencia de tecnología • Inversión en I+D • Desarrollo de las comunicaciones • Uso de tecnologías de información • Evolución del número de patentes • Uso de Internet 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios en biotecnología • Avances en la ciencia de los materiales • Desarrollo e integración de soluciones informáticas • Mejoras e innovaciones tecnológicas • Aplicaciones multimedia • Automatismos

Fuente : (31)

Como se observa la Tabla 23. las variables tecnológicas y científicas muestran los elementos que sirven como principal guía para realizar el análisis a nivel tecnológico que se logre visualizar dentro de la organización.

Situación Ecológica y Ambiental:

Se refiere a la concientización del medio ambiente y cómo se relaciona con la empresa de cualquier rubro (31).

Tabla 24 Variables ecológicas y ambientales

VARIABLES ECOLÓGICAS Y AMBIENTALES	
Principales	Secundarias
<ul style="list-style-type: none">• Protección del medio ambiente• Preservación de recursos naturales no renovables• Amenaza de desastres naturales• Cultura de reciclaje• Manejo de desperdicios y desechos• Conservación de energía	<ul style="list-style-type: none">• Presencia de movimientos ambientalistas (Greenpeace)• Contaminación del aire, del agua y de las tierras• Protección de la biodiversidad en flora y fauna• Deterioro de la capa de ozono

Fuente : (31)

Como se observa la Tabla 24. las variables ecológicas y ambientales muestran los elementos que sirven como principal guía para realizar el análisis a nivel ecológico para que se logre visualizar dentro de la organización.

Situaciones competitivas (fuerzas de Porter):

“Está compuesta por las fuerzas de Porter, que analiza el poder de negociación de los proveedores, compradores, rivalidad con competidores, amenaza de sustitutos y nuevos entrantes” (31).

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (MEFE)

Permite evaluar y analizar información política (P), económica (E), social (S), tecnológica (T) y ambiental (A), dando como resultado el análisis PESTA que luego debe ser cuantificado, donde el procedimiento es el siguiente (31):

- Hacer una lista de factores críticos y que determinan el éxito en el proceso de evaluación externa, debe haber una lista entre 10 y 20 factores (oportunidades y amenazas) (31).
- Se debe asignar un peso relativo a cada factor crítico de 0.0 a 1.0 y la suma de todos éstos debe ser 1.0 (31).
- Para poder asignar una estrategia a un factor, se debe calificar de 1 a 4, considerando la siguiente escala: 4= superior, 3=encima del promedio, 2=promedio, 1=pobre (31).

- Multiplicar el peso de cada factor por su calificación, para saber el peso ponderado (31).
- Sumar pesos ponderados de cada variable para conocer el peso final ponderado de toda la empresa (31).

Tabla 25 Ejemplo de Matriz EFE de una empresa pesquera

MATRIZ EFE DE UNA EMPRESA PESQUERA			
FACTORES DETERMINANTES DE ÉXITO	PESO	VALOR	PONDERACIÓN
Oportunidades			
1. Mejor calidad de harina y mayor rendimiento de aceite colcando en los barcos sistema de frío RSW	0.13	1	0.13
2. Mayor rentabilidad con la producción de harina "al vacío"	0.16	4	0.66
3. Tener en la chata una línea adicional de descarga del pescado	0.13	3	0.39
	0.42		1.18
Amenazas			
1. Sobreproducción de soya en EE.UU., Brasil, Argentina y China	0.13	3	0.39
2. La fiebre de la vaca loca en Europa	0.12	2	0.23
3. Barreras de entrada en Europa, muchas veces muy subjetivas	0.12	2	0.23
4. Fenómeno del Niño	0.08	2	0.16
5. Cuota de pesca, sistema chileno	0.13	2	0.26
	0.58		1.27
Total	1.00		2.45

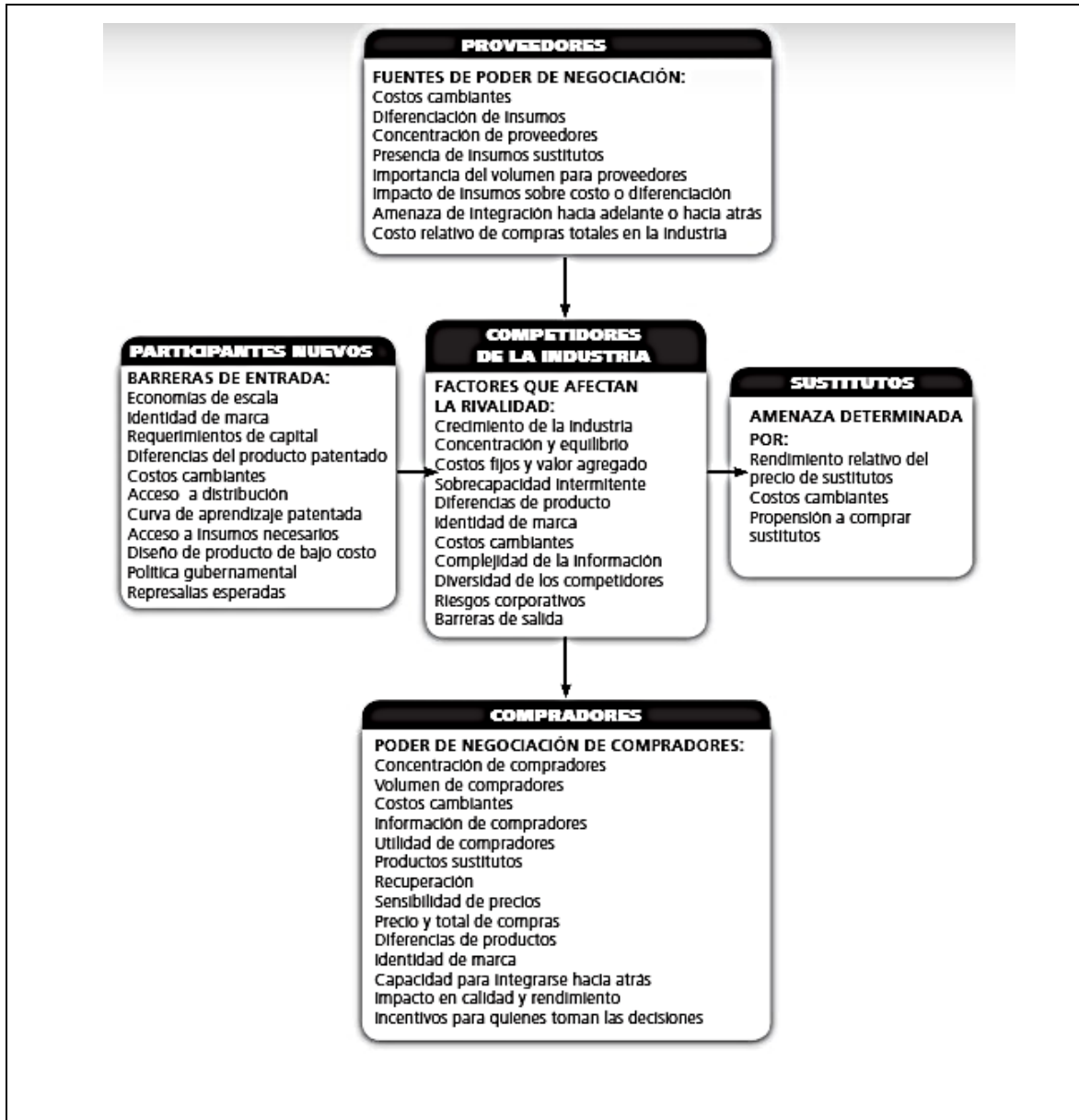
Fuente: (31)

En la Tabla 25, se muestra el formato y un ejemplo de formato de la matriz de evaluación de factores externos de una empresa pesquera, lo cual sirve como guía de referencia para poder realizar una matriz MEFE de la empresa que se encuentra en investigación.

MODELO DE LA ESTRUCTURA DEL SECTOR INDUSTRIAL

Usualmente conocido por las fuerzas de Porter que está vinculado al análisis competitivo y muestra lo atractivo que es la industria donde se desempeña la organización. Éste análisis evalúa la situación estratégica en una industria o mercado y está compuesta por cinco fuerzas.

Figura 109 Elementos de la estructura de la industria]



Fuente: (31)

En la Figura 109, se muestra el formato y un ejemplo del modelo de las fuerzas competitivas de Porter de una empresa pesquera, lo cual sirve como guía de

referencia para poder realizar una estructura similar de fuerzas de Porter de la empresa que se encuentra en investigación. Asimismo, se detallan aspectos relevantes a tomar en cuenta para el análisis de estas fuerzas competitivas y se analiza cada una, finalmente da como resultado: amenazas y poderes de negociación (31).

MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO MPC

Se incluye a los competidores y a los sustitutos, así como a los ingresantes, y poder conocerlos y analizarlos con sus fortalezas y debilidades (51). Asimismo, identificar principales competidores de la organización en relación a la posición estratégica de la empresa con su competencia, en el mismo sector de mercado; de esta manera inferir ciertas estrategias de acuerdo a su posicionamiento en el mercado (31).

En cuanto al procedimiento se realiza de la misma forma que la matriz MEF; sin embargo, la MPC incluyen fortalezas y debilidades, donde la ponderación es la siguiente: 4= fortaleza mayor, 3=fortaleza menor, 2=debilidad menor, y 1=debilidad mayor, los pesos deben sumar 1.0 y los factores deben ser de 6 a 12 (31).

Tabla 26 Matriz PC de una empresa de telefonía móvil

TABLA 5.21									
MATRIZ PC DE UNA EMPRESA DE TELEFONÍA MÓVIL									
FACTORES CLAVE DE ÉXITO	PESO	La Empresa		Competidor 1		Competidor 2		Competidor 3	
		VALOR	PONDERACIÓN	VALOR	PONDERACIÓN	VALOR	PONDERACIÓN	VALOR	PONDERACIÓN
1. Participación en el mercado	0.14	4	0.58	3	0.43	2	0.29	3	0.43
2. Publicidad	0.14	4	0.56	4	0.65	1	0.14	3	0.42
3. Clientes de valor	0.07	4	0.27	1	0.07	4	0.27	2	0.13
4. Competitividad de precios planes	0.18	3	0.55	3	0.56	3	0.55	4	0.73
5. Competitividad de precios equipos	0.04	3	0.13	3	0.13	1	0.04	4	0.18
6. Posición financiera	0.08	4	0.31	2	0.16	2	0.16	1	0.08
7. Calidad del producto	0.16	3	0.48	2	0.32	4	0.64	2	0.32
8. Lealtad del cliente	0.11	2	0.22	3	0.33	4	0.44	3	0.33
9. Cobertura	0.07	4	0.29	3	0.22	2	0.14	2	0.14
Total	1.00		3.39		2.77		2.68		2.77

Fuente: (31)

En la Tabla 26, se muestra el formato y un ejemplo de formato de la Matriz del Perfil Competitivo de una empresa pesquera, lo cual sirve como guía de referencia para poder realizar una estructura similar de perfil competitivo de la empresa que se encuentra en investigación.

MATRIZ DEL PERFIL REFERENCIAL (MPR)

Se considera a organizaciones que están en la misma industria, pero que no tienen competencia con éstas, para realizar su elaboración se debe tomar en cuenta (31):

- Usar los mismos factores de la MPC.
- Utilizar los mismos pesos asignados en la MPC.
- “Los valores asignados a la organización deben ser los mismos que en MPC, considerando el siguiente criterio de calificación: Fortaleza mayor, fortaleza menor, debilidad mayor y debilidad menor” (31) .

Tabla 27 Ejemplo de una Matriz de Perfil Referencial

Factores clave de éxito	Peso	Chorrillos, Perú		Boston, Estados Unidos		París, Francia		Santiago de Chile, Chile	
		Valor	Ponderación	Valor	Ponderación	Valor	Ponderación	Valor	Ponderación
1. Seguridad ciudadana	0.10	2	0.20	4	0.40	3	0.30	3	0.30
2. Educación pública	0.10	1	0.10	4	0.40	3	0.30	2	0.20
3. Salud pública	0.10	2	0.20	4	0.40	4	0.40	3	0.30
4. Luz, agua, y alcantarillado	0.10	2	0.20	4	0.40	4	0.40	4	0.40
5. Áreas verdes	0.08	2	0.16	3	0.24	4	0.32	3	0.24
6. Administración capacitada	0.10	2	0.20	4	0.40	4	0.40	3	0.30
7. Administración de recursos	0.10	1	0.10	4	0.40	4	0.40	3	0.30
8. Industria	0.05	2	0.10	2	0.10	2	0.10	2	0.10
9. Comercio	0.05	2	0.10	2	0.10	3	0.15	3	0.15
10. Acceso a carreteras	0.05	4	0.20	4	0.20	3	0.15	2	0.10
11. Imagen del distrito	0.01	1	0.01	4	0.04	4	0.04	3	0.03
12. Gastronomía	0.05	3	0.15	2	0.10	4	0.20	2	0.10
13. Distancia a un puerto (en tiempo)	0.01	2	0.02	1	0.01	1	0.01	1	0.01
14. Distancia a un aeropuerto (en tiempo)	0.05	3	0.15	4	0.20	3	0.15	3	0.15
15. Alianzas con otros distritos	0.05	1	0.05	3	0.15	2	0.10	2	0.10
Total	1.00		1.94		3.54		3.42		2.78

Fuente: (31)

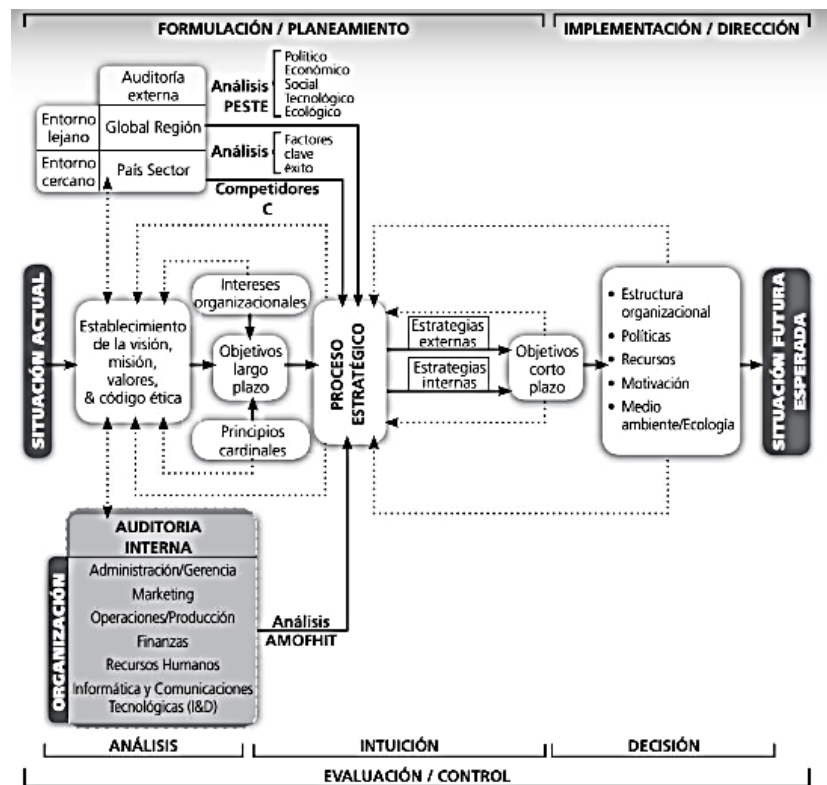
Asimismo, la Tabla 27 muestra un ejemplo de una matriz MPR para el distrito de Chorrillos, que sirve como pauta general.

d. **Análisis Interno:**

Éste análisis está enfocado a encontrar estrategias y realzar las fortalezas y disminuir las debilidades.

Existe una secuencia para poder lograr un análisis interno y es la que se muestra en la Figura 110, donde se explica el proceso que se llevará a cabo en el presente trabajo, en la parte del análisis interno (31) y cuán importante es en el proceso estratégico.

Figura 110 El modelo secuencial del proceso estratégico. Auditoría interna



Fuente: (31)

“Se debe de identificar las siguientes áreas para poder realizar éste análisis: administración, marketing, logística, finanzas, recursos humanos, sistemas de información y el área de Investigación y Desarrollo” (31).

De esta manera, el procedimiento a aplicar es el siguiente:

- Involucrar a la alta gerencia y empleados clave.
- Reunir información de la empresa sobre las áreas identificadas en la empresa, ya que servirá para desarrollar la matriz AMOFHIT.
- Diagnosticar las áreas

- d. Realizar y organizar reuniones para identificar las fortalezas y debilidades más relevantes.
- e. Realizar una lista de acuerdo a la prioridad de estos factores críticos de éxito, que deben ser calificados de acuerdo a la importancia del 1 al 20, respectivamente del más importante al menos importante (31).

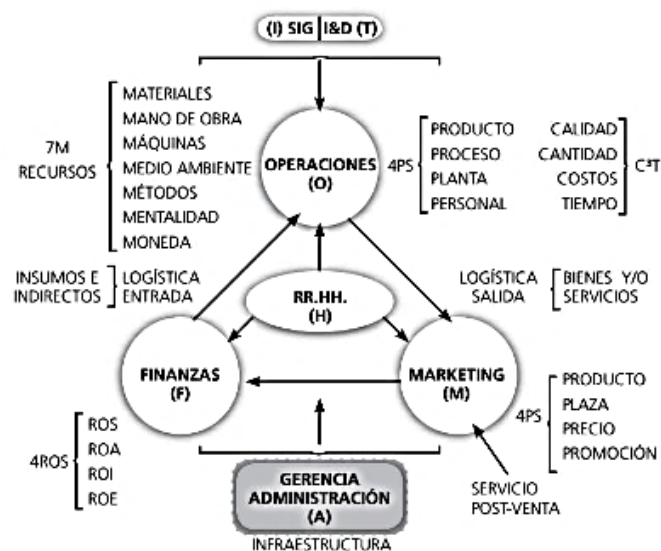
Por ello se hará una descripción sobre las variables de la organización:

Matriz AMOFITH:

Administración y gerencia (A):

La gerencia se encarga de aspectos estratégicos de la empresa, logrando la viabilidad de áreas funcionales; asimismo, la administración aumenta la productividad (31). De esta manera, estas áreas lideran el ciclo operativo de la organización y reordenan su funcionamiento, siendo de forma vital el cerebro de una empresa.

Figura 111 Ciclo operativo de la organización. Gerencia/Administración



Fuente: (31)

En la Figura 111, se muestra el ciclo operativo de la organización, en la sección de Gerencia/Administración donde muestra cómo se desarrolla en el ámbito del análisis interno y cuáles son los elementos que dependen de este y su importancia.

Marketing y ventas (M):

“Es la orientación centrada para satisfacer las necesidades de los clientes a través de la oferta de bienes y servicios, bajo las condiciones de competencia y globalización, tomándose en cuenta el producto, comunicación, distribución y precio” (31). Para el análisis interno se debe tomar en cuenta las ventas, costo-beneficio de bienes y servicios, flexibilidad de precios, participación de mercado, conocimiento de las necesidades del cliente, cantidad y calidad líneas de producto, investigación de mercados, análisis de oportunidades (costos, beneficios, y riesgos). En la Figura 111, se muestra el ciclo operativo de la organización, en la sección de Marketing dónde muestra cómo se desarrolla en el ámbito del análisis interno y cuáles son los elementos que dependen de éste y su importancia.

Operaciones y logística (O):

Es el área encargada de ejecutar procesos de producción para bienes y servicios e involucra estos recursos (materiales, mano de obra, maquinarias, etc.), las variables que deben ser tomadas en cuenta son: “costos de fabricación como materiales directos, mano de obra directa e indirecta, suministros de materiales, control de inventarios, facilidades de ubicación, eficiencia de equipamiento, etc” (31). Como se muestra en la Figura 111, la sección de operaciones y logística es un de las principales debido a que genera el servicio o producto.

Finanzas y contabilidad (F):

Se responsabiliza de obtener recursos económicos para el momento necesario en que la empresa lo requiera, así como recursos en la cantidad, costo (31). Asimismo, tomando en cuenta las siguientes variables: situación financiera en general, nivel de apalancamiento, costo de capital, estructura de costos, eficiencia y efectividad de los sistemas contables, costeo y presupuesto, cartera de morosos (31). La Figura 111, nos muestra cómo las finanzas y la contabilidad generan un factor importante, debido a que con este factor se toman decisiones y se prevén beneficios y riesgos.

Recursos Humanos (H):

Es un activo muy valioso en la organización, que mueve recursos tangibles e intangibles; estableciendo relaciones para alcanzar los objetivos de la organización. Se debe de tener en cuenta las siguientes variables (31): “competencias y calificaciones profesionales, selección y desarrollo personal, disponibilidad y calidad de la mano de obra, costos laborales, remuneraciones y beneficios, rotación estructura y cultura organizacional” (31).

Como se puede observar en la Figura 111 Recursos Humanos pertenece al área principal de la empresa, debido a que ésta maneja las demás áreas y su eficiencia depende de cómo se desempeña con las demás áreas.

Sistemas de información y comunicaciones (I):

Brindan el soporte de TI/TC para la toma de decisiones. Éstos sistemas sirven para la retroalimentación, y se deben tomar en cuenta las siguientes variables (31): “calidad de la información sobre marketing, finanzas, operaciones, logística y recursos humanos, información sobre la toma de decisiones, velocidad y capacidad de respuesta de los usuarios, información para la gestión de calidad y costos” (31).

La Figura 111, muestra dónde se desarrolla el área de sistemas de información y comunicaciones y esta genera el cambio constante y mejora para que la empresa pueda competir y no enterrarse en la globalización.

Tecnología e investigación y desarrollo (T):

Está relacionado con la tecnología, la investigación y desarrollo, que sirven para desarrollo de nuevo productos y la mejora de productos y procesos (31). Las variables que se deben tomar en cuenta son: tecnología en los procesos, número de innovaciones en productos y procesos, número de innovaciones en productos, plantas pilotos, competencias tecnológicas, etc (31).

Como se muestra en la Figura 111, el área de Tecnología de investigación y desarrollo es vital y de dónde se parte para la toma de decisiones, así como ayuda para enfrentar los nuevos retos de la industria competitiva.

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (MEFI)

“Ésta matriz permite evaluar y analizarlas principales fortalezas y debilidades en las principales áreas de una empresa para poder identificar las relaciones entre ellas” (31).

El procedimiento para realizar ésta matriz es (31):

1. Realizar una lista de factores de éxito de 10 a 20, que incluye fortalezas y debilidades (Se debe asignar peso a cada uno de los factores entre 0.0 que es no importante a 1.0 que es muy importante; la suma de todo estos es 1.0).
2. Asignar un valor de 1-4 a cada factor, que corresponde a la respuesta actual de la estrategia de la organización respecto al valor (4= fortaleza mayor, 3=fortaleza menor, 2= debilidad menor, 1= debilidad mayor).
3. Multiplica el peso de cada factor por su valor

4. Se suma los pesos de cada factor
5. Determina el puntaje ponderado total para la organización (31).

Tabla 27 Ejemplo de formato de la matriz de evaluación de los factores internos (MEFI)

MATRIZ DE DE UNA EMPRESA PESQUERA			
FACTORES DETERMINANTES DE ÉXITO	PESO	VALOR	PONDERACIÓN
Fortalezas			
1. El know-how de la producción de harina de pescado	0.12	4	0.47
2. Imagen internacional en el cumplimiento de contratos	0.10	4	0.42
3. Credibilidad empresarial ante instituciones financieras	0.09	4	0.37
4. Infraestructura operativa en exportaciones	0.12	4	0.47
5. Convenios para establecer puntos de venta en Alemania: Mejor ingreso a la Unión Europea	0.08	3	0.24
	0.51		1.97
Debilidades			
1. Carece de misión, visión y no tiene planeamiento estratégico	0.10	1	0.10
2. Personal con poca experiencia en jefatura de nivel medio	0.06	1	0.06
3. Bajo número de barcos de flota pesquera, requiere por lo menos dos unidades adicionales	0.09	2	0.19
4. Baja identificación del personal con la empresa	0.08	1	0.08
5. Carece de sistemas de refrigeración RSW en bodegas de flota pesquera	0.09	2	0.19
6. Los barcos no tienen sistema pretel: las faenas de pesca son menos eficientes	0.07	1	0.07
	0.49		0.69
Total	1.00		2.66

Fuente : (31)

La Tabla 27, muestra el formato y un ejemplo de la matriz de evaluación de los factores internos, que sirven como pauta para poder generar una tabla con los datos de la empresa que se está investigando.

Objetivos de largo plazo y las estrategias en acción:

Matriz de Intereses Organizacionales (MIO):

Los intereses organizacionales intentan alcanzar el éxito de la empresa en la industria y en los mercados, son fines basados en la organización y en largo plazo que varían según el tipo de la empresa (31).

La Tabla 28 muestra un ejemplo de cómo se hace un MIO del sistema educativo universitario posgrado privado.

Tabla 28 Ejemplo de MIO del Sistema Educativo Universitario Posgrado Privado

Interés organizacional	Intensidad del interés		
	Vital	Importante	Periférico
1 Incrementar la calidad educativa, sometiéndose a la evaluación, acreditación y certificación en forma permanente.	Ministerio de Educación CEPLAN CONCYTEC Colegios Profesionales Sistema Universitario público	Gobierno peruano Sectores empresariales	Universidades extranjeras
2 Elevar el nivel académico del estudiante de posgrado.	Sistema Universitario público Ministerio de Educación	Sistema Universitario extranjero	
3 Contar con plana docente altamente calificada.	CEPLAN CONCYTEC Sistema Universitario extranjero	Ministerio de Educación	(Mercado laboral extranjero)
4 Optimizar el desempeño del personal administrativo.	Sistema Universitario público Ministerio de Educación		
5 Contar con infraestructuras implementadas	Sistema Universitario Privado		
6 Contribuir en los diferentes sectores productivos de nuestro país.	Ministerio de Educación Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo Sistema Universitario Privado	(Mercado laboral extranjero) Sectores empresariales.	

Nota. Los intereses similares no llevan paréntesis. Los intereses opuestos llevan paréntesis.

Fuente : (51)

Objetivos a Largo Plazo (OLP):

Representan los resultados que la organización desea alcanzar después de que se implementen estrategias externas escogidas, éstos deben tener correlación con su visión. Se trabaja con horizontes de tiempo cercano y lejano (31). Por ello, la visión se alcanza cuando se alcanza los objetivos a largo plazo (31); asimismo, en la Figura 112 se muestra la fórmula de la visión, donde la visión viene a ser la sumatoria de los objetivos a largo plazo

Figura 112 Fórmula de la visión

$$\text{Visión} = \sum \text{Objetivos de largo plazo}$$

Fuente : (31)

Asimismo, la Figura 113 muestra que los objetivos a largo plazo son la sumatoria de los objetivos de corto plazo.

Figura 113 Fórmula de los objetivos de corto plazo

$$\text{Objetivo largo plazo} = \sum \text{Objetivos de corto plazo}$$

Fuente : (31)

De esta manera los objetivos a largo plazo deben poseer las siguientes características: Ser cuantitativos para lograr su medición, ser medibles usando indicadores confiables, realistas, comprendidos por todos, crecimientos de ventas, etc. (31).

Figura 114 Ejemplos de objetivos a Largo Plazo

EMPRESA DE TELEFONÍA MÓVIL

1. Ser rentable para con los accionistas.
2. Mantener un crecimiento en forma sostenida.
3. Armonía entre la sociedad, empresa y medio ambiente.
4. Brindar la tecnología más avanzada a la comunidad del Perú.

Fuente : (31)

La Figura 114, muestra ejemplos de cómo una empresa debe definir sus objetivos a largo plazo, debido a que es una empresa de servicios.

ESTRATEGIAS:

Las estrategias pueden clasificarse en tres grupos: Genéricas competitivas, externas alternativas y específicas, e internas específicas (31). Por otro lado, como primer paso para elegir las competencias, se debe evaluar la información que antecede, como muestra la Tabla 29, donde se incluye la clasificación de estrategias y cómo diferenciarlas, éstas se mencionarán posteriormente.

Tabla 29 Clasificación de estrategias

Estrategias genéricas competitivas	Estrategias externas alternativas y específicas	Estrategias internas específicas
1. Liderazgo en costos 2. Diferenciación 3. Enfoque (en costos / diferenciación) (Porter, 2004)	Alternativas: 1. Integración 2. Intensivas 3. Diversificación 4. Defensivas Que pueden adoptarse siguiendo alguna de las cuatro modalidades: alianza estratégica, aventura conjunta, fusión, adquisición Específicas: son las alternativas, pero con <i>nombre propio</i> . Se obtienen usualmente de la Matriz FODA.	1. Gerencia de procesos (BPM) 2. Calidad total (TQM) 3. Reingeniería de procesos (BPR) 4. <i>Turn around</i> (reconversión) 5. <i>Downsizing</i> (achicamiento) 6. <i>Rightsizing</i> (adecuación) Facilitadores: 1. Referenciación (<i>benchmarking</i>) 2. Tercerización (<i>outsourcing</i>) 3. Tecnologías de la información (IT) 4. Tecnologías de comunicación (CT) 5. Control estadístico de procesos (SPC) 6. Tecnologías emergentes (JIT, TQC, TPM, MRP, MRPII, CIM)

Fuente : (31)

Estrategias genéricas Competitivas:

Las estrategias genéricas sirven para definir estrategias que permitan superar a la competencia y dividen en tres partes: liderazgo de costos, diferenciación, y enfoque en costos y en diferenciación (31).

Liderazgo en Costos:

“Esta estrategia requiere tener un seguimiento constante y severo al control y reducción de costos en especial en costos indirectos, gastos en I&D, ventas, publicidad, servicios y otros” (31).

Diferenciación:

Requiere la creación de productos que deben tener una imagen única en la industria, que requiere un diseño e imagen de la marca que deben ser únicos, brindar un servicio exclusivo al cliente, presentaciones particulares y especiales en productos y procesos, asimismo contar con una buena red de contactos (31).

Enfoque:

Se enfoca en la concentración en un grupo particular de clientes, un mercado geográfico específico o una línea de productos, y debe desarrollarse en un mercado particular (31).

Estrategias externas alternativas:

Aquellas que debe desarrollar la organización para alcanzar la visión establecida y se dividen en cuatro grupos: integración, intensivas, diversificación y defensivas (31).

Estrategias de integración:

El primer grupo de ésta estrategia es vertical y horizontal, donde se gana mayor control o propiedad sobre la cadena de suministros (vertical) o la competencia (horizontal). En la integración vertical se necesita tener el control de la competencia (hacia adelante) o sobre los proveedores de la organización (hacia atrás) (31). La integración vertical consigue mejorar el control de los costos y calidad. En cuanto a la integración horizontal busca ganar economía a escala y lograr mejorar la curva de costos promedios en el largo plazo y consigue ganar mayor control sobre los distribuidores o minoristas (31).

Estrategias intensivas:

Se enfoca en un solo producto de bienes y servicios, y usa sus mejores competencias en fortalezas. Asimismo, busca lograr agresivas y pueden ser la penetración en el mercado que busca aumentar la participación de mercado, desarrollo de mercado que introduce al producto dentro de nuevas áreas geográficas y desarrollo de productos que quiere lograr mejorar las ventas (31).

Estrategias de diversificación:

Se enfoca en aumentar las líneas de productos y requiere que la empresa posea buena situación financiera; pueden ser concéntricas que es una adición de nuevos productos relacionados, conglomerada que es la adición de nuevos productos no relacionados, y la horizontal que es la adición de nuevos productos no relacionados para los actuales consumidores (31).

Estrategias defensivas:

Con esta estrategia se busca mejorar la situación financiera y operativa que son deficientes y de esta manera realizar acciones correctivas para mejorar el posicionamiento de la organización; así como se pueden retirar productos que se encuentren en su etapa de declinación (31).

Modalidades estratégicas:

Existen diferentes modalidades como (31):

- La alianza estratégica: Se usa para hacer algún proyecto y se necesite de otra organización.

- La aventura conjunta: Se realiza creando una nueva organización.
- Fusión: Se logra cuando dos organizaciones se integran y se une en una sola, donde existe la fusión vertical donde ambas organizaciones poseen diferentes etapas de producción, pero dentro de un mismo mercado; la fusión horizontal, donde se unen competidores directos; y fusión conglomerada, donde se unen compañías que no son rivales directos ni del mismo mercado.
- La adquisición: Estrategia en el que una organización toma el control de otro. Existe tres tipos, vertical es cuando una organización adquiere un proveedor o distribuidor; horizontal, cuando se adquiere una organización en la misma industria; relacionada, es cuando se adquiere una organización relacionada con la empresa (31).

Estrategias externas específicas:

Se implementan para alcanzar la visión de largo plazo, que poseen nombre propio.

La Tabla 30, muestra ejemplos de estrategias específicas, alternativas y modalidades, que sirven como pauta para proponer estrategias propias que sirvan para la empresa.

Tabla 30 Ejemplos de Estrategias Específicas, Alternativas y

Estrategias específicas	Estrategias alternativas	Modalidades
1. Adquirir Almacenes Hernández S.A.	Integración vertical hacia adelante	Adquisición vertical
2. Desarrollar lentes de contacto descartables	Diversificación concéntrica	
3. Vender la división informática de la organización	Desposeimiento	
4. Fusionarse con Alpaca Súper S.A.	Integración horizontal	Fusión horizontal
5. Tercerizar la publicidad en la organización	Desposeimiento	
6. Aventura conjunta con Raimondi Inc.	Aventura conjunta	Aventura conjunta
7. Exportar al Sudeste Asiático	Desarrollo de mercados	
8. Vender Dulces y Bombones S.A.	Desposeimiento	
9. Liquidar Caminos del Inca S.A.	Liquidación	
10. Desarrollar estudios para celulares	Desarrollo de productos	
11. Ingresar al mercado de Buenos Aires	Desarrollo de mercados	
12. Subcontratar equipo de vendedores	Integración vertical hacia adelante	
13. Desarrollar Café Kanya para Leche Holanda S.A.	Diversificación horizontal	
14. Montar una planta en Arequipa	Penetración en el mercado	
15. Fabricar maletas que antes compraba a AV S.A.	Integración vertical hacia atrás	
16. Zapatos S.A. compra Embutidos S.A.	Diversificación conglomerada	
17. Consorcio ABC reduce sus activos en 30%	Atrincheramiento / reducción	
18. Niños del Perú y Viajes S.A. desarrollan el proyecto El Viaje Feliz		Alianza estratégica
19. Embotelladora S.A. se fusiona con Gaseosa LIT	Integración vertical	Fusión vertical
20. Transportes AA compra a Transportes BA	Integración horizontal	Adquisición horizontal

Fuente : (31)

Estrategias internas:

Se desarrollan al interior de la empresa con el fin de lograr las estrategias internas, lo cual ayuda a mejorar las competencias y fortalezas (31) .

Gerencias de procesos:

Se encarga de diseñar, mejorar y rediseñar si las mejoras no incrementan la productividad. De esta manera, la productividad es la relación más importante a medirse en la gestión de la organización (31), como se muestra en la Figura 115, se muestra el equivalente de la productividad en recursos, productos insumos, beneficios y costos.

Figura 115 Equivalente de la productividad

$$\text{Productividad} = \frac{\text{Resultados}}{\text{Recursos}} = \frac{\text{Productos}}{\text{Insumos}} = \frac{\text{Beneficios}}{\text{Costos}}$$

Fuente: (35)

Calidad total o mejoramiento continuo de los procesos:

La calidad total es una estrategia de administración de la organización para lograr resultados importantes, se logra con un liderazgo comprometido que debe ser enfocada en los procesos y mejorada continua (31).

Reingeniería de los procesos del negocio (BPR):

“Es la revisión fundamental y el rediseño radical de procesos para alcanzar mejoras en los costos, calidad, servicio y rapidez” (31).

Tumaround/Downsizing/Rightsizing:

Son estrategias desarrolladas para reducir el tamaño de la organización o una reestructuración para replantear cosas o comenzar de nuevo (35)

- Referendación (Benchmarking): Proceso sistemático continuo que evalúa productos de las empresas que se reconoce como representantes de las mejores prácticas.
- Tercerización (Outsourcing): Consigue recursos de una fuente externa, es decir trae a otros que realicen lo que uno no sabe hacer bien que no es la razón principal del negocio.

- Tecnologías de información y comunicaciones (TIC/ICT): Nos refiere a que se debe de utilizar la tecnología de forma correcta y pueden presentar problemas como en los sistemas operativos, servicios de comunicaciones, bases de datos relacionales, etc (31).

Herramientas para la generación y elección de estrategias:

LA MATRIZ DE FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS (FODA):

Una forma general de generar estrategias en los cuatro cuadrantes es la matriz FODA.

La descripción de cada una de ellas es la siguiente (35):

- Estrategias FO – Explotar: Se logra unir las fortalezas internas con las oportunidades externas, lo cual se utilizan para que las fortalezas internas puedan sacar ventaja sobre las oportunidades externas (explotar).
- Estrategias DO - Buscar: Nivelas debilidades internas y oportunidades externas, lo cual se utilizan para generar estrategias mejorando debilidades internas y sacar ventaja de las oportunidades externas (Buscar).
- Estrategias FA - Buscar: Nivelas fortalezas internas y amenazas externas, lo cual se utilizan para generar estrategias usando fortalezas de la empresa para reducir las amenazas externas (Confrontar).
- Estrategias DA – Evitar: Nivelas debilidades internas con amenazas externas. Se logra estrategias para reducir debilidades internas y evitar las amenazas (Evitar) (31).

Para realizar una matriz FODA se copia las oportunidades y amenazas de la matriz EFE, también las fortalezas y debilidades de la matriz EFI; de esta forma se generan 4 cuadrantes (FO, DO, FA, DA) y así se generan estrategias externas e internas (35).

La Tabla 31, muestra un formato y un ejemplo de la matriz FODA del cuerpo general de bomberos voluntarios, donde se muestra cómo se elabora un FODA y qué factores se debe de incluir.

Tabla 31 Ejemplo de la Matriz FODA del cuerpo General de Bomberos Voluntarios

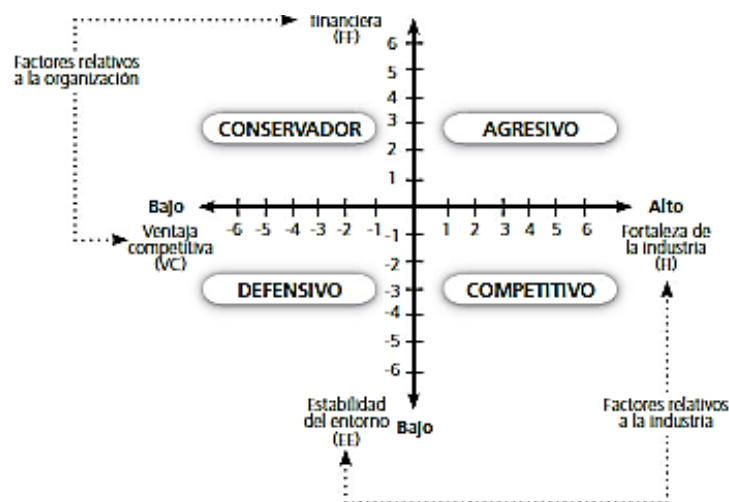
		Para incendios	
		Fortalezas	Debilidades
		F1 Buena imagen ante la comunidad	D1 Falta de un adecuado sistema de reconocimiento para el personal
		F2 Personal capacitado para combatir incendios y rescates derivados de estos	D2 Ausentismo del personal voluntario
		F3 Vocación de servicio del personal voluntario	D3 Equipo y maquinaria obsoleta y no estandarizada
		F4 Incremento del presupuesto asignado	D4 Falta de capacidad administrativa para la ejecución presupuestal
		F5 Manejo de estándares técnicos internacionales en prevención y combate de incendios	D5 Falta de un campo de entrenamiento propio
Oportunidades	FO: Explote	DO: Busque	
O1 Buenas relaciones con Gobiernos de países desarrollados	FO1 Gestionar partida presupuestal para reequipamiento (F1, O2, y O3)	DO1 Gestionar donaciones de equipos y máquinas contra incendios de cuerpos de bomberos internacionales (D3, y O3)	
O2 Mayor presupuesto gubernamental por crecimiento del PBI	FO2 Suscribir convenios con organismos internacionales para mejorar las competencias técnicas de los bomberos (F2, O1, O3, O4, y O5)	DO2 Gestionar un fideicomiso para futuros reequipamientos y sistemas de reconocimiento de personal (D1, D3, y O2)	
O3 Cooperación internacional con países amigos	FO3 Brindar capacitación a empresas sobre temas propios de competencia de la institución: prevención, control, y extinción de incendios, para obtener ingresos propios (F1, F2, F5, y O5)	DO3 Motivar y reconocer al personal voluntario con intercambios de capacitación con los cuerpos de bomberos de otros países (D1, y O3)	
O4 Avances en la tecnología de equipos y maquinaria para combatir incendios	FO4 Dotar al personal de equipos y maquinarias con tecnología de avanzada para el desempeño de sus labores (F2, y O4)	DO4 Rediseñar y mejorar la estructura administrativa y organizativa del CGBV (D4, O1, O2, O3, y O4)	
O5 Desarrollo de las comunicaciones	FO5 Implementar una central unificada de emergencias (PNP, CGBV, y Ambulancias) a nivel nacional (F1, F2, F4, F5, O2, y O5)	DO5 Gestionar un campo de entrenamiento para incendios y rescate (D5, O2, y O3)	
O6 Estilos de vida de la población no orientada a la prevención	FO6 Coordinar con el Ministerio de Educación la inclusión de horas de capacitación en prevención de incendios (F2, F3, F5, y O6)		
Amenazas	FA: Confronte	DA: Evite	
A1 Superposición de funciones con el INDECI en temas de prevención de incendios	FA1 Definir el alcance jurisdiccional de cada institución (INDECI) (F1, y A1)	DA1 Captar voluntarios mediante el sistema del servicio militar voluntario, que incluya una asignación económica (D2, y A2)	
A2 Crecimiento poblacional sin cobertura de compañías de bomberos	FA2 Sustentar la necesidad de aumento de presupuesto para implementar un sistema mixto de bomberos (Voluntario-Rentado) (F1, y A2)	DA2 Suscribir convenios con instituciones educativas, que faciliten el acceso a estudios técnicos y superiores a los bomberos, para fomentar el voluntariado (D1, D2, y A2)	
A3 Falta de prioridad por parte del Estado hacia el CGBV	FA3 Buscar mayor presencia del alto mando del CGBV en la PCM y en el Congreso de la República (F1, F3, y A3)	DA3 Generar un sistema de reservistas de bomberos voluntarios a través de capacitaciones (D2, y A2)	

Fuente : (31)

LA MATRIZ DE LA POSICIÓN ESTRATÉGICA Y LA EVALUACIÓN DE LA ACCIÓN (PEYEA):

Se utiliza para determinar la adecuada estrategia de una empresa, posee dos ejes que combinan (factor x: fortaleza de la industria y estabilidad del entorno) y (factor y: fortaleza financiera y estabilidad en el entorno) formando así 4 cuadrantes asociados a una postura estratégica: agresiva, conservadora, defensiva y competitiva (31), en la Figura 116, se muestra el formato de la matriz PEYEA, que tiene 4 factores de medición como: Conservador, agresivos, competitivo y defensivo (31) .

Figura 116 Formato de MPEYEA



Fuente : (31)

Postura agresiva – Alta fortaleza financiera (FF) y alta fortaleza de la industria (FI) (31):

- La empresa posee una clara ventaja competitiva en el área financiera.
- Existe un factor crítico en la entrada de los nuevos competidores.
- Las empresas deben de aumentar su participación de mercado (31).

Postura competitiva – Alta fortaleza de la industria (FI) y baja estabilidad del entorno (EE)(31):

- El mayor factor crítico es la fortaleza financiera.
- La empresa en esta postura debería mejorar aspectos en marketing, ventas, líneas de productos, productividad e intentar fusionarse con otra empresa que posea riqueza en caja.

- Esta postura generalmente conduce al fracaso. Es la estrategia, llamada “reactivos” que posee un entorno inestable pero la industria es fuerte, en donde la empresa no posee suficiente fortaleza financiera para poder surgir en su entorno (31).

Postura conservadora – Alta fortaleza financiera (FF) y baja ventaja competitiva (VC) (31):

- Es una postura de un mercado que es estable, pero con crecimiento lento.
- La empresa se debe enfocar en alcanzar estabilidad financiera.
- El factor crítico es la competitividad de productos.
- Las empresas en esta postura deben de reducir su línea de productos, costos, etc.
- Es la estrategia de los analistas que poseen fortaleza financiera, pero con bajas ventajas competitivas, que deben de buscar mayores oportunidades de mercado (31).

Postura defensiva – Baja estabilidad del entorno (EE) y baja ventaja competitiva (VC)(31):

Es una postura usual en empresas carentes de productos competitivos y fortaleza en el ámbito financiero.

El factor crítico es la competitividad.

En esta postura, las empresas deberían retirarse del mercado, reducir costos, y minimizar inversiones.

Es la estrategia defensora se caracteriza por tener un estrecho dominio de mercado, posee control y monitoreo del entorno limitado (31).

MATRIZ PEYEA:

El procedimiento es el siguiente (31):

- Selecciona factores de variables de fortaleza financiera (FF), ventaja competitiva (VC), estabilidad del entorno (EE) y fortaleza de la industria (FI).
- Se le asigna valores numéricos a cada factor o asignar un ranking de peor +1 a +6 mejor para FF y FI, y de -1 mejor a -6 peor para factores de EE y VC, posteriormente se calcula el promedio de FF, VC, EE y FI.
- Grafica los promedios para cada grupo de factores en los ejes de la matriz. Posteriormente, analizarlo.
- Suma los puntajes del eje x e y, se grafica respectivamente y su punto de intersección (x,y).

La Tabla 32, muestra un ejemplo de cómo de hacerse una matriz PEYEA.

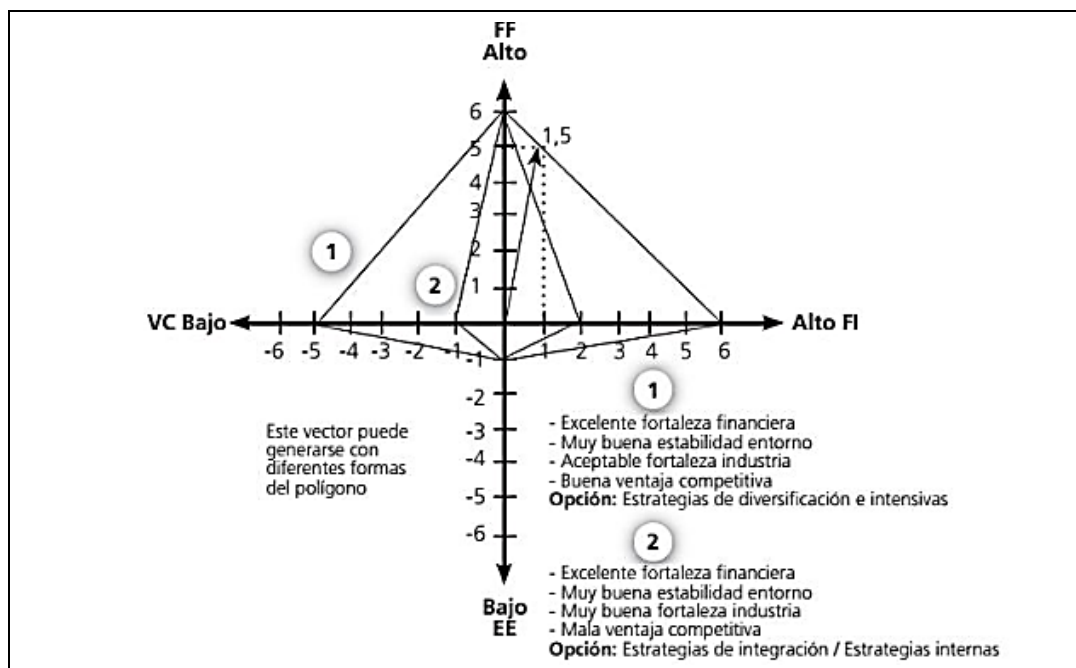
Tabla 32 Ejemplo de una Matriz PEYEA de una empresa pesquera

MATRIZ PEYEA DE UNA EMPRESA PESQUERA				
Postición estratégica interna	Factores determinantes de fortaleza financiera (FF)			Valor
	1	Retorno en la inversión		3
	2	Apalancamiento		3
	3	Liquidez		3
	4	Capital de trabajo		5
	5	Flujo de caja		2
	6	Facilidad de salir del mercado		3
	7	Riesgo implicado en el negocio		5
	Factores determinantes de ventaja competitiva (VC)			Valor
	1	Participación del mercado		-3
	2	Calidad del producto		-2
	3	Lealtad del cliente		-2
	4	Utilización de capacidad de los competidores		-6
5	Conocimiento de la tecnología		-2	
6	Control sobre proveedores y distribuidores		-3	
Postición estratégica externa	Factores determinantes de la estabilidad del entorno (EE)			Valor
	1	Cambios tecnológicos		-3
	2	Tasa de inflación		-1
	3	Variabilidad de la demanda		-5
	4	Rango de precio de productos de la competencia		-3
	5	Barrieras de ingreso		-1
	6	Prestión competitiva		-3
	7	Elasticidad de precio de la demanda		-5
	Factores determinantes de fortaleza de la industria (FI)			Valor
	1	Potencial de crecimiento		4
	2	Potencial de rentabilidad		4
	3	Estabilidad financiera		2
	4	Conocimiento de la tecnología		4
5	Aumento de capital		6	
6	Utilización de los recursos		2	
7	Facilidad de ingreso al mercado		3	
8	Productividad, utilización de la capacidad		5	
Factor	Valor	Promedio	Vector direccional	
FF	23	3.29	Eje X	0.75
VC	-18	-3.00	Eje Y	0.29
EE	-21	-3.00		
FI	30	3.75		

Fuente : (31)

La Figura 117 muestra el gráfico donde se ubican los puntos que se derivan de la tabla de la matriz PEYEA.

Figura 117 Ejemplo de la matriz PEYEA



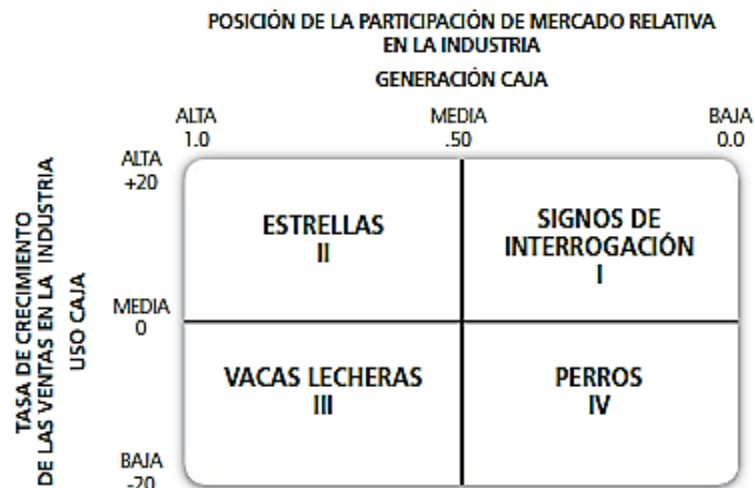
Fuente : (31)

LA MATRIZ DEL BOSTON CONSULTING GROUP (BCG):

Sirve para formular estrategias de las organizaciones, representa de forma gráfica las divisiones, y ayuda a determinar la posición competitiva en el mercado, así como muestra su crecimiento en la industria.

El eje x es de la posición de la participación de mercado, está dividido en dos partes de 0 a 0.5 y de 0.5 a 1, este eje está relacionado al efectivo; mientras el eje y corresponde a la tasa de crecimiento de ventas en porcentaje, dividido en dos partes: “una de ellas de -20% a 0% denota disminución de ventas en la industria y la otra de 0% a 20% que trata sobre crecimiento de las ventas” (31), la Figura 118 muestra el formato de la matriz BCG donde se ubica a la empresa luego del filtro de la matriz PEYEA.

Figura 118 Matriz de Boston Consulting Group (BCG)



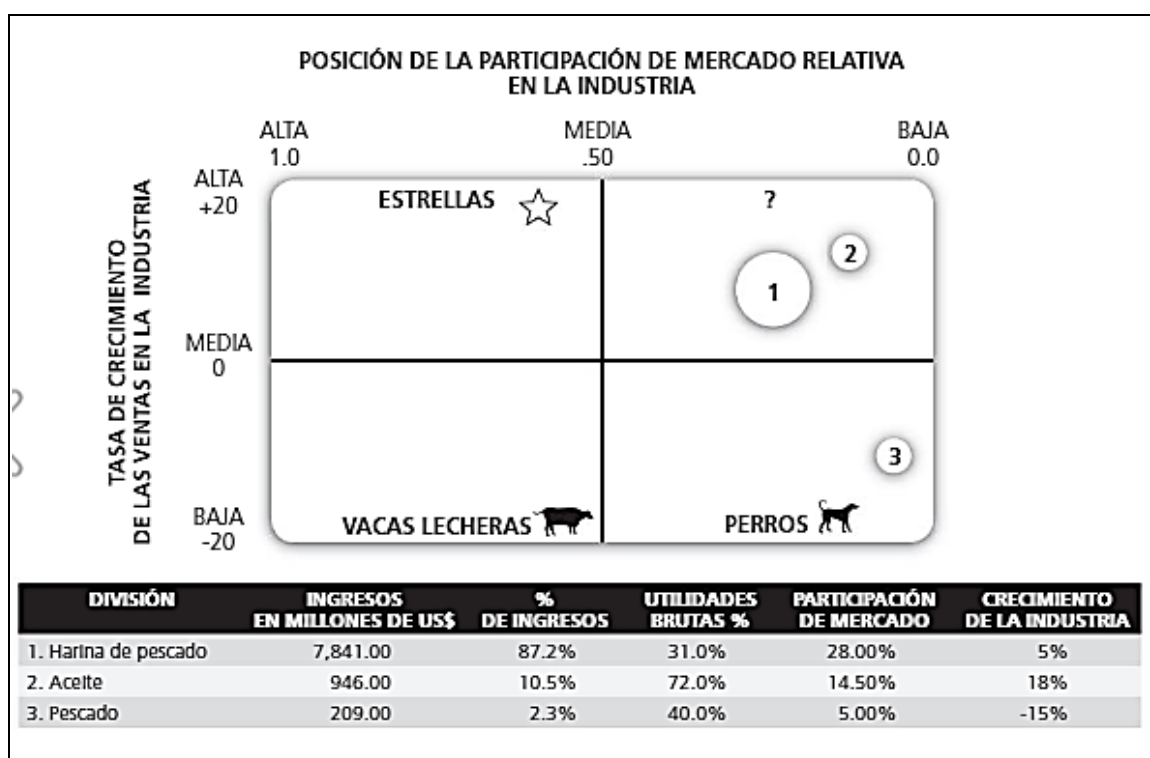
Fuente : (31)

La matriz BCG tiene definidos 4 cuadrantes: El cuadrante I, representa a productos signos de interrogación que poseen un buen crecimiento de ventas, pero su participación en el mercado es baja. El cuadrante II: representa a los productos estrellas representa una alta tasa de crecimiento en las ventas y su participación de mercado es alta. El cuadrante III representa al producto vacas lecheras que poseen una alta participación de mercado, pero en una industria de bajo crecimiento. El cuadrante IV representa al producto perros que se encuentra con disminución de ventas y participación baja en el mercado. Por ellos, se describirán las siguientes características (31):

- Signo de interrogación: Baja participación en el mercado, necesidades de efectivo.
- Estrellas: Alta participación del mercado y alta tasa de crecimiento en la industria, una gran posibilidad de crecimiento a largo plazo, necesitan inversión.
- Vacas lecheras: alta participación de mercado en una industria de bajo crecimiento, gran liquidez, deben ser administradas para que su crecimiento pueda extenderse, se debe aplicar estrategias de desarrollo del producto.
- Perros: Baja participación de mercado en un entorno de bajo crecimiento, y necesita invertir en estrategias de liquidación o reducción (31).

La Figura 120, muestra un ejemplo de una Matriz BCG y cómo se debería interpretar en su totalidad.

Figura 120 Matriz BCG de una empresa pesquera



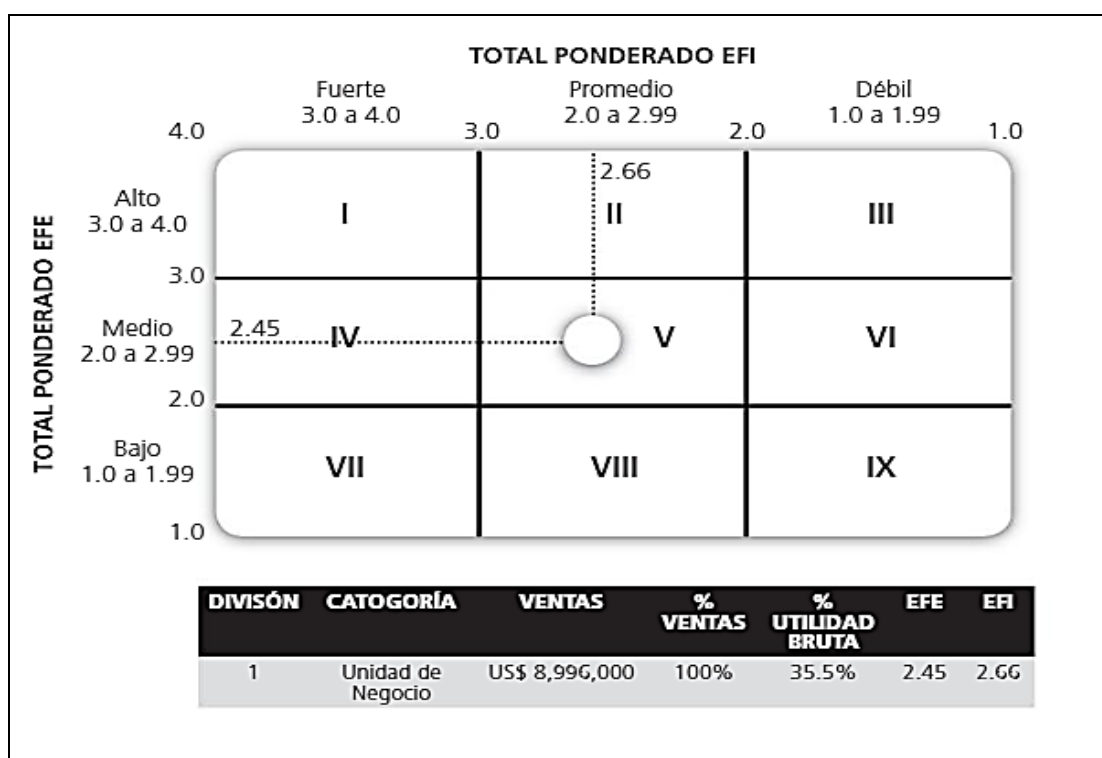
Fuente : (31)

LA MATRIZ INTERNA – EXTERNA (IE)

Consta de dos ejes con tres ejes en cada uno, formando 9 espacios (35): El eje x corresponde al puntaje total de la matriz EFI, los tres sectores muestran una posición estratégica: débil de 1.0 a 1.9, bajo de 1.0 a 1.9, promedio de 2.0 a 2.9 y fuerte de 3.0 a 4.0. Por otro lado, el eje y corresponde a los puntajes de la matriz EFE, que muestra niveles: bajo de 1.0 a 1.9, bajo de 1.0 a 1.9, promedio de 2.0 a 2.9 y fuerte de 3.0 a 4.0, que muestra la división de cómo aprovechar oportunidades y evitar amenazas (31). En la Figura 121 se puede ver las referencias de las celdas de la matriz IE y la interpretación que se le puede dar según la ubicación de la empresa.

Asimismo, esta matriz se caracteriza por sus tres regiones, la región 1 refiere a crecer y construir, región 2 sugiere retener y mantener, la región 3 cosechar recursos, la Figura 121 muestra un ejemplo de una matriz IE de una empresa pesquera que sirve como referencia para realizar matrices similares

Figura 121 Matriz IE de una empresa pesquera

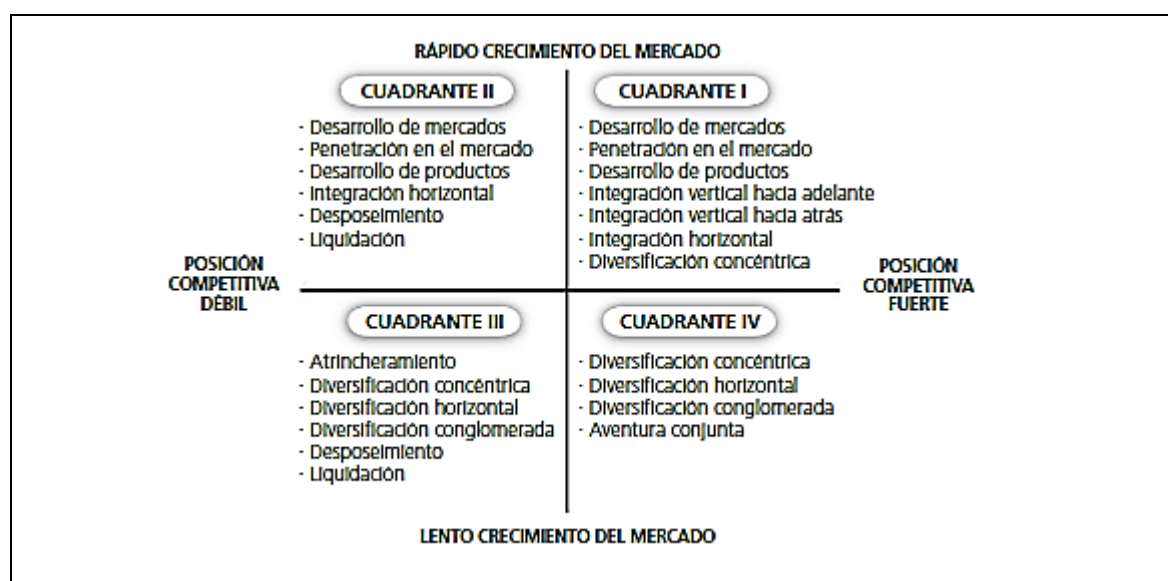


Fuente : (31)

LA MATRIZ DE LA GRAN ESTRATEGIA (GE):

Esta matriz se define por el crecimiento de mercado y la posición competitiva de la empresa, posee 4 cuadrantes: Cuadrante I posee una posición competitiva fuerte en un mercado que tiene un crecimiento rápido y la posición competitiva de la empresa, cuadrante II es de una posición competitiva débil en un mercado que tiene un crecimiento rápido, cuadrante III es de una posición competitiva débil en un mercado lento y el cuadrante IV es de una posición competitiva fuerte en un mercado de crecimiento lento (31). Por otro lado, la Figura 122 muestra el formato y un ejemplo de las estrategias de cada cuadrante que puede ser utilizado por la empresa debido a su ubicación.

Figura 122 Estrategias en la matriz de la gran estrategia (GE)



Fuente : (31)

La Figura 122 muestra un ejemplo de una matriz GE donde la empresa pesquera se encuentra en el primer cuadrante lo cual significa necesita realizar una expansión de mercado e integraciones.

LA MATRIZ DE DECISIÓN:

En esta matriz se utiliza las marices anteriores: FODA, PEYEA, BCG, IE y GE.

Tabla 33 Matriz de Decisión de una empresa pesquera

MATRIZ DE DECISIÓN DE UNA EMPRESA PESQUERA						
Estrategias	FODA	PEYEA	BCG	IE	GE	Total
1. Integración vertical hacia atrás		x				1
2. Desarrollo de mercado		x				1
3. Penetración de mercado	X	x	x	x	x	5
4. Diversificación concéntrica			x		x	2
5. Desarrollo de producto	X	x	x	x	x	5
6. Integración vertical hacia adelante		x				1
7. Liquidación			x			1
8. Aventura conjunta		x				1
9. Atrincheramiento	x		x			2
10. Empresa en riesgo compartido					x	1

Fuente : (31)

Esta matriz logra acuñar las repeticiones de cada estrategia, éste criterio varía y se escogen las que se repiten 3 o más veces, y se dejan las demás como estrategia de contingencia (31). De esta forma, la estrategia 2,3 y se debe de retener 3 o más veces, mientras las estrategias 1 y 4 se conservan como estrategias de contingencia. Finalmente, se eligen como decisión estratégica aquellas que se repiten 1 o 2 veces (31). Asimismo, La Tabla 33 muestra la matriz de decisión de una empresa pesquera que es una síntesis de las anteriores matrices, pero que ayuda a generar un filtro de decisiones.

LA MATRIZ CUANTITATIVA DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO (MCPE):

Comprende una formulación de estrategias que logra elegir objetivamente las mejores estrategias. En la parte izquierda de la matriz se incluye la información de las matrices EFE y EFI, y la fila superior la información de las matrices FODA, PEYEA, BCG, IE y GE y las matrices usadas luego del proceso de decisión. Esta matriz se puede incluir varias estrategias específicas y pueden evaluarse entre sí (31).

Los pasos para realizar esta matriz son (31):

- Escribir la relación de oportunidades y amenazas externas, y fortalezas y debilidades internas, que se toma de las matrices EFE y EFI.
- Coloca el peso de cada factor, los mismos de las matrices EFE y EFI.
- Colocar las estrategias en la matriz de decisión y registrarlas en la fila superior de la matriz.
- Determinar las calificaciones (Puntaje de atractividad (PA)) y se asigna calificaciones atractivas a cada estrategia, cuyo rango es: 1=no atractiva (no aceptable), 2= algo atractiva (algo aceptable), 3= razonablemente atractiva (aceptable), 4= altamente atractiva (muy aceptable).
- Calcula el total de calificaciones de atractivo, que indica el atractivo de cada estrategia, cuanto mayor sea la calificación, más atractiva es la estrategia.
- Calcular la suma de totales de calificaciones de atractivo, los puntajes más altos indican estrategias más atractivas.

Por otro lado, la Tabla 34 muestra un ejemplo de MCPE del Cuerpo General de Bomberos Voluntarios donde se puede apreciar una pauta para generar un matriz CPE.

Tabla 34 Ejemplo de MCPE del Cuerpo General de Bomberos Voluntarios

Para incendios											
	1. Gestionar partida presupuestal para reequipamiento		2. Suscribir convenios con organismos internacionales para mejorar las competencias técnicas de los bomberos		3. Brindar capacitación a empresas sobre temas propios de la institución: prevención, control, y extinción de incendios, para obtener ingresos propios		4. Dotar al personal de equipos y maquinarias con tecnología de avanzada para el desempeño de sus labores		6. Coordinar con el Ministerio de Educación la inclusión de horas de capacitación en prevención de incendios		
Factores críticos para el éxito	Peso	PA	TPA	PA	TPA	PA	TPA	PA	TPA	PA	TPA
Oportunidades											
1. Buenas relaciones con Gobiernos de países desarrollados	0.05	3	0.15	4	0.20	2	0.10	4	0.20	2	0.10
2. Mayor presupuesto gubernamental por crecimiento del PBI	0.15	4	0.60	2	0.30	1	0.15	4	0.60	3	0.45
3. Cooperación internacional con países amigos	0.05	2	0.10	4	0.20	2	0.10	4	0.20	2	0.10
4. Avances en la tecnología de equipos y maquinaria para combatir incendios	0.13	1	0.13	3	0.39	3	0.39	4	0.52	3	0.39
5. Desarrollo de las comunicaciones	0.10	1	0.10	2	0.20	3	0.30	3	0.30	4	0.40
6. Estilos de vida de la población no orientada a la prevención	0.10	1	0.10	1	0.10	4	0.40	2	0.20	4	0.40
Amenazas											
1. Superposición de funciones con el INDECI en temas de prevención de incendios	0.14	4	0.56	3	0.42	1	0.14	2	0.28	2	0.28
2. Crecimiento poblacional sin cobertura de compañías de bomberos	0.13	4	0.52	1	0.13	1	0.13	2	0.26	2	0.26
3. Falta de prioridad por parte del Estado hacia el CGBV	0.15	3	0.45	3	0.45	4	0.60	2	0.30	4	0.60
Fortalezas											
1. Buena imagen ante la comunidad	0.10	4	0.40	4	0.40	4	0.40	4	0.40	4	0.40
2. Personal capacitado para combatir incendios y rescates derivados de estos	0.15	2	0.30	4	0.60	4	0.60	4	0.60	2	0.30
3. Vocación de servicio del personal voluntario	0.10	1	0.10	3	0.30	2	0.20	3	0.30	2	0.20
4. Incremento del presupuesto asignado	0.10	4	0.40	1	0.10	2	0.20	4	0.40	3	0.30
5. Manejo de estándares técnicos internacionales en prevención y combate de incendios	0.10	1	0.10	4	0.40	4	0.40	3	0.30	4	0.40
Debilidades											
1. Falta de un adecuado sistema de reconocimiento para el personal	0.05	1	0.05	1	0.05	1	0.05	2	0.10	1	0.05
2. Ausentismo del personal voluntario	0.12	1	0.12	3	0.36	2	0.24	3	0.36	2	0.24
3. Equipo y maquinaria obsoleta y no estandarizada	0.10	4	0.40	2	0.20	2	0.20	4	0.40	2	0.20
4. Falta de capacidad administrativa para la ejecución presupuestal	0.13	3	0.39	4	0.52	4	0.52	4	0.52	3	0.39
5. Falta de un campo de entrenamiento propio	0.05	1	0.05	3	0.15	3	0.15	4	0.20	1	0.05
Total	2.00		5.02		5.47		5.27		6.44		5.51

Nota. El criterio utilizado es retener las estrategias con puntajes iguales a 5.00 o más.

Fuente : (31)

LA MATRIZ DE RUMELT (MR):

Posee 4 criterios de evaluación de estrategias que es consistencia, consonancia, ventaja y factibilidad, donde se somete las estrategias específicas (31), la Figura 123 muestra los factores de evaluación que son: consistencia, consonancia, ventaja y factibilidad.

Figura 123 Criterios de evaluación de



Fuente : (31)

De esta manera, se podría aprobar si alguna estrategia posee el requisito de factibilidad y no cumple los otros tres factores; así sería muy riesgoso aprobar alguna estrategia que no cumpla el criterio de factibilidad (31). La figura 124 muestra los criterios de Rumelt para evaluar estrategias de una empresa pesquera y sirve como una ruta a seguir para poder realizar esta matriz.

Figura 124 Criterios de Rumelt para evaluar estrategias de una empresa pesquera

CRITERIOS DE RUMELT PARA EVALUAR ESTRATEGIAS DE UNA EMPRESA PESQUERA					
Estrategias	Consistencia	Consonancia	Ventaja	Factibilidad	Se acepta
Atrincheramiento					
1. Implementación de un sistema dymo jet, para producción de harina al vacío	si	si	si	si	si
2. Desarrollar el posicionamiento de la empresa implementado sistema rzw	si	si	si	si	si
3. Desarrollar un plan de cultura organizacional e identificación del personal	si	si	si	si	si
4. Desarrollar adecuados sistemas de información gerencial y de operaciones - Plan estratégico	si	si	si	si	si
Penetración en el Mercado					
5. Programa de optimización de gastos e inversión - Instalación de sistema Petrell	si	si	si	si	si
6. Control de calidad de exportaciones en punto de salida y empresa importadora en punto de llegada	si	si	si	si	si
7. Sistema que proteja sus transacciones comerciales a futuro	si	si	si	si	si
8. Desarrollar un programa de excelencia de la calidad	si	si	si	si	si
Desarrollo de producto					
9. Implementar un plan de contingencias	si	si	si	si	si
10. Incremento de flota, adquisición de más barcos	si	si	si	si	si

Fuente : (31)

LA MATRIZ ÉTICA (ME):

Logra verificar estrategias que no vulneren aspectos de derechos o justicia, relacionados a derechos que deben ser considerados por ley o costumbres por la justicia (31). La figura 124 muestra el formato de la matriz ética y cómo elaborarla.

La tabla 35 nos muestra el formato y un ejemplo de ME del sistema Educativo universitario pregrado privado donde nos muestra cómo se rellena ésta matriz.

Tabla 35 Ejemplo de ME del Sistema Educativo Universitario Pregrado Privado

Estrategias	Derechos							Justicia			Utilitarismo		Se acepta
	Impacto en el derecho a la vida	Impacto en el derecho a la propiedad	Impacto en el derecho al libre pensamiento	Impacto en el derecho a la privacidad	Impacto en el derecho a la libertad de conciencia	Impacto en el derecho a hablar libremente	Impacto en el derecho al debido proceso	Impacto en la distribución	Impacto en la administración	Normas de compensación	Fines y resultados estratégicos	Medios estratégicos empleados	
FO1 Acreditar las carreras y facultades	P	P	P	P	P	P	P	J	J	J	E	E	Sí
FO3 Penetrar el mercado con nuevas carreras, apropiadas a las necesidades de los distintos sectores productivos del país	P	P	P	P	P	P	P	J	J	J	E	E	Sí
FO4 Desarrollar incubadoras empresariales	P	P	P	P	P	P	P	J	J	J	E	E	Sí
FO5 Incorporar a representantes de los distintos sectores productivos en el proceso de diseño y de certificación de las carreras	P	P	P	P	P	P	P	J	J	J	E	E	Sí
FA1 Rediseñar la estructura de precios, para atender a los alumnos de los distintos NSE y en función de las carreras	P	P	P	P	P	P	P	J	J	J	E	E	Sí
FA3 Impartir cursos de nivelación previos al ingreso a carrera	P	P	P	P	P	P	P	J	J	J	E	E	Sí
DO1 Penetrar el mercado de las provincias, con infraestructura civil y tecnológica	P	P	P	P	P	P	P	J	J	J	E	E	Sí
DO2 Desarrollar competencias para docentes	P	P	P	P	P	P	P	J	J	J	E	E	Sí
DO3 Crear alianzas estratégicas con universidades extranjeras para promover los intercambios científicos y estudiantiles	P	P	P	P	P	P	P	J	J	J	E	E	Sí
DA1 Integrarse horizontalmente con centros de investigación científica	P	P	P	P	P	P	P	J	J	J	E	E	Sí
DA2 Realizar alianzas con diversos sistemas de acceso a bibliotecas y fuentes de datos mundiales, que promuevan el acceso y la generación de conocimientos	P	P	P	P	P	P	P	J	J	J	E	E	Sí
DA3 Publicar en revistas académicas de forma anual por docente	P	P	P	P	P	P	P	J	J	J	E	E	Sí

Nota. Derechos = (P) promueve, (N) neutral, (V) viola; justicia = (J) justo, (N) neutro, (I) injusto; utilitarismo = (E) excelente, (N) neutro, (P) perjudicial.

Fuente : (51)

La Matriz de Estrategias Retenidas y de Contingencia (MERC):

Son aquellas estrategias finales luego de las demás matrices que sirvieron como filtros que son estrategias primarias. Éstas estrategias sirven para evaluar los errores en la etapa de implementación y significan que su factibilidad debe ser analizada para su aceptación (31).

La Tabla 35 es un ejemplo de MERC del sistema educativo universitario posgrado privado donde se muestra la última etapa y qué estrategias quedaron para poder implementarlas con posterioridad.

Tabla 35 Ejemplo de MERC del Sistema Educativo Universitario Posgrado Privado

Estrategias retenidas	
FO1	Ampliar y modernizar la infraestructura con la implementación requerida para desarrollar investigación en las diversas ciencias básicas y aplicadas.
FO2	Incrementar la producción científica de calidad, publicando las mejores investigaciones y reconociendo económicamente a sus autores.
FO3	Crear alianzas estratégicas con universidades y escuelas de posgrado de prestigio internacional, suscribiendo convenios de cooperación para desarrollar programas de doble grado, intercambio de alumnos y profesores, viajes internacionales, entre otros.
FA1	Capacitar a los docentes y estudiantes de posgrado para el uso de las diversas funcionalidades que ofrecen las TIC, desarrollando competencias tecnológicas.
FA4	Optimizar el nivel académico de los docentes promoviendo la actualización permanente según su especialidad, en universidades de prestigio mundial.
DO1	Establecer alianzas estratégicas entre las empresas y las escuelas de posgrado privado para que sus líneas de investigación contribuyan a resolver las principales necesidades en el sector político, social y productivo.
DO4	Establecer convenios con entidades financieras y no financieras para que brinden facilidades especiales a los estudiantes y docentes involucrados en posgrados.
DA2	Flexibilizar los programas curriculares, actualizándolos según las exigencias del mercado mundial.
Estrategias de contingencia	
FA2	Incrementar la metodología de educación a distancia desarrollando actividades para el desarrollo de competencias, usando la plataforma interactiva.
FA3	Establecer diferentes grados de acreditación, según las características propias del currículo rígido, semiflexible, flexible, abierto o mixto.
DO2	Desarrollar carreras profesionales de acuerdo a las demandas de cada región.
DO3	Desarrollar la práctica de los valores, y compromiso efectivo en la solución creativa de problemas locales, regionales, nacionales e internacionales.
DA1	Desarrollar estrategias conjuntas entre el Ministerio de Trabajo y las escuelas de posgrado privado para la captación de profesionales especializados que contribuyan a elevar la competitividad del país.
DA3	Desarrollar programas para la gestión y logística del Sistema Universitario de Posgrado Peruano.

Fuente : (51)

La Matriz de Estrategias y Objetivos de Largo Plazo (MEOLP):

En esta evaluación de estrategias se evaluarán los factores de estrategias y los objetivos de largo plazo, se incluye todas las estrategias que no fueron retenidas en las anteriores matrices de evaluación (31). La Tabla 36 muestra un formato de cómo elaborar las estrategias versus los objetivos a largo plazo.

Tabla 36 Matriz de estrategias versus objetivos de largo plazo

VISIÓN						
OBJETIVOS DE LARGO PLAZO						
ESTRATEGIAS	1	2	3	4	5	6
1						
2						
3						
4						
5						

Fuente : (31)

La Matriz de Estrategias versus Posibilidades de los competidores y sustitutos (MEPCS):

Éste análisis se da con los competidores actuales, sustitutos y entrantes en una confrontación con las estrategias retenidas, finalmente se retendrán estrategias que deben iniciar el proceso de implementación de cada estrategia (31). La Tabla 37, muestra las posibilidades de los competidores a través de la elaboración de una matriz que se está utilizando.

Tabla 37 Matriz de Posibilidades de los competidores

POSIBILIDADES DE LOS COMPETIDORES						
Posibilidades competitivas	Estrategias retenidas	Posibilidades Competidor 1	Posibilidades Competidor 2	Posibilidades Competidor 3	Posibilidades Sustituto 1	Posibilidades Entrante 1
	Estrategia 1					
	Estrategia 2					
	Estrategia 3					
	Estrategia 4					
	Estrategia 5					

Fuente : (31)

DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

- **Diseño:** Refiere a boceto o esquema antes de concretar algo (53), en este trabajo se direccionará a un esquema de un planeamiento estratégico que muestra cómo se podría desarrollarse antes de implementarse .

- **Plan estratégico:** es una herramienta de la organización que sirve para cumplir su misión y alcanzar nuevas expectativas de la organización (33), en este trabajo de investigación se toma como una herramienta de secuencia que se debe de seguir para lograr tomar decisiones estratégicas.
- **Estrategias:** Refiere a acciones que resultan de decisiones de la alta gerencia y que requieren asignación de recursos de la empresa y que direccionan a ésta a lograr su visión y objetivos a largo plazo (31); en este trabajo de investigación será el resultado del diseño del plan estratégico.
- **Mercado:** Refiere al conjunto de clientes que está dentro de un sector que representa el principal foco que atiende la organización y es de vital importancia para la formulación de estrategias (31), en este trabajo de investigación se tomará como parte esencial para elegir y evaluar estrategias que se aplicarán en el futuro.
- **Entorno:** Refiere al ambiente que se encuentra fuera del control de la organización y deben de procurar tomar en cuenta para la toma de decisiones y cambios que se quieren realizar (31), en éste trabajo de investigación se toma como parte principal del estudio para toma de decisiones estratégicas.
- **Objetivos:** Refiere a planteo de una meta que posee cierto nivel de complejidad y es fundamental en un proceso de planificación (54), en este trabajo de investigación se tomará como uno de los pilares básicos del planeamiento estratégico.
- **Organización:** Refiere al lugar donde se puede implementar, favorece el cambio y dirección de las áreas funcionales (31), en este trabajo de investigación se tomará como parte esencial de estudio y el lugar donde se concentra la toma de decisiones.
- **Recursos:** Refiere a capacidades que son necesarias para la organización para poder implementar estrategias y cumplir objetivos (31), en este trabajo de investigación se tomará como parte esencial de la organización para lograr cumplir las estrategias.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. MÉTODO Y ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

La importancia de los métodos generales y específicos radica en que muestra la pauta que se debe seguir. Así como el conjunto de procedimientos, instrumentos o técnicas necesarias, aspectos operativos, etc. (55). De esta manera, es necesario conocer desde un primer momento el método general, pues direcciona todo el trabajo de investigación.

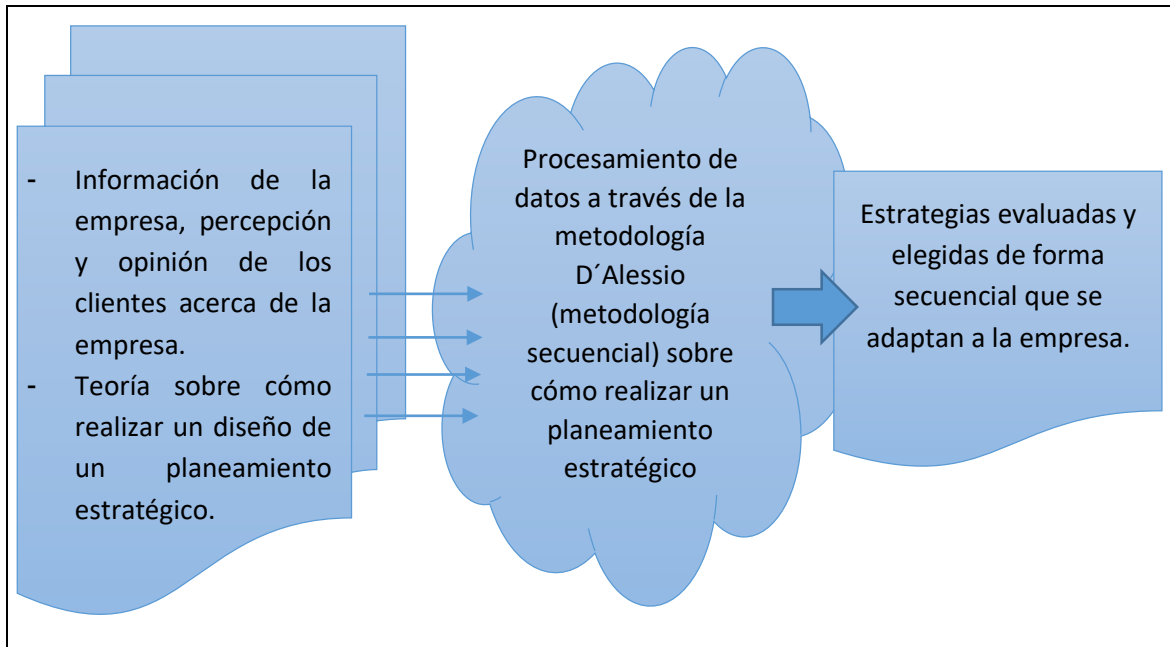
Método general o teórico de la investigación

Para el desarrollo general de la investigación, se utilizará el Método científico como método general. Debido a que es un método universal general para obtener conocimientos científicos que sirven para la investigación de diversas ramas de la ciencia (55). Por ello nos ayudará a comprobar si se puede validar la hipótesis o no, planteada en el presente trabajo de investigación. Asimismo, para el éxito de una investigación se debe de realizar diversos pasos como: planear una metodología; establecer los pasos para lograr los objetivos que se plantearon en la investigación; escoger, registrar, y analizar los datos recopilados; determinar los instrumentos para recolectar datos y si es factible poder crear o innovar instrumentos (55).

Por otro lado, existen métodos del método científico que han ido complementando a éste; en el presente trabajo de investigación se utilizará el método Inductivo que consiste en obtener conclusiones que parten de lo general a lo particular (56). De esta forma, partiremos de temas generales como teoría sobre planeamiento estratégico y se llegará a aplicar de forma sintética y particular dentro de la empresa, como se

puede observar en la Figura 125, se presenta lo elementos que se obtienen al final de la investigación y al comienzo de ésta.

Figura 125 Black Box del trabajo de



Fuente: Elaboración propia

Método específico de la investigación

Para el desarrollo específico de la investigación, se utilizará el Método descriptivo como método específico. Éste estudia hechos que se presentan en la realidad, observa y describe y analiza las cualidades de las variables, sin manipularlas (55). Esto encaja al objetivo del presente trabajo de investigación, pues para el diseño de un planeamiento estratégicos, no es necesario manipular la información debido a que solo es necesario evaluarlas mediante los procesos de un planeamiento estratégico y evaluar las mejores estrategias que se aplicarán con posterioridad en la empresa.

3.2. PLAN DE OBTENCIÓN DE DATOS:

Se detalla los pasos de cada método que se utilizará para el estudio de la presente investigación:

3.2.1. ENTENDIMIENTO INICIAL:

Es la primera etapa del planeamiento estratégico donde ésta que proporciona una visión general de la empresa y dónde solo se debe de recolectar la información, como se muestra en la Tabla 38.

Tabla 38 Plan de obtención de datos del entendimiento inicial

	Campo /Instrumento	Gabinete/Instrumento
Situación General de la empresa	Recolección de datos (Realizar una entrevista al gerente de la empresa o a un encargado), observación sobre datos generales de la empresa y su situación actual en aspectos administrativos, segmentos de mercado, etc.	Procesamiento y análisis de datos.
Misión, Visión, Valores y Código de Ética	Recolección de datos (Realizar una entrevista al gerente de la empresa o a un encargado), observación sobre la misión, visión, valores y código de ética de la empresa	Procesamiento y análisis de datos.

Fuente: Propia

3.2.2. ANÁLISIS EXTERNO E INTERNO:

En la segunda etapa donde se estudia y analiza en entorno externo e interno de la empresa, donde se puede tomar conclusiones generales de las mejores estrategias que se adaptan a la empresa y a su entorno, como se observa en la Tabla 39.

Tabla 39 Plan de obtención de datos del análisis externo e interno

	Campo /Instrumento	Gabinete/Instrumento
Análisis Pestec	Recolección de datos (Realizar una entrevista al gerente de la empresa o a un encargado),y observación sobre la situación política, socioeconómica, sociales, tecnológicas, ecológicas y competitivas.	Procesamiento y análisis de datos.
Modelo de la estructura del sector industrial	Recolección de datos (Realizar una entrevista al gerente de la empresa o a un encargado), y observación sobre estructura del sector industrial.	Procesamiento, análisis de datos.

Matriz del perfil competitivo MPC	Realizar la continuidad de la MEFE .	Procesamiento, análisis de datos de MEFE y presentación de cuadros.
Matriz del perfil referencial (MPR):	Realizar la continuidad de la MPC.	Procesamiento, análisis de datos de MPC y presentación de cuadros.
Matriz AMOFITH	Recolección de datos (Realizar una entrevista al gerente de la empresa o a un encargado), y observación sobre administración, marketing, operaciones, finanzas, recursos humanos, sistemas de información, tecnología e investigación.	Procesamiento y análisis de datos y presentación de cuadros.
Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)	Recolección de datos (Realizar una entrevista al gerente de la empresa o a un encargado), observación sobre factores internos.	Procesamiento, análisis de datos y presentación de cuadros.

Fuente: Propia

3.2.3. OBJETIVOS DE LARGO PLAZO Y LAS ESTRATEGIAS EN ACCIÓN:

En esta etapa del diseño del plan estratégico se logra plantear los objetivos a largo plazo y las estrategias para la empresa (31), como se observa en la Tabla 40.

Tabla 40 Plan de obtención de datos de objetivos a largo plazo y estrategias

	Campo /Instrumento	Gabinete/Instrumento
Matriz de Intereses Organizacionales (MIO):	Recolección de datos (Realizar una entrevista al gerente de la empresa o a un encargado), y observación sobre intereses organizacionales.	Procesamiento, análisis de datos y presentación de cuadros.
Objetivos a Largo Plazo (OLP)	Recolección de datos (Realizar una entrevista al gerente de la empresa o a un	Procesamiento, análisis de datos.

	encargado) y observación sobre objetivos a largo plazo.	
Estrategias	Recolección de datos (Realizar una entrevista al gerente de la empresa o a un encargado), y observación sobre estrategias.	Procesamiento, análisis de datos.
La matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA)	Recolección de datos (Realizar una entrevista al gerente de la empresa o a un encargado), y observación sobre fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.	Procesamiento, análisis de datos y presentación de cuadros.
La matriz de la posición estratégica y la evaluación de la acción (PEYEA):	Recolección de datos (Realizar una entrevista al gerente de la empresa o a un encargado), y observación sobre la posición estratégica y la evaluación de la acción (PEYEA).	Procesamiento, análisis de datos y presentación de cuadros.
La matriz del boston consulting group (BCG):	Recolección de datos, entrevista y observación sobre la posición estratégica y la evaluación de la acción (PEYEA).	Procesamiento, análisis de datos y presentación de cuadros.
La matriz interna – externa (IE)	Recolección de datos, entrevista y observación sobre la matriz interna y externa.	Procesamiento, análisis de datos y presentación de cuadros.
La matriz de la gran estrategia (GE):	Realizar la continuidad de la MIE.	Procesamiento, análisis de datos de MGE y presentación de cuadros.
La matriz de decisión:	Realizar la continuidad de FODA.	Procesamiento, análisis de datos de MDE y presentación de cuadros.
La matriz cuantitativa del planeamiento estratégico (MCPE):	Realizar la continuidad de FODA, PEYEA, BCG, IE y GE.	Procesamiento, análisis de datos de MCPE y presentación de cuadros.
La matriz de rumelt (MR):	Realizar la continuidad de MCPE	Procesamiento, análisis de datos de MR y presentación de cuadros.

La matriz ética (ME):	Realizar la continuidad de MR	Procesamiento, análisis de datos de ME y presentación de cuadros.
La Matriz de Estrategias Retenidas y de Contingencia (MERC):	Realizar la continuidad de ME	Procesamiento, análisis de datos de MERC y presentación de cuadros.
La Matriz de Estrategias y Objetivos de Largo Plazo (MEOLP)	Realizar la continuidad de MERC	Procesamiento, análisis de datos de MEOLP y presentación de cuadros.
La Matriz de Estrategias versus Posibilidades de los competidores y sustitutos	Realizar la continuidad de Matriz de MEOLP	Procesamiento, análisis de datos de Matriz de Estrategias versus Posibilidades de los competidores y sustitutos

Fuente: Propia

3.2.4. ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN

a. Tipo de investigación

Para el desarrollo de esta investigación, se utilizará el tipo de investigación aplicada, que está dirigida a solucionar problemas cotidianos de la sociedad por ser prácticos (55). De esta manera, el tipo de investigación adecuado debido a que es uno de los objetivos del presente trabajo de investigación.

Asimismo, existe tipos de investigación más específicos que se aplicarán al presente (31):

Por su alcance temporal: Transeccionales, debido a que es un estudio de un tema en un momento específico.

Por su profundidad: Descriptiva, debido a que tiene como propósito medir variables en una muestra o población definida.

Por su amplitud: Micro sociológica, debido a que el estudio se realizará en una sola empresa.

Por sus fuentes: Datos primarios y datos secundarios, debido a que se tomará como antecedentes los datos secundarios, pero se logrará elaborar datos primarios al realizar el estudio.

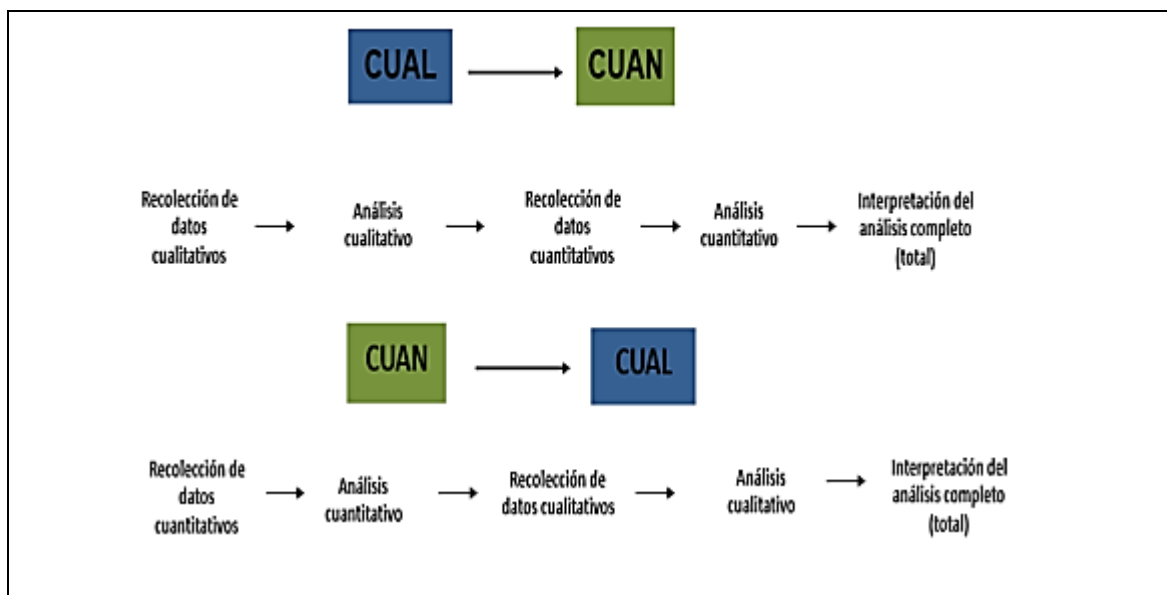
b. Nivel de investigación

Para el nivel de la investigación que se utilizará será el nivel descriptivo, que ocurre cuando se especifica características de fenómenos y no existe manipulación de variables (55), debido a que en el presente trabajo se va a evaluar el nivel descriptivo porque se describirá cómo diseño un plan estratégico en la empresa.

c. Diseño de la Investigación

Para el diseño de la investigación se utilizará el diseño mixto general secuencial que posee dos modalidades: Derivativa que es la recolección y análisis de datos cuantitativos sobre los resultados cualitativos; mientras la condición de diseño comparativa consta de dos etapas, la primera recaba datos cualitativos (base de información) y en la segunda se recolecta y analiza datos cuantitativos, obteniendo otra base de datos (57), como se muestra en la Figura 126 donde se muestra cómo es la secuencia de obtención y análisis de datos según la modalidad derivativa.

Figura 126 Diseño de investigación: Derivativa



Fuente: (57)

3.2.5. TIPO DE DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.

Para el desarrollo específico de la investigación mixta es el diseño transformativo secuencial (DITRAS), que se caracteriza por poseer dos etapas, donde la primera o la prioridad es elección del investigador y el resultado es que ambas etapas son integradas durante la interpretación (58), como se muestra en la Figura 127 donde se muestra cómo es la secuencia del diseño transformativo.

Figura 127 Esquema de diseño transformativo secuencial (DITRAS)



Fuente: (58)

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

La importancia de la población y la muestra radica en que a partir de una buena elección de la población dará como resultado una selección de la muestra, lo que permitirá conducir un análisis adecuado en la investigación y se hace referencia y predicción sobre toda la población para poder realizar conclusiones válidas, pues muestra representatividad (59).

3.3.1. POBLACIÓN

La población es el objeto de estudio sobre el cual recaen los análisis, estudios y conclusiones de la investigación (55).

Por ello, para esta investigación, la población objetivo la conforma el área administrativa de la empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial y los estudiantes del servicio del curso de formación en supervisores de seguridad y salud ocupacional; así como expertos en la industria.

3.3.2. MUESTRA

El muestreo sirve para que el investigador seleccione unidades que son de importancia vital para el trabajo de investigación y para obtener datos que permiten obtener información sobre la población de la cual fue seleccionada (60). Por otro lado, el muestreo por conveniencia es en base a conocimientos de la población, a quienes se elige adrede para formar parte de la muestra (55).

Por ello, para esta investigación se hará la técnica de muestreo de método secuenciales para métodos mixtos; el estudio de muestra con el área administrativa de la empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial.

- **Técnica de muestreo**

Para el muestreo se utilizará el muestreo no probabilístico o por conveniencia, como se muestra en la Tabla 41, donde se hace el conteo de las personas que han sido escogidas para ser parte de la aplicación de los instrumentos.

Tabla 41 Muestra de la empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial

Encuestados/ entrevistados	Cantidad
Personal administrativo	3
Estudiantes del curso de especialización	45
Expertos en la industria	2
TOTAL	48

Fuente: Propia

Por ello, trabajaremos con las 48 personas seleccionadas de la empresa H&S Consultoría en seguridad Industrial SAC, ya que es el total de personas en las que estamos interesadas sobre su opinión.

- **Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La técnica de investigación es el procedimiento para obtener datos o información, mientras el instrumento de recolección de datos, es utilizar algún recurso en cualquier formato para registrar o almacenar información (61). Asimismo, la importancia de las técnicas e instrumentos radica en que es necesario para realizar un proceso correcto y ordenado de obtención de datos, porque es necesario llevar a cabo.

- **Técnicas e instrumentos de investigación**

Técnicas utilizadas en la recolección de datos

Para el desarrollo de éste proyecto de investigación con método mixto, debido a que se utilizará la observación no experimental, como técnica utilizada para la recolección de datos, debido a que se usa para profundizar la exploración y se puede utilizar como instrumento de guía de observación (62); así como el uso de entrevistas semiestructuradas y encuestas con preguntas cerradas y abiertas que lograrán

recolectar los datos que se necesita para un planeamiento estratégico (63). De esta manera, se logrará profundizar el estudio del presente trabajo de investigación a través de la observación de datos relevantes que puede lograr un mejor diseño de planeamiento estratégico.

Instrumentos utilizados en la recolección de datos

Para el desarrollo de los instrumentos para el tratamiento de datos del diseño de planeamiento estratégico se utilizará dos instrumentos: Cuaderno de notas para tomar en cuenta los datos cualitativos que se pueda recabar de la observación y las entrevistas. Asimismo, se utilizará Excel para recolectar la información de las encuestas (63).

- **Técnica de procesamiento de datos**

Tipo de Análisis

Para métodos mixtos se utiliza procedimientos estandarizados, cuantitativos (estadística descriptiva diferencial) y procedimientos cualitativos (codificación y evaluación temática) y un análisis combinado. Éste análisis se realiza sobre datos directos o transformación de éstos (57).

Prueba estadística

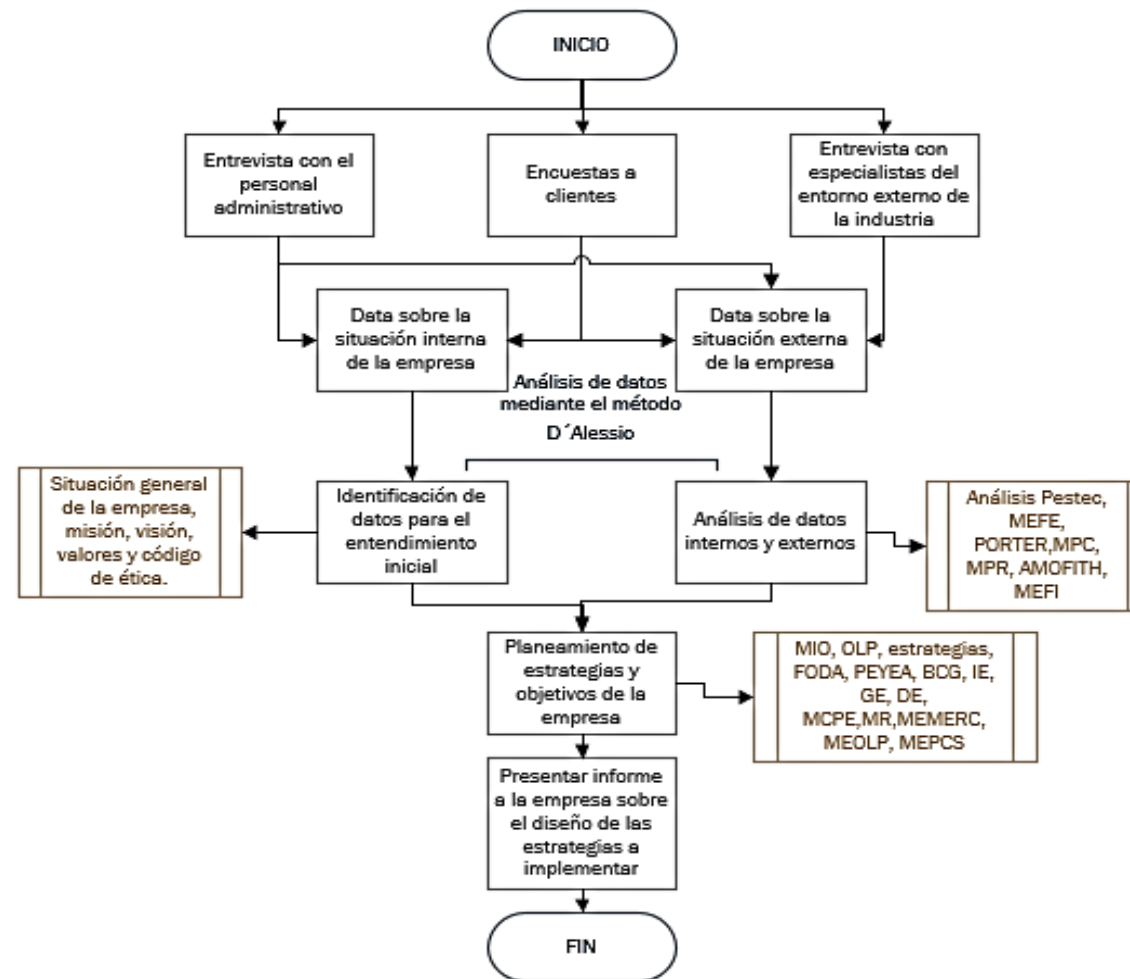
Para el desarrollo de la prueba estadística para el procesamiento de datos, se utilizará la prueba de análisis de factores debido a que el tipo de hipótesis es descriptiva.

- **Diseño de modelo teórico conceptual**

Modelo determinístico

El modelo a aplicarse en el siguiente trabajo es el determinístico debido a que se emplean datos completamente conocidos y las fórmulas a emplear son exactas dentro de los límites de la observación, para lograr un resultado preciso (64). Como se muestra en la (Tabla 42) el modelo presentado muestra cómo se desarrollará la investigación a través de una serie de pasos, culminando con el análisis de datos de ambas variables.

Tabla 42 Modelo determinístico



Fuente: Propia

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS DEL TRATAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Luego de haber aplicado los instrumentos de recolección de datos se realiza el tratamiento correspondiente y el análisis de datos. De esta manera se podrá realizar las conclusiones a la que llega la investigación luego de haber seguido todo el proceso que fue trazado con antelación. Así se mostrará el diseño del planeamiento estratégico que se debe hacer para la empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial, para el periodo 2019-2030.

Por ello, se ha realizado una serie de encuestas, entrevistas y de revisión de la información que se ha realizado con apoyo de la empresa, administrativos y clientes, ésta aplicación de instrumentos validados se encuentra en los anexos, en la parte final del trabajo de investigación.

4.1.1. RESULTADO PARA LOGRAR EXPLICAR EL OBJETIVO ESPECÍFICO 1

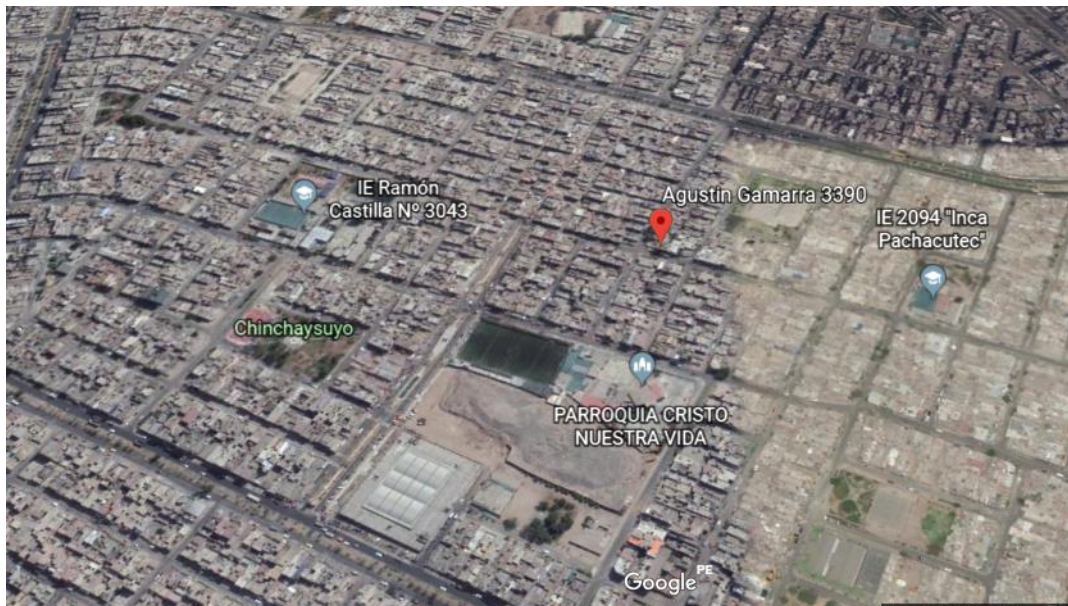
Realizar un diseño del entendimiento inicial de la empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial SAC para el periodo 2019-2030.

Situación General:

La empresa H&S consultoría en Seguridad Industrial SAC cuya razón social es Capacitaciones en seguridad industrial y medio ambiente, Implementación de Sistemas de Seguridad y Medio Ambiente, está ubicada en la calle Mariscal Agustín Gamarra N° 3390 – Co. Ama Kella 1ra Et. San Martín de Porres – Lima, como se muestra en la Figura. 147 la dirección legal de la empresa donde se posee los

principales archivos y documentación de la empresa, como se muestra en la Figura 128.

Figura 128 Plano de ubicación y delimitación geográfica del estudio



Fuente: Google Earth (37)

La empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial, es una empresa especialista en asesoría y capacitación en temas de seguridad industrial, como se muestra en la Figura. 129, la empresa posee objetivos definidos, el cual es el lema de existencia de la empresa.

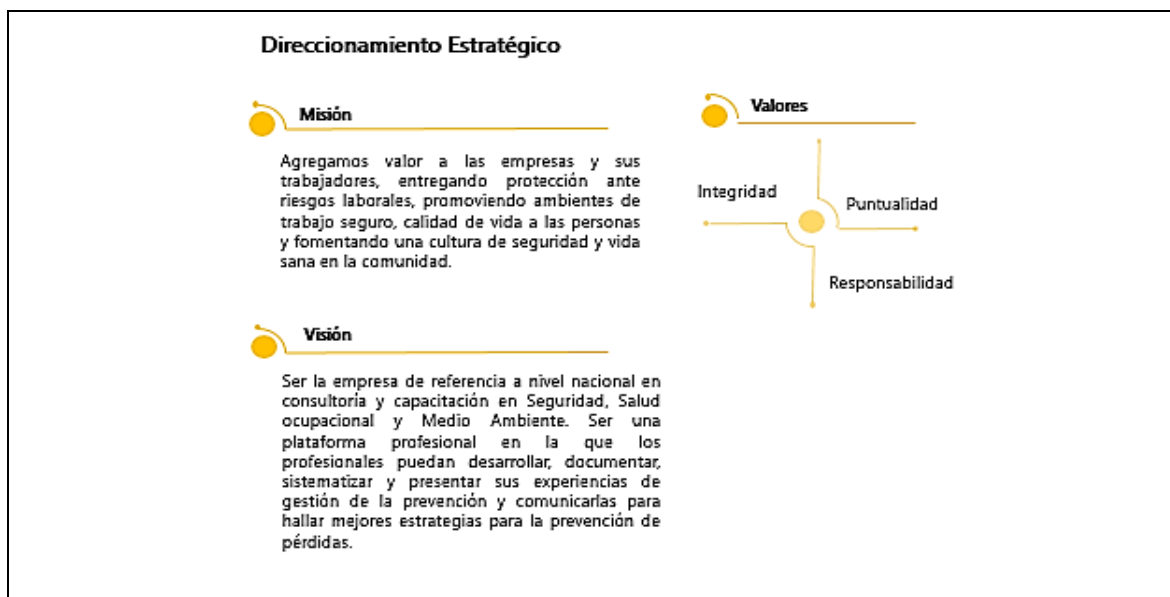
Figura 129 Presentación de la empresa H&S Consultoría en seguridad

¿Quiénes somos?	
<p><i>H&S CONSULTORÍA EN SEGURIDAD INDUSTRIAL S.A.C.</i>, es una empresa peruana especializada en brindar, consultoría y asesoría en temas de seguridad, salud en el trabajo, medio ambiente, optimización de los procesos e implementación de sistemas de gestión; aplicados a todos los sectores de producción y servicios, tanto en el sector público como el privado.</p> <p>Nuestro objetivo es brindar un servicio integral, el cual comprende: diagnóstico, implementación, supervisión y mejora continua de la seguridad en el trabajo.</p>	<p>Prevención de riesgos laborales, y control y monitoreo ambiental de las organizaciones.</p> <p>Contamos con profesionales con amplia experiencia en el área de seguridad en el trabajo, medio ambiente, y mejora y optimización de los procesos.</p> <p>Desarrollamos soluciones a la medida de las necesidades de nuestros clientes; que requieran adecuarse a la normativa nacional o contar con certificaciones internacionales.</p>

Fuente: (7)

Por otro lado, el direccionamiento que la empresa sigue es indispensable, en donde la misión muestra el eje vital de la empresa que es brindar valor a las empresas en cuanto a seguridad industrial, mientras que la visión muestra los objetivos a largo plazo que es ser una empresa competitiva a nivel nacional en su rubro, mientras los valores que se manejan son la integridad, puntualidad y responsabilidad, como se muestra en la Figura 130.

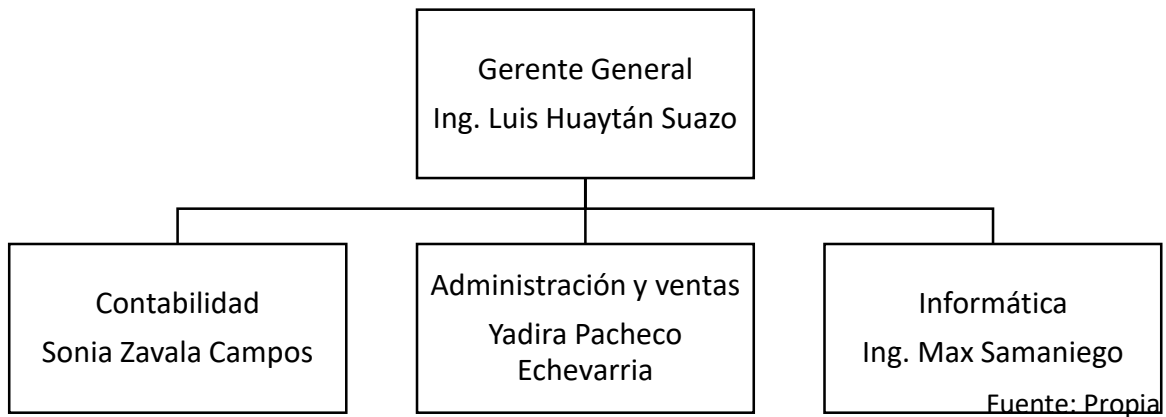
Figura 130 Direccionamiento estratégico H&S Consultoría en Seguridad Industrial SAC



Fuente: (7)

Por otro lado, la estructura organizacional de la empresa es la que se muestra en la Tabla. 43 donde el gerente general es la persona responsable del funcionamiento y es la imagen representativa de ésta, debido a que es uno de los docentes principales de los cursos, es la persona a cargo del área de consultoría de la empresa y firma los certificados como aval del tiempo invertido de cada estudiante. Por otro lado, la estructura lineal restante refiere a el área de contabilidad que se encarga de declarar ventas y finanzas, mientras el área de informática se encarga de le edición y mantenimiento del aula virtual. Mientras el área administrativa se encarga de la gestión de recursos necesarios para el desarrollo de los cursos como permisos de auditorios, logística, etc, así como el seguimiento del proceso de cada curso hasta la entrega de sus certificados, ya sea en la modalidad presencial o virtual; mientras el área de ventas, sobre dar informes de los cursos e inscripción de los estudiantes.

Tabla 43 Organigrama de la empresa H&S Consultoría en seguridad industrial SAC



La oferta de los cursos que se ofrecen se pueden observar en la Figura 131, donde todos estos se enfocan a la seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente.

Figura 131 Oferta de cursos de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC

Oferta de cursos

Perfil del Supervisor de Seguridad Industrial	Aplicación de Leyes y Reglamentos de Seguridad y Salud Ocupacional en Minería (Legislación En Seguridad Industrial y Minera – Ley 29783 OHS45 18001 - D5023-024 EM)	Reporte e Investigación de Incidentes e Accidentes	Matriz IPERC	Especialización en Formación de Supervisores Industriales
Salud Ocupacional	Seguridad Basada en el Comportamiento	Trabajos de Alto Riesgo	Implementación y Auditoría de Sistemas de Gestión de Seguridad	
	Primeros Auxilios	Medio Ambiente		

Fuente: (7)

De todos los cursos que ofrece la empresa, este trabajo de investigación se enfoca al curso de especialización “Formación en Supervisores en seguridad industrial y salud ocupacional”. Este curso ofrece tienen el convenio y aval con el Colegio de Ingenieros, dependiendo a la ubicación, con la sede departamental de la región, como se muestra en la Figura. 132.

Figura 132 Aval de la empresa H&S Consultoría en seguridad industrial SAC



Fuente: (7)

La metodología que ofrece la empresa en el curso de especialización es práctica y metodológica, como se muestra en la Figura 133.

Figura 133 Metodología de la empresa H&S Consultoría en seguridad industrial SAC



Fuente: (7)

La experiencia que la empresa ofrece radica en la cantidad de egresados que la empresa ha tenido en cuanto a cursos de capacitación, como se puede notar en la Figura 134.

Figura 134 Experiencia de la empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial



Fuente: (7)

Las ventajas competitivas en cuanto a los cursos que la empresa ofrece se observan en la Figura 135, donde se prepondera la misión de llevar y enseñar seguridad a los estudiantes y que éstos repliquen éste aprendizaje.

Figura 135 Ventajas competitivas de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC

Ventajas Competitivas

Nuestro curso es DIFERENTE a los demás cursos . ¿Qué lo hace diferente?

1. No somos del medio , por primera vez estamos aquí.
2. No somos lucrativos , nos interesa CONTRIBUIR con la comunidad Huancaina.
3. Traeremos ponentes que tienen amplia experiencia . Están en ejercicio profesional ACTUALMENTE.
4. Los expositores NO SON DE AQUÍ, “los estamos trayendo de las minas!” a alto costo .
5. El Ingeniero promotor trabaja en MINA actualmente.
6. Nuestra metodología es 100% practica.

Fuente: (7)

El público objetivo de la empresa en cuanto al curso de especialización en seguridad industrial se enfoca principalmente a personas de ambos sexos desde 21 a 34 años de nivel socioeconómico B, que se dedican o están interesados en el área de seguridad industrial de la ciudad de Huancayo y ciudades aledañas, como se muestra en la Figura 136.

Figura 136 Público objetivo de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC

Público Objetivo

- Estudiantes de últimos cursos de ingeniería y bachilleres. Con un nivel socio económico medio, con edades comprendidas entre los 21 y 34 años. Residenciados en la ciudad de Huancayo y ciudades aledañas.
- Profesionales, trabajadores en actividad , ingenieros mineros que se quieren dedicar a Seguridad y requieren una segunda especialización. Con edades comprendidas entre los 28 y 54 años. Residenciados en la ciudad de Huancayo y ciudades aledañas. Con un nivel socioeconómico medio alto.
- Empresas que desarrollan labores vinculadas a la seguridad en el trabajo y empresas que por ley deben capacitar a sus empleados en materia de seguridad industrial y salud ocupacional.

Fuente: (7)

Sin embargo, la oficina de la principal sucursal es en Av. Centenario 604 – Urb. San Carlos, Huancayo como se puede ver en la Figura. 137, donde queda la oficina principal de administración e informes, debido a que el producto principal de la empresa es el curso de Especialización en Formación de Seguridad Industrial y Salud

Ocupacional que representa un 60% del margen total de ganancias de la empresa (7), cuya tercera edición finalizó el 30 de noviembre del 2018, como se muestra en la Figura. 138.

Figura 137 Colegio de Ingenieros del Perú, Sede Departamental Pasco



Fuente: (65)

Figura 138 3ra edición del curso de formación de supervisores de seguridad y salud ocupacional, en el auditorio del CIP - Junín



Fuente: (7)

La empresa ofrece un servicio adicional, que es el curso de especialización de supervisores en seguridad industrial y salud ocupacional, en modalidad virtual. Como se puede observar en la Figura 139, donde se muestra el aula virtual para los estudiantes que optan por esta modalidad.

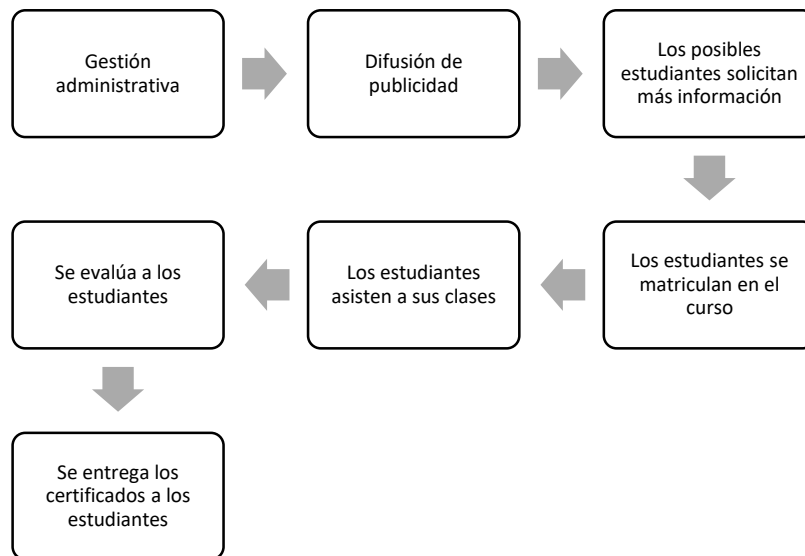
Figura 139 Aula virtual de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC



Fuente: (7)

El desarrollo del curso en modalidad presencial empieza con la organización de aspectos administrativos como reservación de las aulas, coordinación de fechas con los ponentes, preparativos de la logística y publicidad, etc. Como se muestra en la Tabla 44, donde se observa el siguiente diagrama de procesos.

Tabla 44 Diagrama de procesos de la empresa H&S, para el curso de especialización



Fuente: Propia

La empresa genera un plan de trabajo, como se muestra en la Figura. 140 donde se incluye datos informativos, presentación, introducción, finalidad, objetivos, difusión, organización, referencias legales, metodología, recursos, certificación, costos y ventajas competitivas, etc.

Figura 140 Plan de trabajo de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC

PLAN DE TRABAJO

I. DATOS INFORMATIVOS:

- 1.1 NOMBRE DE PROYECTO: Especialización en Formación de Supervisores de Seguridad y Salud Ocupacional
- 1.2 FECHA INICIO : 20/04/19
- 1.3 LOCALIDAD : Cerro de Pasco
- 1.4 MODALIDAD : Presencial
- 1.5 DURACIÓN : 5 horas (Cada clase) 8 módulos
- 1.6 HORARIO : 2:00 pm a 7:00 pm MODULO
- 1.7 PONENTE: Ing. Luis Huaytan Suazo

II. PRESENTACIÓN:

H&S CONSULTORÍA EN SEGURIDAD INDUSTRIAL S.A.C., es una empresa peruana especializada en brindar, consultoría y asesoría en temas de seguridad, salud en el trabajo, medio ambiente,

Fuente: (7)

Posteriormente se realiza la distribución de afiches, gigantografías e información en las redes sociales para dar a conocer el nuevo curso y captar la atención de posibles estudiantes, como se puede observar en la Figura 141, y Figura 142, donde se realizó la distribución de la publicidad.

Figura 141 Pegado de afiches en calles céntricas de la ciudad



Fuente: (7)

Figura 142 Colocación de banners y distribución de afiches en el colegio de ingenieros, Junín



Fuente: (7)

La empresa ofrece cada curso con aproximadamente 40 estudiantes en la formación de supervisores de seguridad con una variación de precios como muestra en la Figura

143 de acuerdo a su grado de educación y a la modalidad de pago debido a que el curso dura 4 meses.

Figura 143 Costos de inversión del curso de especialización en seguridad industrial SAC

REQUISITOS: - 2 fotos tamaño carnet
- Llenado de ficha de inscripción

administrador@seguridadminerahs.com. www.seguridadminerahs.com

INVERSIÓN:

MODALIDAD PRESENCIAL	MODALIDAD VIRTUAL
INSCRIPCIÓN : S/. 50.00	INSCRIPCIÓN : S/. 50.00
CERTIFICADO : S/. 50.00	CERTIFICADO : S/. 70.00

COSTO MODALIDAD PRESENCIAL:

- * PUBLICO EN GENERAL: S/.1,200.00
04 cuotas de S/.300.00
- * COLEGIADOS CIP JUNIN-HABILITADOS : S/.1,080.00
04 cuotas de S/.270.00
- * ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS : S/.1,000.00
04 cuotas de S/.250.00

PARA TODOS NUESTROS CLIENTES:
*Al pago del 50% del costo total obtiene un descuento 10%
*Al pago del 100% del costo total obtiene un descuento 15%

COSTO MODALIDAD VIRTUAL:

- * GENERAL : S/.840.00
02 cuotas de S/.420.00

CTA. CTE. BCP SOLES: 191-2499007-0-93
H&S CONSULTORIA EN SEGURIDAD INDUSTRIAL S.A.C.

RECLAME SU CD Y LAPICERO INSTITUCIONAL

Fuente: (7)

El curso consta de un total de 8 clases que se dan los sábados cada dos semanas con docentes calificados y que laboral actualmente en la mina, el certificado es firmado por el decano del colegio de ingenieros y a nombre del colegio de ingenieros por 180 horas como se muestra en la Figura 144, entrega de coffee break, materiales de estudio y las clases se dan en el auditorio del colegio de ingenieros, sede departamental Junín, a través de un convenio con la institución.

Figura 144 Modelo de certificado de la especialización en seguridad industrial



Fuente: (7)

Sin embargo, los problemas que enfrentan la empresa a partir de una recopilación personal y de primera mano, se puede concluir que existe pérdida de exámenes de parte de los docentes, los materiales no son completamente visibles, hay demora en subir notas, los correos enviados se van a spam, hay demora en recuperar las clases perdidas, existe algunas fallas técnicas y de tiempos en la subida de las clases virtuales, no existe un eficiente método de toma de asistencia y existe confusión de parte de los estudiantes en algunas cláusulas del reglamento interno.

Misión, Visión, Valores y Código de Ética:

a. Misión:

“Agregar valor a las empresas y a sus trabajadores, entregando capacitación y asesoría ante riesgos laborales, promoviendo ambientes de trabajo seguro, calidad de vida a las personas involucradas y fomentando una cultura de seguridad”, donde se observa la importancia que le da la empresa a compartir conocimiento y que ha sido replanteada con el conocimiento adquirido.

b. Visión:

“Ser la empresa integral de referencia a nivel nacional en consultoría y capacitación en Seguridad, Salud ocupacional y Medio Ambiente para el 2030. Además, ser una plataforma profesional donde se pueda desarrollar, documentar, sistematizar y presentar sus experiencias de gestión de la prevención y comunicarlas para hallar mejores estrategias para la prevención de pérdidas” de esta manera, la empresa se enfoca en las metas que desea alcanzar para el 2030 y que ha sido replanteada con el conocimiento adquirido.

c. Valores:

Los valores de la empresa son la integridad, puntualidad y responsabilidad, como se muestra en la Figura. 145, donde éstos valores rigen el comportamiento de cada trabajador y la política de convivencia.

Figura 145 Valores de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial



Fuente: (6)

d. Código de Ética:

El código de ética de la empresa rige en la responsabilidad que se tiene al certificar el conocimiento adquirido por los estudiantes en los cursos que ofrece la empresa, es por ello que los estudiantes deben asistir a las clases, pasar por exámenes y entregar tareas para demostrar si interiorizaron el conocimiento brindado; así, la empresa se niega rotundamente a certificar a estudiantes que no cumplan con los estándares establecidos.

Resultado para lograr explicar el objetivo específico 1

Se ha logrado realizar un diseño del entendimiento inicial de la empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial para el periodo 2019-2030, de esta manera hemos concluido que la empresa tenía una base de datos, un plan administrativo general muy bien planteado pero que necesitaba algunas correcciones y cambios. Así, la situación general de la empresa muestra cómo se ha venido desarrollando y los defectos que se deben de eliminar o reducir; mientras la misión, visión, valores y código de ética han sido replanteados para que se obtengan mejores resultados.

Resultado que explica el OBJETIVO GENERAL

Se ha logrado realizar el diseño la primera etapa de un plan estratégico de la empresa H&S Seguridad Industrial, para el periodo 2019-2030; debido a que se ha logrado terminar e interpretar la primera etapa para poder generar una secuencia con las siguientes etapas. Esto se demuestra al terminar de elaborar el primer objetivo específico y pasar al siguiente paso.

Primera hipótesis

Se logrará formular el diseño del entendimiento inicial de la empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial para el periodo 2019-2030.

- **Hipótesis nula**

NO Se logrará formular el diseño del entendimiento inicial de la empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial para el periodo 2019-2030.

- **Hipótesis alterna**

SÍ Se logrará formular el diseño del entendimiento inicial de la empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial para el periodo 2019-2030.

Prueba de hipótesis:

Conclusión: De esta manera, se logró diseñar la segunda hipótesis con el desarrollo del entendimiento inicial, por ello se acepta la hipótesis alterna.

4.1.2. RESULTADO PARA LOGRAR EXPLICAR EL OBJETIVO ESPECÍFICO 2

Realizar un diseño de la evaluación externa e interna de la empresa H&S Seguridad Industrial SAC para el periodo 2019-2030.

Análisis del Entorno o externo

ANÁLISIS PESTEC:

a. Situación Política, gubernamentales y legales:

Las variables políticas, gubernamentales y legales de la empresa se enfocan expresamente en el convenio con el Colegio de Ingenieros, sede departamental Junín o con otras instituciones que las empresas de la industria eligen para realizar convenios que generan un valor agregado a la certificación o a los beneficios que se ofrece, está incluido en la Figura 45; todo ello depende en dónde se va a aperturar el curso, condiciones y puntos específicos donde la empresa ,etc. (31).

Tabla 45 Variables Políticas, Gubernamentales, y Legales de la industria de los cursos en seguridad industrial

Variables Políticas, Gubernamentales, y Legales	
Principales	Secundarias
- Gestión de la decanatura del Colegio de Ingenieros del Perú, Sede departamental Junín.	- Partidos del Colegio de Ingenieros
- Instituciones, universidades, institutos, etc	- Derechos de propiedad intelectual
- Legislación laboral	- Relaciones con la decanatura del CIP
- Ley de seguridad en el trabajo y salud ocupacional	- Reglamento de las instituciones con las que se desea realizar convenios.
- Corrupción	

Fuente: Propia

Por ello, la empresa debería manejar mayor versatilidad en cuanto a convenios y variables políticas, debido a que éstas son temporales y cambian de perspectiva según la actualidad o personas que están al mando de las instituciones que se mencionan; de esta manera, la empresa ya no se vería dañada por cambios no previstos en cuanto a convenios, beneficios que ofrece o contenido didáctico.

b. Situación económica:

Las variables económicas y financieras de esta industria se muestran en la Figura 46, donde los principales costos que la empresa realiza, los que se deben de tener controlado y reducir el monto que se realiza por cada mes.

Tabla 46 Variables Económicas y Financieras de la industria de los cursos en seguridad industrial

Variables Económicas y Financieras	
Principales	Secundarias
- Costo de capital humano	- Sistema económico
- Costo de recursos humanos mediante tercerización	- Emisión de boletas y facturas
- Costo de vida de la segmentación de mercado.	- Recolección de boletas y facturas
- Costos fijos y variables	- Costo por convenios

Fuente: Propia

De esta manera, la empresa debería invertir más en su capital humano para evitar rotación constante, así como fijar la calidad de ciertos costos fijos como el catering o los materiales de estudio, los cuales son importantes para la imagen de la empresa.

c. Situación Sociales, Culturales y Demográficas:

Las variables sociales, culturales y demográficas de la industria se enfocan principalmente en aquellas que forman parte del público objetivo o delimitan ciertos aspectos que forman partes de los clientes potenciales (31), como se puede observar en la Figura 47.

Tabla 47 Variables Sociales, Culturales y Demográficas de la industria de los cursos en seguridad industrial

Variables Sociales, Culturales y Demográficas	
Principales	Secundarias
- Cultura de crecimiento profesional	- Responsabilidad social sobre la seguridad de los trabajadores.
- Tasa de cantidad de ingenieros que poseen especialización en seguridad industrial.	
- Brinda capacitación gratuita a sectores vulnerables como: trabajadores de limpieza de las municipalidades, etc.	

Fuente: Propia

De esta manera, es importante cambiar la perspectiva de lo que la empresa ofrece de acuerdo a la ciudad donde se va a desarrollar, tomando en cuenta los aspectos sociales, culturales y demográficas; por ejemplo, no se puede impartir la misma malla curricular en ciudades donde se desarrolla minería a tajo abierto o socavón.

d. Situaciones tecnológicas y científicas:

Las variables tecnológicas y científicas de la empresa que se enfoca para el uso del aula virtual en esta modalidad; como se muestra en la Figura 48 se incluyen las variables que se podrían agregar en la empresa. En otros casos, la implementación de hologramas o nuevos dispositivos tecnológicos.

Tabla 48 Variables Tecnológicas y científicas de la industria de los cursos en seguridad industrial

Variables Tecnológicas y científicas	
Principales	Secundarias
- Uso de tecnologías de la información	- Estudios de investigación sobre la empresa.
- Uso de asistencia dactilar	
- Uso de aula virtual y página web	

Fuente: Propia

La empresa debería considerar plenamente incluir mayor tecnología debido a que es parte de generar mayor competitividad y agregar valor a lo que se ofrece; por ejemplo, tablets como instrumento de aprendizaje. Así como enfrentar los cambios que la globalización impone.

e. Situación Ecológica y Ambiental:

En cuanto a variables ecológicas y ambientales se enfocan principalmente a la logística invertida que se debe de manejar en cuanto a útiles de oficina y cómo la empresa ayuda a mejorar la calidad ambiental a través de sus cursos (31), como se muestra en la Figura 49.

Tabla 49 Variables ecológicas y ambientales de la industria de los cursos en seguridad industrial

Variables ecológicas y ambientales	
Principales	Secundarias
- Cursos referidos a la calidad ambiental	- Estudios de investigación sobre la empresa.
- Cultura del reciclaje y ahorro de papel	
- Manejo de desperdicios y desechos	

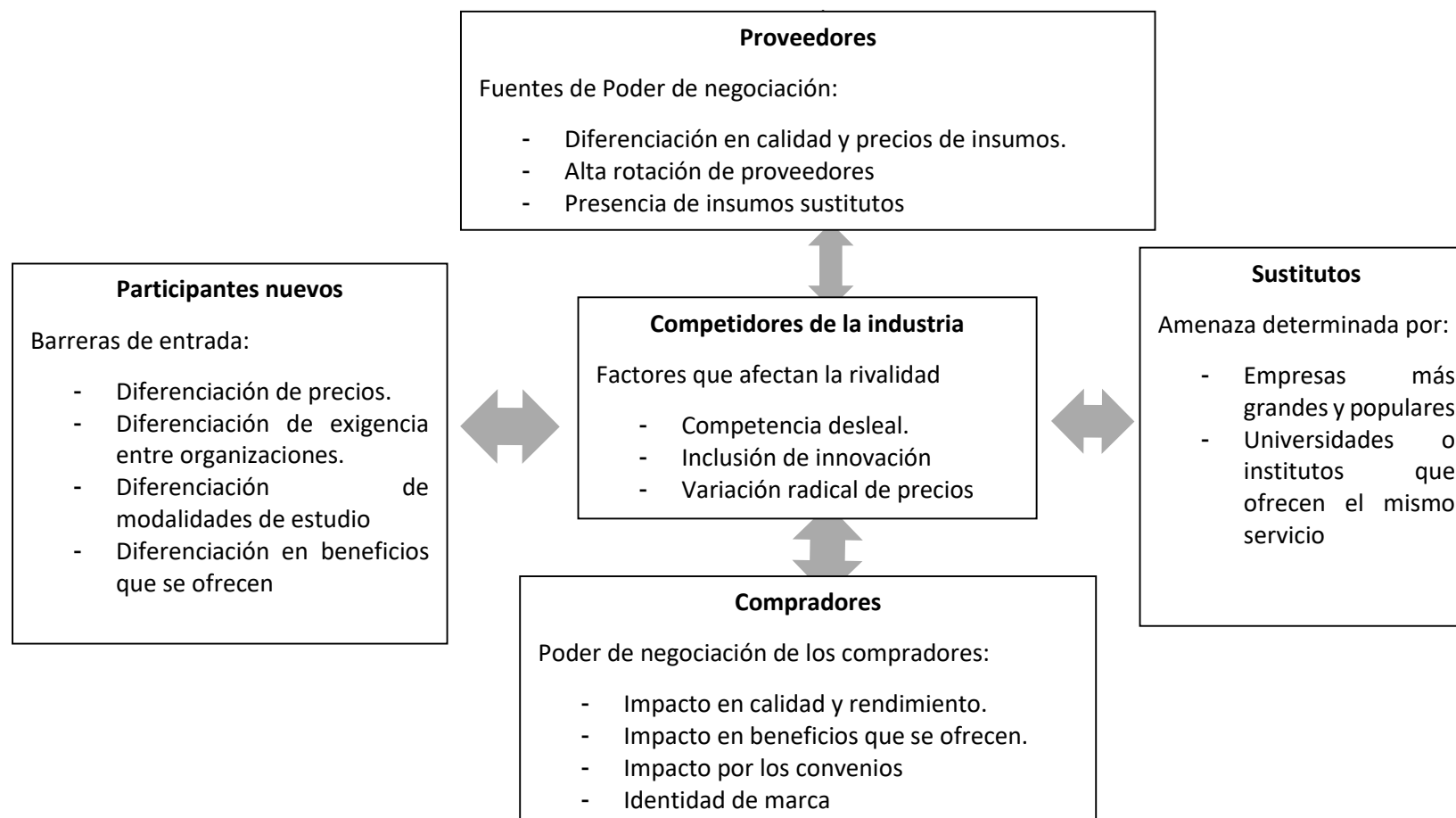
Fuente: Propia

La empresa debe poner dentro del protocolo de la empresa, que se deba de reutilizar materiales y hojas, así como reducir el uso de papel o papelotes. De esta manera, se lograría contribuir al medioambiente y dar una imagen eco amigable de la empresa.

f. Situaciones competitivas (fuerzas de porter):

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS MEFE:

Tabla 50 Matriz de evaluación de factores externos MEFE (Fuerzas de Porter)



Fuente: Propia

Sustitutos:

- Maestrías de Seguridad Industrial de la UNCP
- Maestrías y Diplomas de Seguridad Industrial de la Universidad Continental

Compradores:

- Estudiantes de pregrado o público en general que buscan especializarse en el área de seguridad industrial.
- Profesionales que buscan certificar su conocimiento

Participantes nuevos:

- Instituto de Seguridad “UNO”

Proveedores:

- Catering “Trial”
- Fotocopiadoras
- Librerías

Competidores de la industria:

La tabla 50, muestra las fuerzas de Porter donde los competidores en la industria poseen competencia desleal, inclusión de innovación, pero pertenecen al mismo segmento de mercado y ofrecen el mismo servicio donde éstos son: Ceadem, instituto Prime, overall, Coesem, Ceesproam, Cenesam, Equipo Perú Prevenir y CACP Perú, donde previamente se hizo un estudio de cada una de ellas. Por otro lado, los proveedores son elegidos con diferenciación de calidad, análisis de costes y comparación de análisis de la competencia; en el caso específico de la empresa, los proveedores son: Hotel confort, agencia de transportes “Oltursa”, así como los ponentes que ofrecen clases en los cursos, y librerías en general que son esenciales para el desarrollo del curso. Asimismo, los sustitutos de la empresa se caracterizan por brindar mejores y nuevos beneficios, precios y promociones, donde el principal sustituto es un Diplomado ofrecido por una universidad; por ejemplo, la maestría en seguridad y salud ocupacional en minería, como se muestra en la Figura 146, ofrecido

por la Universidad del Centro del Perú, en convenio del Colegio de ingenieros, Consejo departamental Junín.

Figura 146 Maestría de la UNCP en seguridad y salud ocupacional en minería

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO DEL PERÚ
UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE INGENIERÍA DE MINAS
Universidad Licenciada con Resolución N° 022 - 2019 -SUNEDU CD

DOCTORADO
• SEGURIDAD Y CONTROL EN MINERÍA

MAESTRÍAS
• SEGURIDAD Y MEDIO AMBIENTE EN MINERÍA
• SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL EN MINERÍA
• GESTIÓN MINERA

INVERSIÓN
MAESTRÍAS
• INSCRIPCIÓN: S/ 181.00 (código 1871 - BANCO DE LA NACIÓN).
• MATRÍCULA: S/ 200.00 (cada ciclo).
• PENSIÓN: S/ 500.00 (mensual).
DOCTORADO
• INSCRIPCIÓN: S/ 201.00 (código 1872 - BANCO DE LA NACIÓN).
• MATRÍCULA: S/ 250.00 (cada ciclo).

SEGUNDA ESPECIALIZACIÓN
• INGENIERO ESPECIALISTA EN GEOMECÁNICA

INSCRIPCIONES:
04 de marzo hasta 06 de abril de 2019
Inscripciones en línea: www.uncp admisión.edu.pe

Informes:
Unidad de Posgrado de la Facultad de Ingeniería de Minas
Pabellón "E" 1er. piso
Av. Mariscal Castilla N° 2909 - 4039
Lunes a Viernes de 08:00 a.m. a 02:00 p.m.
954 086781 - 995 626397
964 348020 - 963 549008
posgradominas_uncp@hotmail.com
uncp posgradominas@gmail.com
www.uncp.edu.pe

EXAMEN DE ADMISIÓN
07
DOMINGO
ABRIL

Fuente: (66)

Por otra parte, los compradores que son los estudiantes que se inscriben a los cursos buscan impacto en calidad y rendimiento, impacto en beneficios que se ofrecen, impacto por los convenios, e identidad de marca. Donde nuestro público objetivo se enfoca principalmente a personas de ambos sexos desde 21 a 34 años de nivel socioeconómico B, que se dedican o están interesados en el área de seguridad industrial de la ciudad de Huancayo y ciudades aledañas. Finalmente, los participantes nuevos buscan diferenciación de precios, diferenciación de exigencia entre organizaciones y diferenciación de modalidades de estudio, en donde la empresa debe enfocarse para que pueda aumentar sus ventas.

Matriz AMOFITH:

a. Administración y gerencia (A):

La empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial, tiene una conformación orgánica donde se depende directamente del Gerente General, quien es parte de la alta dirección; por otro lado, se encuentra debajo la administración general que logra concretar los acuerdos fijados con el gerente general. De esta manera, estos cargos representan la dirección de la empresa.

Sin embargo, considero que la alta gerencia podría mejorar su productividad si aislara la impulsividad y se tomara en cuenta los acuerdos que se hacen en conjunto con los trabajadores, para no crear confusión de situaciones o factores que se le pueden olvidar a la persona encargada en la alta gerencia.

b. Marketing y ventas (M):

La administración asume el plan de Marketing que se tiene en la empresa, es decir se encarga de la logística, pedidos, recojo y dirección de todos los materiales y accesorios para llevar a cabo el marketing de los servicios. Asimismo, la administración cumple el rol de ventas ayudándose del marketing y publicidad realizado para incrementar ventas e mayor conocimiento de la marca; donde se realiza un trabajo de post venta hasta que se culminen los servicios como entregas de informes de consultoría o culminación de cursos; sin embargo, una propuesta que siempre está presente es de realizar un plan de marketing para poder llegar de forma más eficiente al público objetivo.

Por otro lado, considero que la empresa debería realizar un plan de marketing para poder invertir correctamente en publicidad sin realizar desperdicios como se hacen actualmente, con los trípticos.

• Operaciones y logística (O):

La administración se encarga de las operaciones que se realizan para brindar el servicio de capacitación, asimismo de la logística para poder llevar a cabo los cursos de capacitación como compra de materiales, insumos, etc. En el caso de la empresa, la logística se enfoca en materiales de estudios, souvenirs que se entrega a los estudiantes y el break por cada clase.

Por otro lado, la empresa podría implementar un estándar de calidad en las operaciones y logística, como estandarizar la calidad de las impresiones o el catering que se dan, como parte del servicio ofrecido de la empresa para mejorar la imagen de ésta.

- **Finanzas y contabilidad (F):**

El área de contabilidad de encarga de las declaraciones anuales, mensuales de los ingresos y egresos de la empresa; así como el apoyo en el seguimiento de pagos de la mensualidad en los cursos de capacitación. Asimismo, la empresa posee gastos fijos y variables como muestra la Tabla 51 donde se puede observar los tipos de gastos que hace la empresa; de esta manera se puede replantear éstos y en algunos casos, su logística.

Tabla 51 Gastos fijos y gastos variables de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC

GASTOS FIJOS	GASTOS VARIABLES
Teléfono	Materiales
Internet	Coffe Break
Honorarios	Certificados
Movilidad	

Fuente: (7)

La empresa debería de fijar montos fijos o promedios en gastos de representación o viáticos, para así no generar gastos excesivos.

- **Información y comunicaciones (I):**

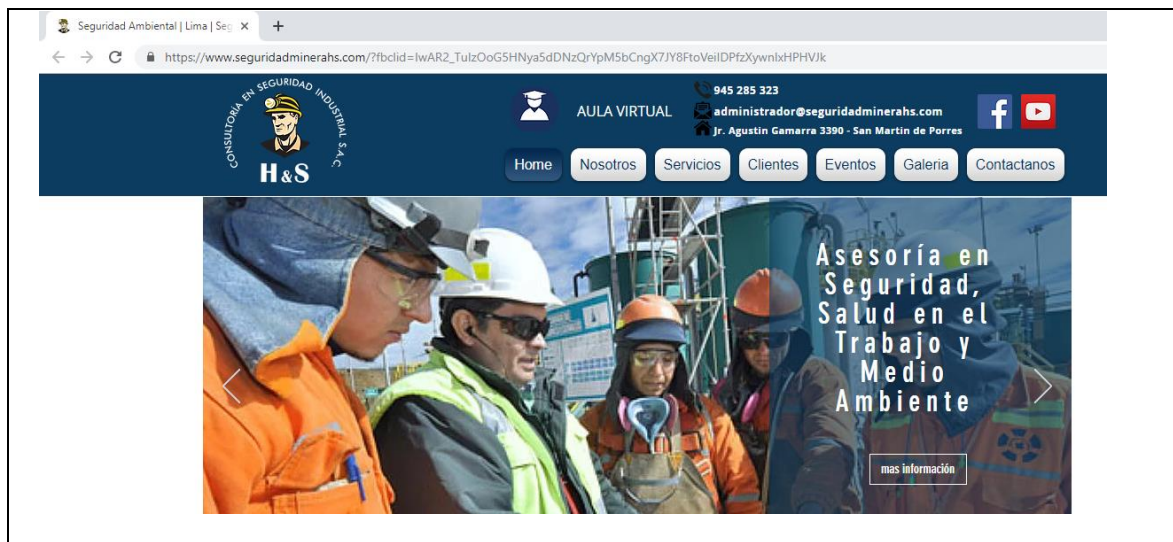
La empresa cuenta con una página web y un aula virtual para brindar información de la empresa y la modalidad virtual del curso de especialización en seguridad industrial, para ello se cuenta con un personal de mantenimiento y manejo de estos recursos virtuales que son actualizados de acuerdo a la orden del gerente general o los capacitadores, como se muestra en la Figura 147; asimismo, existe una página web donde se postea información sobre la empresa relevante y se tiene una memoria de fotos sobre la experiencia de la empresa como se muestra en la Figura 148 , así como una página de Facebook donde se postean información sobre la publicidad de los cursos que la empresa ofrece que se muestra en la Figura 149.

Figura 147 Aula virtual de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC



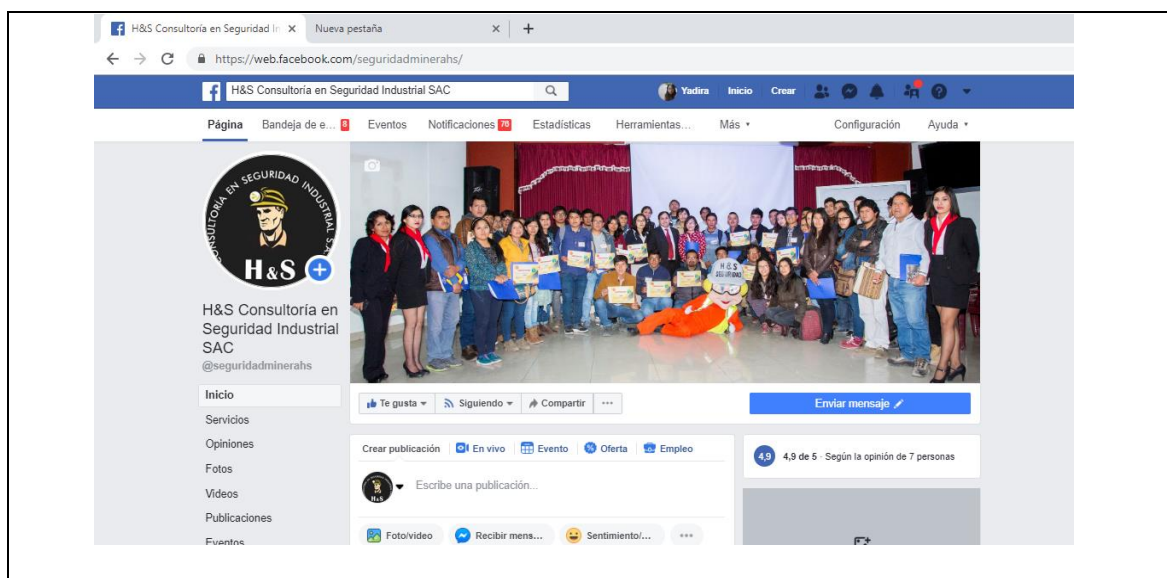
Fuente: (7)

Figura 148 Página web de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC



Fuente: (7)

Figura 149 Página de Facebook de la empresa H&S consultoría en seguridad



Fuente: (67)

La plataforma de redes sociales y el aula virtual debes ser actualizadas constantemente, incluso se debería de generar un plan de manejo y cronograma de publicaciones para mantener activa la página de Facebook y con un gran alcance de seguidores, así como un aumento de éstos, lo cual no se da actualmente. De esta manera, la competencia posee mayor cantidad de seguidores y se mantiene más activa.

- **Tecnología e investigación y desarrollo (T):**

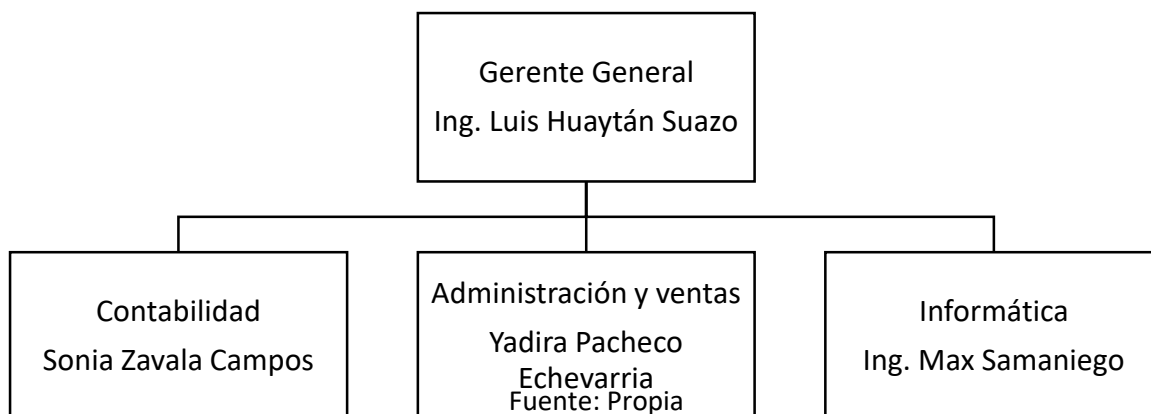
En cuanto a tecnología en la empresa, ésta se da en la proyección de las diapositivas en los cursos de capacitación; sin embargo, la empresa considera en adquirir unas tablets para el uso de los estudiantes para visualizar las diapositivas. Por otro lado, en cuanto a investigación y desarrollo la empresa siempre ha elaborado un plan estratégico por la lata gerencia; asimismo, se pretende generar una información precisa de cómo corregir errores y trazar nuevos objetivos a partir de los resultados de ésta investigación.

Las empresas de la competencia, sobre todo la empresa Overall maneja mejor este factor debido a que posee un aula virtual con mayor alcance, posee publicidad virtual en su infraestructura e incluirá próximamente hologramas en sus ponencias, tal como refiere un docente de la empresa.

- **Recurso Humanos (H):**

Como muestra la Tabla 52. Son los trabajadores dentro de la empresa que son direccionados y evaluados por el gerente general, que se encarga de esta área. Asimismo, el área de recursos humanos es responsable de la selección y contratación de todo el personal inmerso en la empresa, así sean practicantes o tercerización en algunos servicios.

Tabla 52 Organigrama de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC



Las empresas usualmente pretenden ahorrar dinero en el personal que contratan, en algunos casos provocando así el alejamiento del capital humano productivo, de esta manera la mayoría de empresas de la industria posee un índice de rotación muy alto en cuanto a recursos humanos.

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (MEFE):

En las siguientes tablas y gráficos que a continuación se muestran reflejan los resultados obtenidos del estudio sobre la matriz de evaluación MEFE.

Tabla 53 Matriz de evaluación de los factores externos (MEFE) de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC

FORMATO DE LA MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES EXTERNOS (MEFE)			
FACTORES DETERMINANTES DE ÉXITO	PESO	VALOR	PONDERACIÓN
Oportunidades			
1. Los clientes potenciales y clientes (estudiantes relacionados a la seguridad industrial) requieren cursos virtuales.	0.15	3	0.45
2. Existe un gran segmento de mercado que busca cursos de especialización en seguridad, debido al auge de la seguridad industrial en las empresas por la Ley 29783.	0.11	3	0.33
3. Desarrollo de nuevos productos debido a la demanda de cursos en ésta área .	0.08	3	0.24
4. Posibilidad de convenio con otras instituciones	0.08	3	0.24
5. Crecimiento de demanda y posibilidad de aperturar cursos de capacitación en seguridad industrial en otras ciudades.	0.08	4	0.32
TOTAL	0.5		1.58
Amenazas			
1. Incremento de la competencia y oferta de productos sustitutos.	0.10	2	0.2
2. El mercado posee una entrada fácil a nuevos competidores, con nuevas empresas.	0.10	3	0.3
3. Venta de certificados a estudiantes que no se presentan a clases ni poseen algún tipo de formación.	0.08	2	0.16
4. Publicidad falsa sobre los beneficios que ofrecen otras empresas	0.05	2	0.1
5. Rotación media de docentes capacitadores	0.05	3	0.15
6. Cambio constante del mercado debido a nuevas tecnologías de la información.	0.05	2	0.1
7. El mercado posee una gran variabilidad de precios	0.07	2	0.14
TOTAL	0.5		1.15
	1		2.73

4=Fortaleza mayor 3=Fortaleza menor 2=Debilidad menor 1=Debilidad mayor

Fuente: Elaboración propia

Nota: Ésta matriz ha sido extraída y adaptada a las necesidades del presente trabajo de investigación del “Proceso estratégico de un enfoque de Gerencia” por F. D’Alessio, 2008.

INTERPRETACION: en la tabla 53, podemos observar la matriz de evaluación de factores externos, donde el total del promedio es de 2.73, lo cual refiere a que la empresa en cuanto al entorno externo responde a que las oportunidades son bien aprovechadas, pero deberían serlo aún más. Asimismo, sobrepasa el puntaje del 2.5 lo que nos indica que la empresa mantiene una posición externa fuerte. De esta manera, se podría deducir que se está respondiendo correctamente las oportunidades y amenazas existentes en la industria. Por ende, la empresa podría expandirse a nivel nacional y penetrar nuevos mercados.

Por otro lado, la empresa logra reducir las amenazas, pero no a gran escala; lo cual debería de mejorarse en ese aspecto. Específicamente, en el ítem de oportunidades: los clientes potenciales y clientes (estudiantes relacionados a la seguridad industrial) requieren cursos virtuales, es donde la empresa posee la gran oportunidad de expandir la empresa, debido a que posee modalidad virtual en el curso de especialización en seguridad. Mientras, la amenaza que menos puede manejar la empresa es la venta de certificados a estudiantes que no se presentan a clases ni poseen algún tipo de formación, lo cual genera una amenaza tanto para los estudiantes y como para las empresas, debido a que es un estudiante sin conocimientos sobre seguridad y cómo liderar en éste aspecto con los trabajadores, por ese lado, la empresa no puede competir con esta competencia desleal, pero puede reducir esta amenaza a través de proporcionar mayor información sobre estos temas a los clientes y clientes potenciales.

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO (MPC):

Tabla 54 Formato de la matriz de perfil competitivo (MPC) de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC

FORMATO DE LA MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO (MPC)							
	La organización			Competidor 1: INSTITUTO OVERALL		Competidor 2: INSTITUTO PRIME	
FACTORES CLAVE DE ÉXITO	PESO	VALOR	PONDERACIÓN	VALOR	PONDERACIÓN	VALOR	PONDERACIÓN
Participación de mercado	0.08	3	0.24	3	0.24	3	0.24
Eficiencia de la organización	0.09	3	0.27	3	0.27	3	0.27
Calidad del servicio	0.11	3	0.33	3	0.33	3	0.33
Infraestructura	0.06	3	0.18	3	0.18	4	0.24
Material didáctico	0.07	3	0.21	3	0.21	3	0.21
Publicidad	0.10	3	0.3	3	0.3	4	0.4
Competitividad en los precios	0.08	2	0.16	2	0.16	2	0.16
Beneficios que ofrece	0.10	3	0.3	4	0.4	3	0.3
Ponentes	0.11	4	0.44	4	0.44	3	0.33
Versatilidad para solucionar problemas	0.11	3	0.33	3	0.33	4	0.44
Recursos humanos	0.09	3	0.27	3	0.27	3	0.27
TOTAL	1.00		3.03		3.13		3.19

4=Fortaleza mayor 3=Fortaleza menor 2=Debilidad menor 1=Debilidad mayor

Nota: Ésta matriz ha sido extraída y adaptada a las necesidades del presente trabajo de investigación del “Proceso estratégico de un enfoque de Gerencia” por F. D’Alessio, 2008.

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: en la tabla 54, podemos observar la MPC con 11 ítems de evaluación y la empresa ha obtenido un puntaje de 3.03, donde se sitúa muy próxima a la competencia. Se desprende que se debe de mejorar en los ítems de infraestructura, beneficios que ofrece; mientras que, en cuanto a los ítems de participación de mercado, eficiencia en la organización, calidad de servicio, material didáctico, publicidad, competitividad en precios, ponentes y versatilidad para solucionar problemas, la empresa H&S necesita mejorar aún más en estos aspectos para poder sacar aún más ventaja de la competencia.

MATRIZ DE PERFIL REFERENCIAL (MPR):

Tabla 55 Matriz de Perfil Referencial (MPR) de la empresa H&S consultoría en Seguridad industrial SAC

Factores clave de éxito	Matriz de Perfil Referencial							
	Peso	La organización		Referencia 1: IGH GROUP		Referencia 2: ISEM		
		Valor	Ponderación	Valor	Ponderación	Valor	Ponderación	
Participación de mercado	0.08	2	0.16	4	0.32	4	0.32	
Eficiencia de la organización	0.09	3	0.27	4	0.36	4	0.36	
Calidad del servicio	0.11	3	0.33	3	0.33	4	0.44	
Infraestructura	0.06	2	0.12	4	0.24	4	0.24	
Material didáctico	0.07	2	0.14	3	0.21	4	0.28	
Publicidad	0.10	3	0.30	3	0.30	4	0.40	
Competitividad en los precios	0.08	2	0.16	4	0.32	4	0.32	
Beneficios que ofrece	0.10	3	0.30	4	0.40	4	0.40	
Ponentes	0.11	4	0.44	4	0.44	4	0.44	
Versatilidad para solucionar problemas	0.11	3	0.33	3	0.33	3	0.33	
Recursos humanos	0.09	3	0.27	4	0.36	4	0.36	
TOTAL	1.00		2.82		3.61		3.89	

4=Fortaleza mayor 3=Fortaleza menor 2=Debilidad menor 1=Debilidad mayor

Nota: Ésta matriz ha sido extraída y adaptada a las necesidades del presente trabajo de investigación del “Proceso estratégico de un enfoque de Gerencia” por F. D’Alessio, 2008.

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: en la tabla 55, podemos observar la MPR con 11 ítems de evaluación y la empresa ha obtenido un puntaje de 2.82, mientras las otras compañías llevan un poco más de ventaja debido a que son empresas mucho más grandes y va dirigido a un público objetivo más amplio. Donde la empresa tiene el mismo nivel en cuanto a la calidad e ponentes que posee la empresa, y ofrece de forma competitiva. Mientras que, en ámbitos de participación de mercado, eficiencia de la organización, calidad de servicio, infraestructura, material didáctico, publicidad, competitividad en los precios y beneficios que ofrece, la empresa H&S debe de aprender mucho de las empresas mencionadas, donde a continuación se presentará un poco de información de cada una.

IGH GROUP:

Esta empresa cuenta con 15 años de experiencia en el rubro, siendo especialistas en el ámbito de seguridad industrial, como se muestra en la Figura 150.

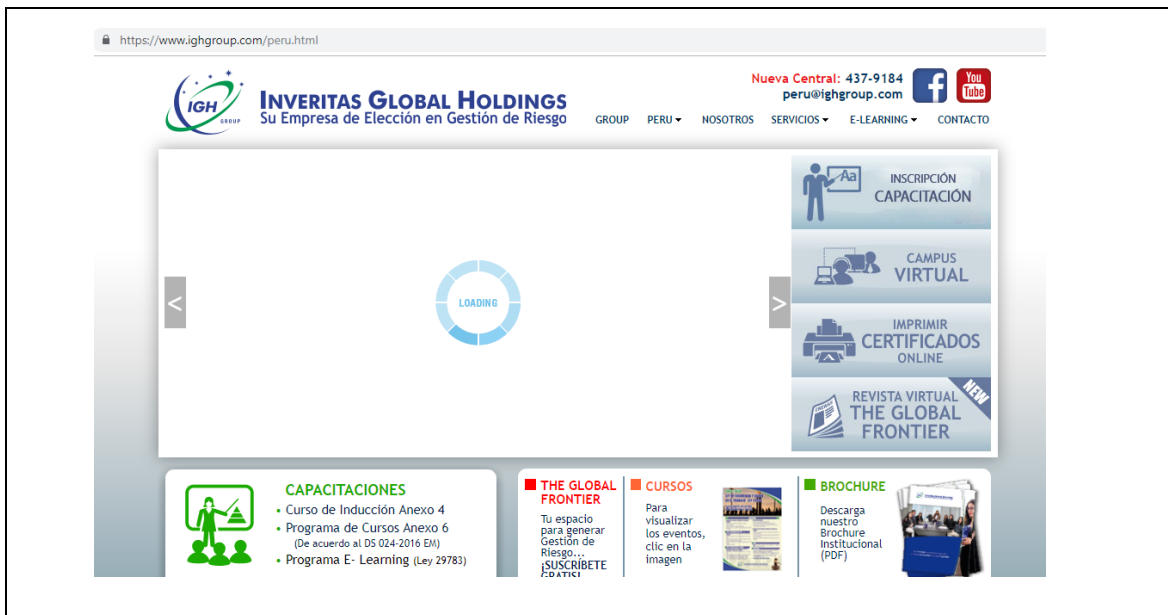
Figura 150 Página web de la empresa IGH GROUP



Fuente: (68)

Asimismo, la empresa posee clases presenciales y virtuales ante la demanda de sus clientes, que lograr especializarse en esta prestigiosa empresa a con renombre a nivel nacional., como se muestra en la Figura 151.

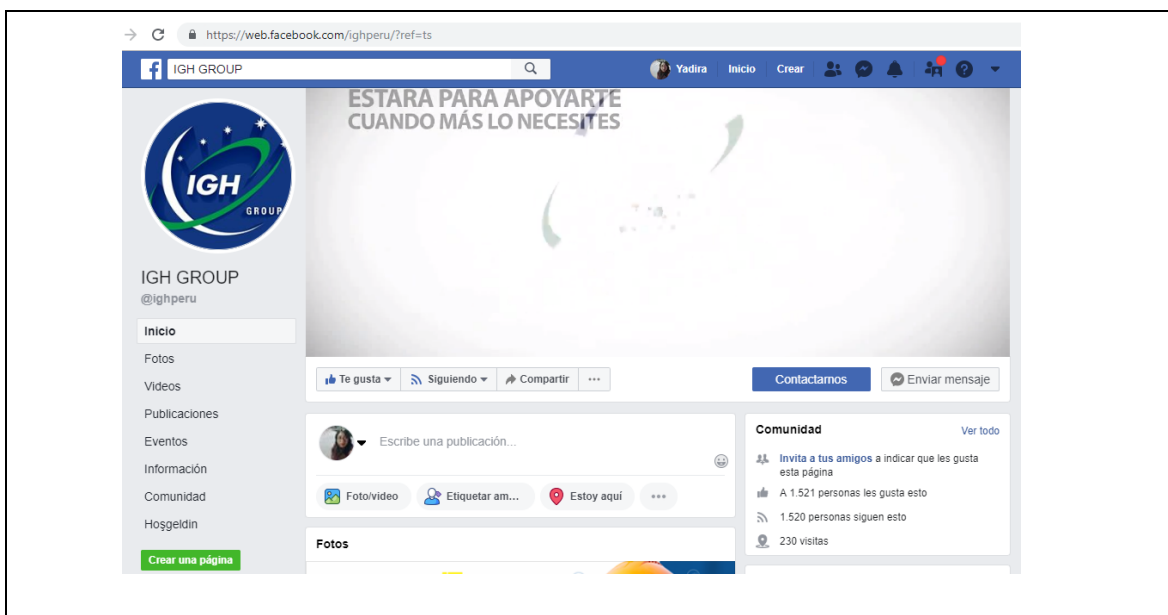
Figura 151 Aula virtual de los cursos de la empresa IGH GROUP



Fuente: (68)

Por otro lado, la empresa IGH posee una página de facebook para su publicidad, con 150 para dar a conocer los logros obtenidos por la empresa, como se muestra en la Figura. 152.

Figura 152 Página de facebook de la empresa IGH GROUP



Fuente: (69)

ISEM:

El Instituto de Seguridad Minera cuenta también con años de experiencia en el rubro de seguridad industrial, brindando asesoría y cursos en el área, como se muestra en la Figura 153.

Figura 153 Página web de la empresa ISEM



Fuente: (70)

La empresa ISEM cuenta con un programa similar al de supervisores de seguridad, que la empresa H&S consultoría en seguridad industrial maneja como se muestra en la Figura 154; por ello, se toma a esta empresa como un ejemplo a seguir en todos los aspectos, pues sus clientes son las grandes empresas mineras y estudiantes noveles de todo el país.

Figura 154 Programa de supervisores de la empresa ISEM

https://www.isem.org.pe/portal/curso/practica-gestion

ISEM Instituto de Seguridad Minera

NOSOTROS | SEDES | CONTACTENOS

INICIO SOCIOS EVENTOS CURSOS RECURSOS

Av. La Molina 1104 - La Molina Lima 12 Tel. 01-4371300

Programa de Supervisores (Train the supervisor- TTS)

PRESENTACIÓN

La minería en los últimos años ha venido siendo una pieza clave en el desarrollo y mejora de la economía del país, pero como toda industria que va avanzando genera nuevos retos y dificultades que debemos superar. En este punto el supervisor minero entre como actor clave en la articulación de la planificación y las operaciones. Por ello el supervisor minero en el país debe contar con las competencias necesarias para estar a la altura de las necesidades que requieren las mineras de clase mundial. El Instituto de Seguridad Minera ante este panorama ha realizado un estudio para determinar cuáles son los conocimientos y competencias con las que debe contar el supervisor minero nacional en los próximos años y generar el Programa de Supervisores.

Este programa ha sido diseñado tomando en cuenta las necesidades de las empresas mineras nacionales de primer nivel, así como los perfiles de competencias que se establecen en países como Australia, Canadá y Chile. En los cuales el supervisor no solo debe tener conocimiento de la operación, sino que deben ser los gestores de la producción, por ello el programa desarrolla 3 competencias en específico que son las Técnicas, Personales y las de Gestión.

OBJETIVO

Permitir que el supervisor de minería tenga el conocimiento, así como la capacidad de gestionar sus labores de una manera segura y productiva, mediante los conocimientos de buenas prácticas de trabajo en minería.

CONTENIDO DEL PROGRAMA

Verificación e Impresión **CERTIFICADOS**

CAMPUS VIRTUAL **BUENAVENTURA**

PROEXPLO 2019

INSCRIPCIONES **ABIERTAS!**
VIAJES DE CAMPO / CURSOS CORTOS

Fuente: (70)

Los clientes de la empresa ISEM son las mineras: Buenaventura, Antamina, Las Bambas, etc, como se muestra en la Figura 155.

Figura 155 Clientes de la empresa ISEM

https://www.isem.org.pe/portal/

INGRESO A: CAPACITACIONES - CURSOS

"POR UNA MINERÍA SEGURA Y PRODUCTIVA"

Seleccione una de las empresas mineras para realizar las inscripciones

BUENAVENTURA ANTAMINA GOLD FIELDS ISEM MINSUR EL BIOCAL SHAHUINDO LA ARENA TAHOE

ANTAPACAY MINERÍA BOLIVIA MINERÍA BOLIVIA INECCOPI LAS BAMBAS PODEROSA ABB

8° Seminario Internacional de Salud Ocupacional en Minería

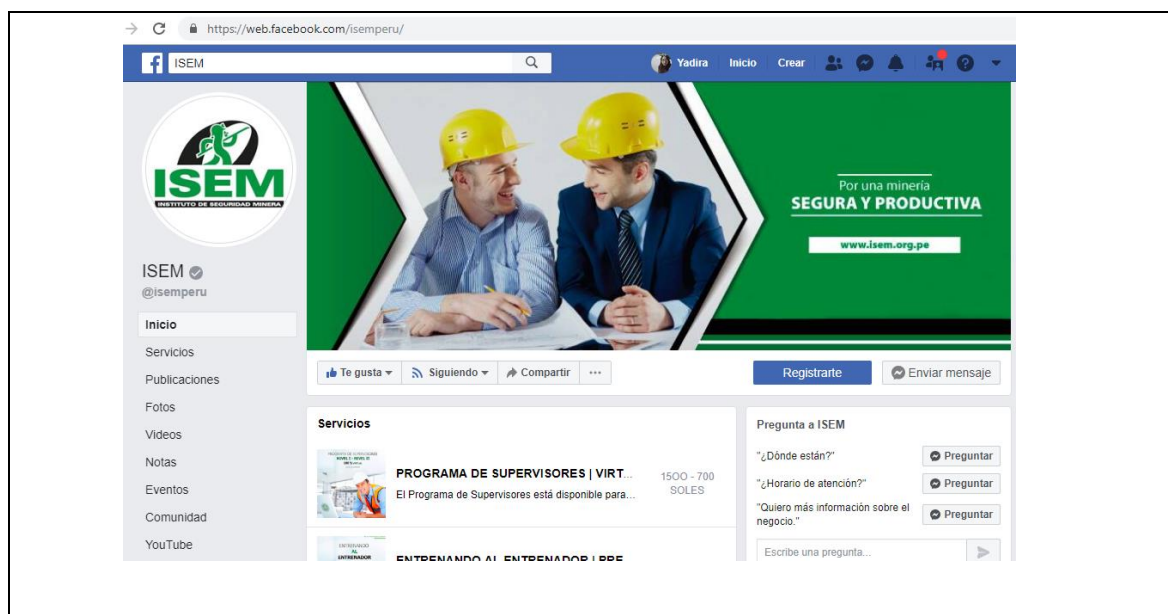
REUNIONES DE SEGURIDAD
El Instituto de Seguridad Minera con la finalidad de crear nuevos foros de discusión y difusión de las mejores prácticas en seguridad, invita de manera gratuita a todos sus asociados a "LAS REUNIONES DE SEGURIDAD MINERA".

CAMPUS VIRTUAL
Nuestro principal objetivo es "Promover y apoyar la gestión de la seguridad y salud ocupacional en la minería peruana mediante la capacitación continua, difusión de las mejores prácticas e involucrar a todos los actores interesados."

Fuente: (70)

La página de facebook de la empresa ISEM incluye la información de contacto, publicidad y los logros obtenidos, como se muestra en la Figura 156.

Figura 156 Página de Facebook de la empresa ISEM



Fuente: (71)

De esta manera, se presentó a ambas empresas que, si bien no compiten con la empresa H&S de forma directa, pero sí se encuentran dentro de la industria y son empresas modelo a seguir de la empresa que está siendo evaluada debido a que son las empresa más representativas en el rubro.

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES INTERNOS (MEFI):

Tabla 56 Matriz de evaluación de los factores internos (MEFI) de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC

FORMATO DE LA MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES INTERNOS (MEFI)			
FACTORES DETERMINANTES DE ÉXITO	PESO	VALOR	PONDERACIÓN
Fortalezas			
1. Infraestructura donde se realizan los cursos	0.05	3	0.15
2. Innovación en temas de cursos	0.06	3	0.18
3. Los ponentes son especialistas en las diversas áreas de la Seguridad Industrial.	0.10	4	0.40
4. Metodología educativa óptima (100% prácticas).	0.08	4	0.32
5. Materiales educativos: procedimientos, formatos, guías e investigaciones de accidentes.	0.05	3	0.15
6. Convenio con el Colegio de Ingenieros del Perú	0.09	4	0.36
7. Alto nivel de competitividad	0.05	3	0.15
8. Satisfacción del cliente	0.08	3	0.24
9. Años de experiencia en la empresa y en el rubro minero	0.04	4	0.16
TOTAL	0.60		2.11

Debilidades			
1. Precio del producto	0.07	2	0.14
2. Material didáctico impreso	0.05	1	0.05
3. Infraestructura de la oficina administrativa	0.03	1	0.03
4. Método de toma de asistencia	0.03	2	0.06
5. No existe un plan de marketing	0.05	1	0.05
6. Bajo uso de tecnologías de la información	0.03	2	0.06
7. No existe una dirección estratégica	0.08	1	0.08
8. No existe servicio de post venta	0.02	1	0.02
9. Falta de control de la satisfacción del entorno laboral en rrhh	0.04	1	0.04
TOTAL	0.4		0.53
	1.00		2.64

Valor: 4= Fortaleza, 3= Fortaleza menor, 2= debilidad menor, 1= debilidad mayor

Nota: Ésta matriz ha sido extraída y adaptada a las necesidades del presente trabajo de investigación del “Proceso estratégico de un enfoque de Gerencia” por F. D’Alessio, 2008.

Fuente: Propia

INTERPRETACIÓN: en la tabla 57, podemos observar la MEFI donde la empresa ha obtenido un puntaje de 2.64, en el que las fortalezas han sobrepasado el puntaje de las debilidades. De esta manera, ha sobrepasado el puntaje 2.5, lo que nos permite observar que la empresa posee una posición interna fuerte. Así, se podría utilizar las fortalezas que tiene la empresa para reducir sus debilidades y lograr de esta forma tener una estructura interna consolidada.

Asimismo, la empresa posee una gran fortaleza en los ponentes; mientras debería de mejorar el ámbito de infraestructura, material impreso y competitividad. Por otro lado, en las debilidades se debe de aumentar más esfuerzos en controlar el ámbito de precios e incluir una dirección estratégica en la empresa. En conclusión, la empresa se encuentra en una posición intermedia entre débil y fuerte lo cual no permite competir al 100% de manera exitosa.

Resultado para lograr explicar el objetivo específico 2

Se ha logrado realizar un diseño de la evaluación externa e interna de la empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial para el periodo 2019-2030. Así, el análisis PESTEC ha logrado una recolección de datos externos que la empresa necesita para poder analizar a qué se enfrenta, la matriz EFE ha recolectado datos sobre los factores externos sobre el conocimiento de la competencia, el modelo de la estructura del

sector industrial o el análisis de PORTER que también estudia aspectos específicos de la competencia, la Matriz PC que significa la continuidad de la anterior matriz para evaluar mediante indicadores aspectos de dos empresas de la competencia: OVERALL y PRIME; al finalizar arroja las diferencias y similitudes entre éstas, la matriz PR es la que evalúa la empresa con otras dos: IGH e ISEM que no son la competencia directa de la empresa pero están en la misma industria; de esta manera, se logra visualizar similitudes y diferencias de las cuales se puede generar aprendizaje por ser empresas grandes de la industria, la matriz AMOFITH genera una recolección de factores sobre administración, marketing, operaciones, finanzas, recursos humanos, sistemas de información, tecnología e investigación sobre la empresa y cómo ésta logra manejarlos, se muestra aciertos y posibilidades de mejora en éstos aspectos y la matriz EFI evalúa los factores internos de la empresa arrojando un puntaje promedio que evalúa la efectividad de la empresa. De esta manera, se logró realizar un análisis interno y externo de la empresa para posteriormente seleccionar y plantear estrategias.

Resultado que explica el OBJETIVO GENERAL

Se ha logrado realizar el diseño la segunda etapa de un plan estratégico de la empresa H&S Seguridad Industrial para el periodo 2019-2030; debido a que se ha terminado e interpretado la segunda etapa para poder lograr una consecuencia con la siguiente etapa. De esta manera, se ha logrado analizar el entorno interno y externo para que la siguiente etapa de poder formular y elegir estrategias.

Segunda hipótesis

Se logrará formular el diseño de la evaluación externa e interna de la empresa H&S Seguridad Industrial, para el periodo 2019-2030.

- Hipótesis nula: NO Se logrará formular el diseño de la evaluación externa e interna de la empresa H&S Seguridad Industrial para el periodo 2019-2030.
- Hipótesis alterna: SÍ Se logrará formular el diseño de la evaluación externa e interna de la empresa H&S Seguridad Industrial para el periodo 2019-2030.

Prueba de hipótesis:

Conclusión: De esta manera, se logró diseñar la segunda hipótesis con el desarrollo de la evaluación externa e interna, por ello se acepta la hipótesis alterna.

4.1.3. RESULTADO PARA LOGRAR EXPLICAR EL OBJETIVO ESPECÍFICO

Realizar un diseño de los objetivos a largo plazo, la decisión y elección de estrategias de la empresa H&S Seguridad Industrial, para el periodo 2019-2030.

MATRIZ DE INTERESES ORGANIZACIONALES (MIO)

Tabla 57 Matriz de intereses organizacionales (MIO) de la empresa H&S Consultoría en seguridad Industrial SAC

Interés organizacional	Intensidad del interés		
	Vital	Importante	Periférico
Incrementar el porcentaje de ventas	x		
Incrementar el segmento de mercado	x		
Penetrar nuevos mercados en otras ciudades		x	
Insertar nuevos cursos de especialización a la empresa		x	
Realizar varios convenios con instituciones	x		
Insertar la calidad a cada uno de nuestros procesos		x	
Lograr ser una empresa versátil para enfrentar problemas y cambios en la industria	x		
Convertirse en una empresa con un gran desarrollo de su capital humano		x	

Nota: Ésta matriz ha sido extraída y adaptada a las necesidades del presente trabajo de investigación del “Proceso estratégico de un enfoque de Gerencia” por F. D’Alessio, 2008.

Fuente: Propia

INTERPRETACIÓN: Como se muestra en la tabla 57, la matriz de intereses organizacionales nos muestra los intereses que son de vital importancia y aquellos que son importantes en menor medida; asimismo, pondera cuál de éstos intereses deben de tomarse en cuenta más que otros para poder plantear estrategias.

OBJETIVOS A LARGO PLAZO (OLP) Y CORTO PLAZO (OCP)

Tabla 58 Objetivos a largo plazo (OLP) de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC

OLP 1	Ampliar la gama de cursos ofrecidos en un 20% por año
OLP 2	Incrementar en un 50% la cantidad de participantes inscritos al FSS por año
OLP 3	Realizar cursos en 5 departamentos del Perú de forma continua para el año 2022
OLP 4	Aumentar la penetración en el mercado de cursos en Seguridad en la ciudad de Huancayo para un 30% para el 2022
OLP 5	Realizar 4 convenios con instituciones en la ciudad de Huancayo para el segundo semestre del año 2022
OLP 6	Incrementar los ingresos en un 20% por concepto de nuevos inscritos en FSS por año.
OLP 7	Incrementar en un 20% la calidad total de servicio en la empresa.
OLP 8	Proporcionar un empleo que produzca satisfacción a los empleados

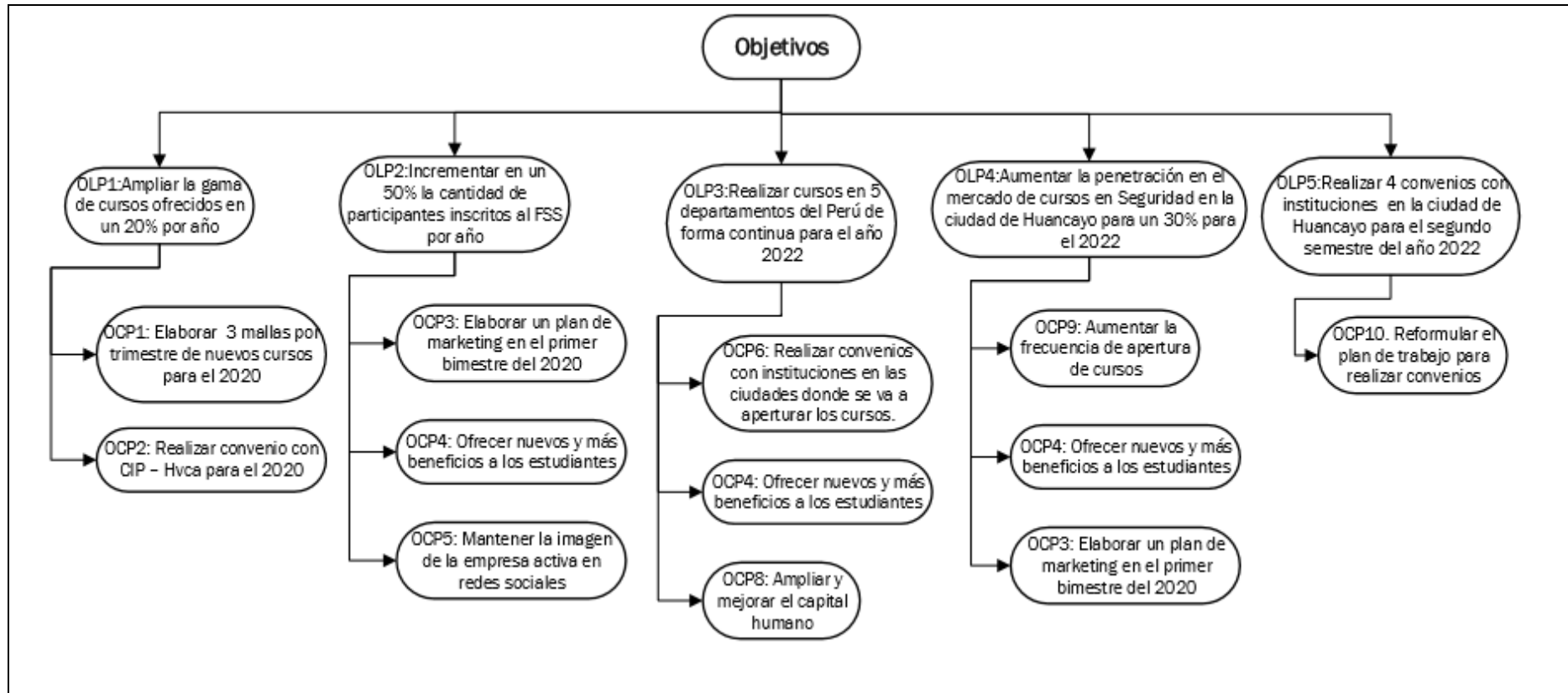
Nota: Ésta matriz ha sido extraída y adaptada a las necesidades del presente trabajo de investigación del “Proceso estratégico de un enfoque de Gerencia” por F. D’Alessio, 2008.

Fuente: Propia

INTERPRETACIÓN: Como se muestra en la tabla 58, la matriz de objetivos a largo plazo muestra los objetivos que la empresa tiene, con fechas y porcentajes determinados que se leen con KPI y evaluaciones internas que el gerente realiza en conjunto con la administración de la empresa.

OBJETIVOS CORTO PLAZO

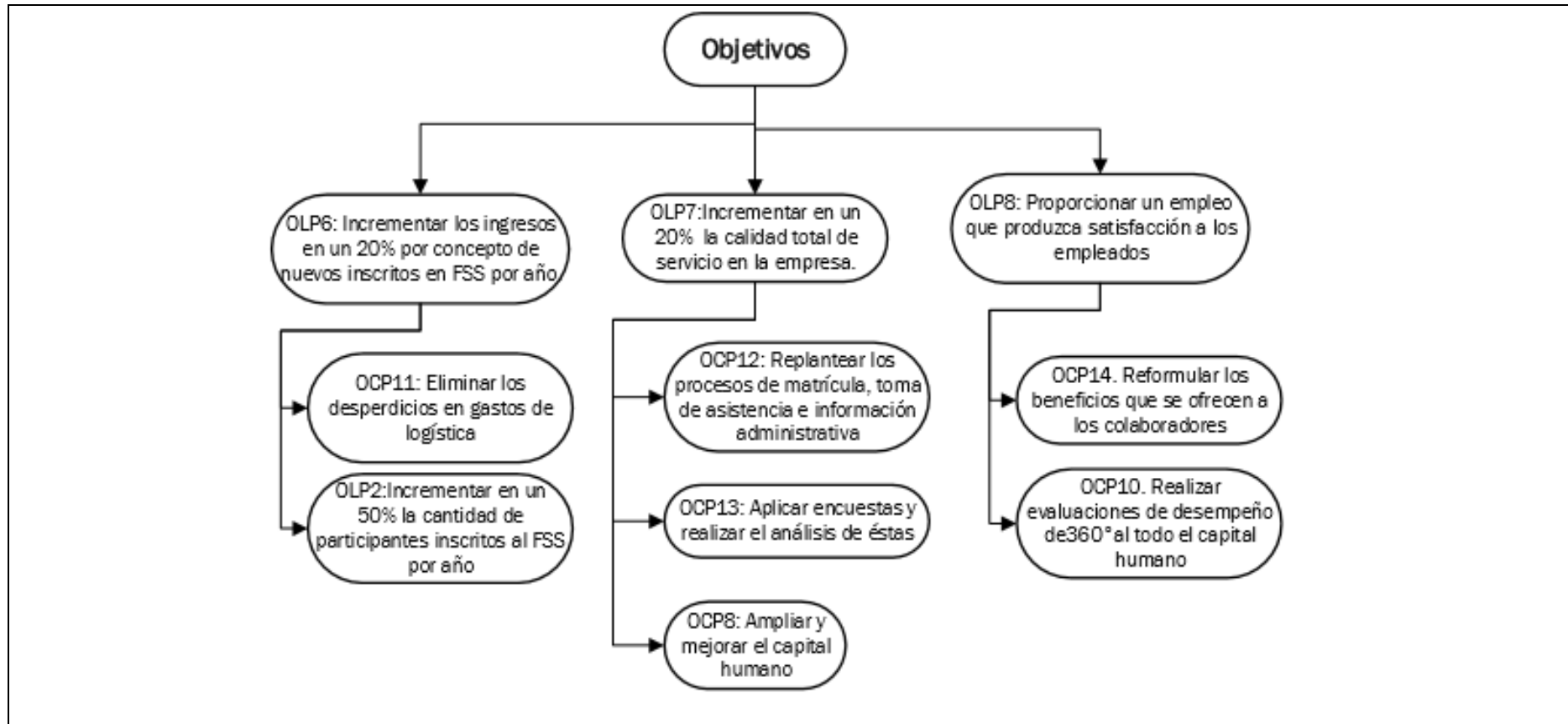
Figura 157 Objetivos de Corto Plazo, parte I



Fuente: Propia

La Figura 157, muestra la primera parte de los objetivos a corto plazo que están vinculados a cada objetivo de largo plazo, lo cuales se plantea para que la empresa pueda realizarlas en corto tiempo y de ésta manera alcanzar realizar los objetivos a largo plazo.

Figura 158 Objetivos de corto plazo, parte II



Fuente: Propia

La Figura 158, muestra la segunda parte de los objetivos a corto plazo que están vinculados a cada objetivo de largo plazo, donde se plantea el uso de recursos o mejoras que se pueden incluir en la empresa en corto tiempo.

ESTRATEGIAS EN ACCIÓN (EA)

Tabla 59 Estrategias en acción de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC

Estrategias genéricas competitivas	Estrategias externas alternativas y específicas	Estrategias internas específicas
Enfoque	Estrategias intensivas	Calidad Total / decisión y elección de estrategias

Fuente: Propia

Estrategias Genéricas competitivas: La estrategia de este tipo que la empresa necesita es la del enfoque, debido a que como se mencionó antes, la diferenciación de la empresa es enfoque como se muestra en la Tabla 60, debido a que la empresa se enfoca al público potencial que busca ponentes de calidad.

Tabla 60 Estrategia genérica competitiva: Enfoque, de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC

Enfoque		
Empresas	Enfoque	Conclusión
H&S CONSULTORÍA EN SEGURIDAD INDUSTRIAL SAC	Clientes que busquen ponentes con alto conocimiento y actualizaciones según la normativa de minería y seguridad ocupacional	La empresa que es el punto de análisis de ésta investigación, se enfoca en el grupo particular de clientes que buscan ponentes que son especialistas en las diversas áreas de la Seguridad Industrial y que estén ejerciendo en minería, lo cual le da un enfoque amplio a los cursos. Donde el cliente conoce cómo se maneja la seguridad en diversos ámbitos y realidades.

Nota: Ésta matriz ha sido extraída y adaptada a las necesidades del presente trabajo de investigación del “Proceso estratégico de un enfoque de Gerencia” por F. D’Alessio, 2008.

Fuente: Propia

Por ello, la empresa debe de concentrarse aún más en este aspecto que logra la diferenciación de otras empresas.

Estrategias externas alternativas y específicas: Las estrategias que se elige para la empresa es las estrategia intensiva que incluyen: la penetración en el mercado, desarrollo de mercados y desarrollo de productos que la empresa necesita; estas estrategias son exactas debido a que los objetivos a largo plazo se enfocan a las áreas mencionadas anteriormente (31).

Estrategias internas específicas: Las estrategias que se eligen para ésta sección es la Gerencia de procesos y la calidad total; incluir a los procesos existentes de la empresa, a

cada uno de ella para lograr mejorar el producto final que se ofrece a nuestros clientes, como mejorar la logística, sistema de evaluaciones, etc. (31).

MATRIZ DE FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS (FODA)

Tabla 61 Matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) - FO explote

<p style="text-align: center;">MATRIZ FODA : H&S Consultoría en Seguridad Industrial SAC</p>		FORTALEZAS								
		1. Infraestructura donde se realizan los cursos	2. Innovación en temas de cursos	3. Los ponentes son especialistas en las diversas áreas de la Seguridad Industrial.	4. Metodología educativa óptima (100% prácticas).	5. Materiales educativos: procedimientos, formatos, guías e investigaciones de accidentes.	6. Convenio con el Colegio de Ingenieros del Perú	7. Alto nivel de competitividad	8. Satisfacción del cliente	9. Años de experiencia en la empresa y en el rubro minero
OPORTUNIDADES	1. Los clientes potenciales y clientes requieren cursos virtuales.	FO Explote								
	2. Existe un gran segmento de mercado que busca cursos de especialización en seguridad, debido al auge de la seguridad industrial en las empresas.	FO1. Aperturar paquetes de cursos de seguridad industrial en la modalidad virtual, O1 F(2,3,4,5,6,7,8,9)								
	3. Desarrollo de nuevos productos debido a la demanda de cursos en esta área .	FO2. Dar a conocer los beneficios que brinda la empresa al público objetivo; es decir, dar mayor publicidad (Ponentes calificados, certificados, la infraestructura, etc). O (1,2,3,5) F(1,2,3,4,5,6,7,8,9)								
	4. Posibilidad de convenio con otras instituciones	FO3. Ampliar la gama de cursos ofrecidos O (1,2,3,4) F(1,2,3,4,5,6,7)								
	5. Crecimiento de demanda de cursos de capacitación en seguridad industrial en otras ciudades	FO4. Incrementar los convenios con distintas instituciones, para darle valor agregado a la empresa y a los certificados que se les ofrece a los estudiantes. O (4) F(1,2,3,4,5,6,7,8,9)								
		FO5. Aperturar cursos de capacitación en seguridad industrial en diferentes ciudades, para descentralizar la empresa y compartir conocimiento. O(5) F(1,2,3,4,5,6,7,8,9)								

Nota: Esta matriz ha sido extraída y adaptada a las necesidades del presente trabajo de investigación del “Proceso estratégico de un enfoque de Gerencia” por F. D’Alessio, 2008.

Fuente: Propia

INTERPRETACIÓN: En cuanto al FODA de la empresa, en la sección de explotar oportunidades y fortalezas se plantea posibles alternativas de implementación como: FO1,FO2,FO3,FO4 y FO5, donde considero que la más importante es incrementar los convenios con distintas instituciones, para darle valor agregado a la empresa y a los certificados que se les ofrece a los estudiantes; debido a que incrementarle beneficios o fortalezas a la empresa puede mejorar la competitividad de la empresa y la segmentación de mercado.

Tabla 62 Matriz FODA de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC - DO Busque

<p>MATRIZ FODA : H&S Consultoría en Seguridad Industrial SAC</p>		<p>DEBILIDADES</p>								
		1. Precio del producto	2. Material didáctico	3. Infraestructura de la oficina administrativa	4. Método de toma de asistencia	5. No existe un plan de marketing	6. Bajo uso de tecnologías de la información	7. No existe una dirección estratégica	8. No existe servicio de post venta	9. Falta de control de la satisfacción del entorno laboral en rrrhh
<p>OPORTUNIDADES</p>	1. Los clientes potenciales y clientes requieren cursos virtuales.	<p>DO. Busque</p> <p>DO1. Lograr brindar información la justificación de los costos de los cursos de capacitación y cuán beneficioso es esa inversión. D (1) O(1,2,3,5)</p>								
	2. Existe un gran segmento de mercado que busca cursos de especialización en seguridad, debido al auge de la seguridad industrial en las empresas.	<p>DO2. Mejorar los procesos de servicios, infraestructura y adquisición de la logística. D(2,3,4,6,8) O (1,2,5)</p>								
	3. Desarrollo de nuevos productos debido a la demanda de cursos en ésta área .	<p>DO3. Desarrollar un plan estratégico para desarrollar nuevos productos en otras modalidades y en diferentes ciudades. D(6) O(1,2,3,5,6,7,8)</p>								
	4. Posibilidad de convenio con otras instituciones	<p>DO4. Desarrollar un plan de marketing y de publicidad para lograr incrementar la segmentación de mercado D(5) O (1,2,3,5)</p>								
	5. Crecimiento de demanda de cursos de capacitación en seguridad industrial en otras ciudades	<p>DO5. Realizar un replanteamiento de precios de acuerdo a la ciudad, costos fijos variables, convenios, etc. D(5) O (4)</p>								

Nota: Ésta matriz ha sido extraída y adaptada a las necesidades del presente trabajo de investigación del “Proceso estratégico de un enfoque de Gerencia” por F. D’Alessio, 2008.

Fuente: Propia

INTERPRETACIÓN: En cuanto al FODA de le empresa, en la sección de buscar oportunidades en las debilidades, se plantea posibles alternativas de implementación como DO1,DO2,DO3,DO4 y DO5, donde considero que la más importante es mejorar los procesos de servicios, infraestructura y adquisición de la logística; debido a que es muy importante mejorar los servicios que se ofrece a los clientes como los materiales de estudios, el break, etc.

Tabla 63 Matriz FODA de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC - FA Confronte

MATRIZ FODA : H&S Consultoría en Seguridad Industrial SAC		FORTALEZAS								
		1. Infraestructura donde se realizan los cursos	2. Innovación en temas de cursos	3. Nuestros ponentes son especialistas en las diversas áreas de la Seguridad Industrial.	4. Metodología educativa óptima (100% prácticas).	5. Materiales educativos: procedimientos, formatos, guías e investigaciones de accidentes.	6. Convenio con el Colegio de Ingenieros del Perú	7. Alto nivel de competitividad	8. Satisfacción del cliente	9. Años de experiencia en la empresa y en el rubro minero
AMENAZAS	1. Incremento de la competencia y oferta de productos sustitutos.	FA. Confronte								
	2. El mercado posee una entrada fácil a nuevos competidores, con nuevas empresas.	FA1. Convertir a la empresa en versátil, abierta a los cambios y que pueda enfrentar nuevas propuestas debido al constante cambio de la industria. F(1,2,3,4) A(1,2,6)								
	3. Venta de certificados a estudiantes que no se presentan a clases ni poseen algún tipo de formación.	FA2. Aumentar la penetración en el mercado de cursos en Seguridad en la ciudad de Huancayo F(1,2,3,4,5,6,7,8,9) A(1,2,3,4,5,6)								
	4. Publicidad falsa sobre los beneficios que ofrecen otras empresas.	FA3. Brindar información real que ofrece la empresa para que el cliente pueda contrastarlo con la publicidad falsa. F(1,2,3,4,5,6,7,8,9) A(4)								
	5. Rotación media de docentes capacitadores									
	6. Cambio constante del mercado debido a nuevas tecnologías de la información.									

Nota: Ésta matriz ha sido extraída y adaptada a las necesidades del presente trabajo de investigación del “Proceso estratégico de un enfoque de Gerencia” por F. D’Alessio, 2008.

Fuente: Propia

INTERPRETACIÓN: En cuanto al FODA de le empresa, en la sección de confronte las fortalezas con las amenazas, se plantea posibles alternativas de implementación como FA1, FA2 y FA3, donde considero que la más importante es convertir a la empresa en versátil, abierta a los cambios y que pueda enfrentar nuevas propuestas debido al constante cambio de la industria; porque es muy importante lograr adaptarse al constante cambio del mercado y las circunstancias.

Tabla 64 Matriz FODA de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC - DA evite

MATRIZ FODA : H&S Consultoría en Seguridad Industrial SAC		DEBILIDADES								
		1. Precio del producto	2. Material didáctico	3. Infraestructura de la oficina administrativa	4. Método de toma de asistencia	5. No existe un plan de marketing	6. Bajo uso de tecnologías de la información	7. No existe una dirección estratégica	8. No existe servicio de post venta	9. Falta de control de la satisfacción del entorno laboral en rrhh
AMENAZAS	1. Incremento de la competencia y oferta de productos sustitutos.	DA. Evite								
	2. El mercado posee una entrada fácil a nuevos competidores, con nuevas empresas.	DA1. Lograr que la empresa logre que los clientes reconozcan la marca como sinónimo de calidad y diferenciación. D (1,2,3,4,5,6) A(1,2,3,4,5,6,7,8,9)								
	3. Venta de certificados a estudiantes que no se presentan a clases ni poseen algún tipo de formación.	DA2. Incrementar la calidad de servicio en la empresa. D (1,2,3,4,5,6) A(1,2,3,4,5,6,7,8,9)								
	4. Publicidad falsa sobre los beneficios que ofrecen otras empresas.	DA3. Generar un servicio de post venta D (1,2,3,4,6) A(1,2,3,4,6,7,8,9)								
	5. Rotación media de docentes capacitadores	DA4. Penetrar nuevos mercados en otras ciudades. D (1,2,3,4,5,6) A(1,2,3,4,5,6,7,8,9)								
	6. Cambio constante del mercado debido a nuevas tecnologías de la información.	DA5. Posibilidad de entregarse horizontalmente con otras empresas de similar rubro. D (1,2,3,4,5,6) A(1,2,3,4,6,7,8,9)								

Nota: Esta matriz ha sido extraída y adaptada a las necesidades del presente trabajo de investigación del “Proceso estratégico de un enfoque de Gerencia” por F. D’Alessio, 2008. Fuente: Propia

Fuente: Propia

INTERPRETACIÓN: En cuanto al FODA de la empresa, en la sección de evite las amenazas y debilidades, se plantea posibles alternativas de implementación como DA1, DA2, DA3, DA4 y DA5, donde considero que la más importante es penetrar nuevos mercados en otras ciudades; debido a que es muy importante expandir la empresa para poder penetrar nuevos mercados y mejorar la segmentación de mercado.

MATRIZ DE LA POSICIÓN ESTRATÉGICA Y EVALUACIÓN DE LA ACCIÓN (MPEYEA)

Tabla 65 Matriz PEYEA de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC

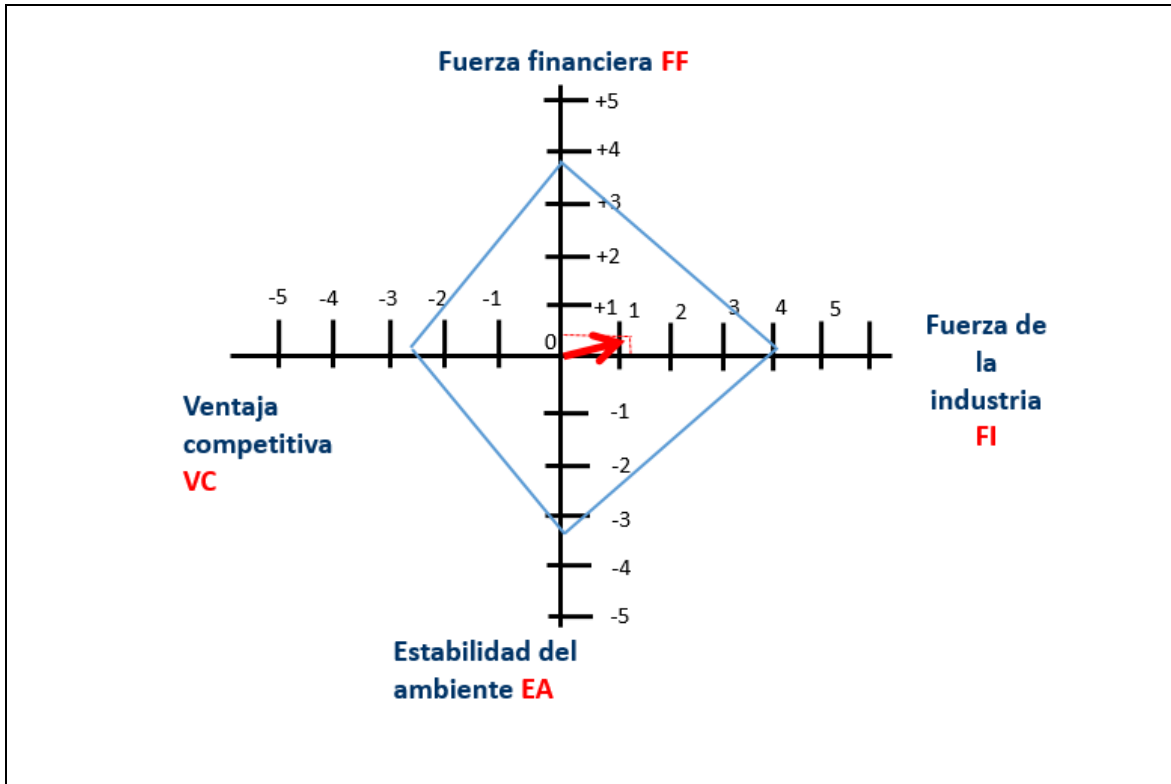
POSICIÓN ESTRATÉGICA EXTERNA		POSICIÓN ESTRATÉGICA INTERNA	
Factores determinantes de la fortaleza de la industria (FI)		Factores determinantes de la ventaja competitiva (VC)	
1. Potencial de crecimiento	6	1. Participación de mercado	-2
2. Estabilidad Financiera	4	2. Calidad del servicio	-2
3. Rango de precios competitivos	3	3. Especialización de capacitadores	-2
4. Facilidad de entrada al mercado	3	4. Desarrollo de infraestructura	-4
		5. Lealtad de los clientes	-4
Promedio	4	Promedio	-2.8
Factores determinantes de la estabilidad del entorno (EE)		Factores determinantes de la fortaleza de financiera (FF)	
1. Cambios tecnológicos	-3	1. Retorno de la inversión	4
2. Variabilidad de la demanda	-4	2. Apalancamiento	3
3. Rango de precios de productos competitivos	-3	3. Liquidez	4
4. Barreras de entrada al mercado	-4	4. Flujo de caja	4
5. Rivalidad/presión competitiva	-2	5. Capital de trabajo	3
6. Aparición de productos sustitutos	-3		
7. Elasticidad de precios de la demanda	-4		
Promedio	-3.29	Promedio	3.6
x = FI + VC	1.2	Y = EE + FF	0.31

Nota: Esta matriz ha sido extraída y adaptada a las necesidades del presente trabajo de investigación del "Proceso estratégico de un enfoque de Gerencia" por F. D'Alessio, 2008.

Fuente: Propia

INTERPRETACIÓN: En la tabla 65, se muestra la Matriz de la posición estratégica y evaluación de la acción, en la sección de FI la empresa obtuvo un puntaje de 4, en la sección VC obtuvo un puntaje de -2.8, la sección EE obtuvo un puntaje de -3.29, mientras la sección FF obtuvo un puntaje de 3.6. De esta manera, el eje x tiene un puntaje de 1.2, mientras en el eje y tuvo un puntaje de 0.31. Así, se realiza un diagrama gráfico sobre la matriz PEYEA.

Figura 159 Gráfico de la matriz PEYEA de la empresa H&S consultoría en seguridad



Nota: Esta matriz ha sido extraída y adaptada a las necesidades del presente trabajo de investigación del “Proceso estratégico de un enfoque de Gerencia” por F. D’Alessio, 2008.

Fuente: Propia

INTERPRETACIÓN: En la figura 159, se muestra el gráfico Matriz de la posición estratégica y evaluación de la acción, donde se situaron los puntajes obtenidos anteriormente y de esta manera se ubicó en el primer cuadrante, lo cual significa fortaleza financiera, estabilidad del entorno, fortaleza de la industria y ventaja competitiva. Por ello, se debe de tomar más en cuenta las estrategias de integración y estrategias internas.

MATRIZ DEL BOSTON CONSULTING GROUP (MBCG)

Tabla 66 Participación de mercado de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC

PARTICIPACIÓN DE MERCADO				
	EMPRESA	VENTAS 2017	VENTAS 2018	PM
A	H&S consultoría en seguridad industrial	45	68	24.5%
B	Instituto Overall	87	90	32.4%
C	Instituto Prime	104	120	43.2%
TOTAL		236	278	100.0%

Nota: Ésta matriz ha sido extraída y adaptada a las necesidades del presente trabajo de investigación del “Proceso estratégico de un enfoque de Gerencia” por F. D’Alessio, 2008.

Fuente: Propia

INTERPRETACIÓN: La Tabla 66 muestra la participación de mercado de la empresa incluyendo las dos principales empresas del mismo mercado al que va dirigido; de esta manera, se puede observar que la empresa que es objeto de estudio está en el tercer lugar del porcentaje de mercado; por ello, un objetivo de la empresa es poder crecer en porcentaje de mercado.

Tabla 67 Tasa de crecimiento de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC

TASA DE CRECIMIENTO DEL MERCADO		
TCM	$(459-430)*100\%$	18%
TOTAL	430	

Fuente: Propia

INTERPRETACIÓN: En la tabla 67 se muestra la tasa de crecimiento de la empresa que es un 18%, lo cual significa que en buen porcentaje la empresa crece un 18% de forma anual, y ésta se debe de incrementar aún más.

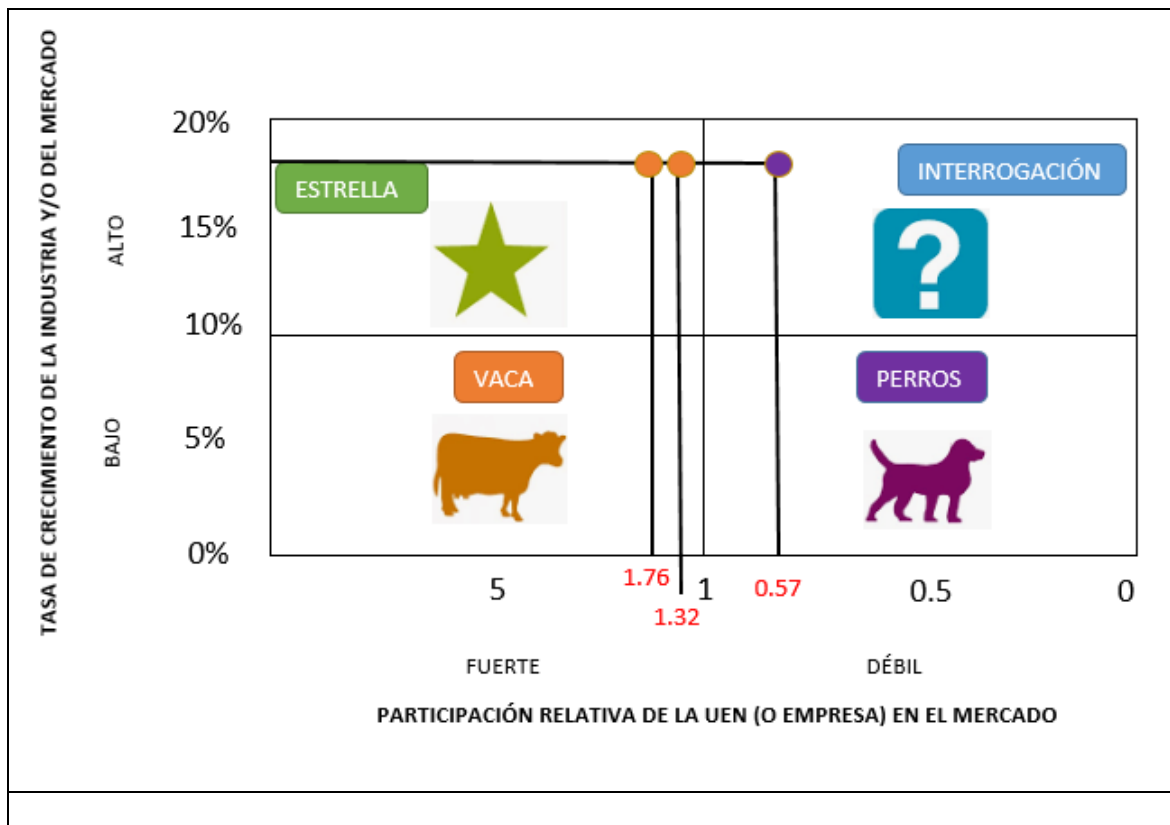
Tabla 68 Cálculo de participación relativa de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC

CÁLCULO DE PARTICIPACIÓN RELATIVA	
EMPRESAS	CM
H&S consultoría en seguridad industrial	0.57
Instituto Overall	1.32
Instituto Prime	1.76

Fuente: Propia

INTERPRETACIÓN: En la tabla 68 se muestra el cálculo de participación relativa con un puntaje de 0.57, lo cual significa oportunidad de mejora y que ésta se encuentra en el camino de crecimiento en cuanto a participación de mercado.

Figura 160 Gráfico de la Matriz BCG de la empresa H&S consultoría en seguridad



Nota: Esta matriz ha sido extraída y adaptada a las necesidades del presente trabajo de investigación del "Proceso estratégico de un enfoque de Gerencia" por F. D'Alessio, 2008.

Fuente: Propia

INTERPRETACIÓN: En la figura 160 se muestra el gráfico de la matriz BCG de la empresa H&S, donde se ubica como un producto signo de interrogación, donde la empresa no tiene

una alta participación de mercado, las necesidades de efectivo son altas, la organización debe de fortalecerse con estrategias intensivas.

MATRIZ INTERNA - EXTERNA (MIE)

Tabla 69 Matriz IE de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC

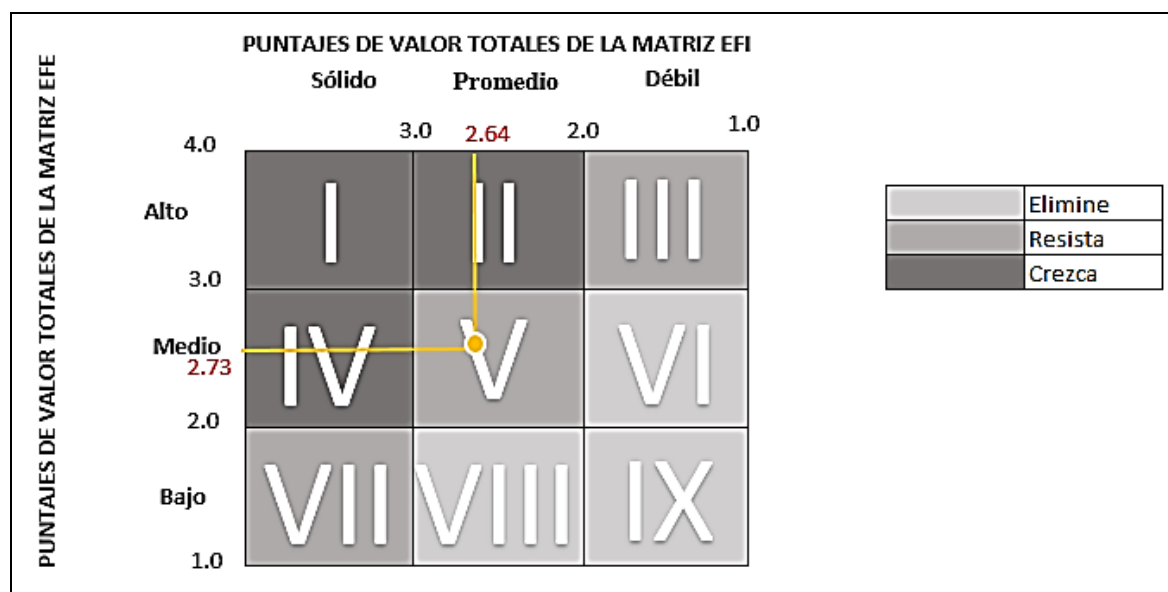
DIVISIÓN	VENTAS	% DE VENTAS	UTILIDADES	% DE UTILIDADES	PUNTAJES DE EFI	PUNTAJES DE EFE
1	68	100%	20	100%	2.64	2.73

Nota: Esta matriz ha sido extraída y adaptada a las necesidades del presente trabajo de investigación del “Proceso estratégico de un enfoque de Gerencia” por F. D’Alessio, 2008.

Fuente: Propia

La matriz IE de portafolio de la empresa, como se muestra en la Tabla 69 consta 2 ejes, donde el eje “y” tiene un puntaje de 2.73, mientras el eje “x” posee un puntaje de 2.64. Asimismo, las ventas del 2018 son de 68 estudiantes en el curso, mientras las utilidades es 20, lo cual significa que son la medida de satisfacción del cliente.

Figura 161 Matriz gráfica IE de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC



Nota: Esta matriz ha sido extraída y adaptada a las necesidades del presente trabajo de investigación del “Proceso estratégico de un enfoque de Gerencia” por F. D’Alessio, 2008.

Fuente: Propia

INTERPRETACIÓN: En la Figura 161 se muestra el gráfico de la matriz IE de la empresa H&S, se ubica en la zona V donde la empresa debe desarrollarse selectivamente para mejorar y la empresa debe de aumentar su penetración en el mercado y desarrollar nuevos productos como estrategia fundamental.

MATRIZ DE LA GRAN ESTRATEGIA (MGE)

Figura 162 Gráfico de MGE de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC



Nota: Esta matriz ha sido extraída y adaptada a las necesidades del presente trabajo de investigación del “Proceso estratégico de un enfoque de Gerencia” por F. D’Alessio, 2008.

Fuente: Propia

INTERPRETACIÓN: Como muestra la Figura 162, la empresa está ubicada en el cuadrante I en la matriz MGE lo que significa una posición competitiva fuerte y un crecimiento rápido de mercado, donde la empresa debe incluir el desarrollo de mercado, penetración de mercado, desarrollo de productos, integración y diversificación relacionada como estrategias para la empresa.

LA MATRIZ DE DECISIÓN ESTRATÉGICA (MDE)

Tabla 70 Matriz de Decisión Estratégica (MDE) de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC

Estrategias específicas		FODA	PEYEA	BCG	IE	GE	Total
FO1	Aperturar paquetes de cursos de seguridad industrial en la modalidad virtual, O1 F(2,3,4,5,6,7,8,9)	X	x	x		x	4
FO2	Dar a conocer los beneficios que brinda la empresa al público objetivo; es decir, dar mayor publicidad (Ponentes calificados, certificados, la infraestructura, etc). O (1,2,3,5) F(1,2,3,4,5,6,7,8,9)	X	x			x	3
FO3	Ampliar la gama de cursos ofrecidos O (1,2,3,4) F(1,2,3,4,5,6,7)	X		x	x		3
FO4	Incrementar los convenios con distintas instituciones, para darle valor agregado a la empresa y a los certificados que se les ofrece a los estudiantes. O (4) F(1,2,3,4,5,6,7,8,9)	x		x	x	x	4
FO5	Aperturar cursos de capacitación en seguridad industrial en diferentes ciudades, para descentralizar la empresa y compartir conocimiento. O(5) F(1,2,3,4,5,6,7,8,9)	x	x	x	x	x	5
FA1	Convertir a la empresa en versátil, abierta a los cambios y que pueda enfrentar nuevas propuestas debido al constante cambio de la industria. F(1,2,3,4) A(1,2,6)	X	x	x	x		4
FA2	Aumentar la penetración en el mercado de cursos en Seguridad en la ciudad de Huancayo F(1,2,3,4,5,6,7,8,9) A(1,2,3,4,5,6)	X	x			x	3
FA3	Brindar información real que ofrece la empresa para que el cliente pueda contrastarlo con la publicidad falsa. F(1,2,3,4,5,6,7,8,9) A(4)	x	x		x		3
DO1	Lograr brindar información la justificación de los costos de los cursos de capacitación y cuán beneficioso es esa inversión. D (1) O(1,2,3,5)	X		x			2
DO2	Mejorar los procesos de servicios, infraestructura y adquisición de la logística. D(2,3,4,6,8) O (1,2,5)	X	x	x		x	4

DO3	Desarrollar un plan estratégico para desarrollar nuevos productos en otras modalidades y en diferentes ciudades. D(6) O(1,2,3,5,6,7,8)	X		x	x	x	4
DO4	Desarrollar un plan de marketing y de publicidad para lograr incrementar la segmentación de mercado D(5) O (1,2,3,5)	X	x	x	x		4
DO5	Realizar un replanteamiento de precios de acuerdo a la ciudad, costos fijos variables, convenios, etc. D(5) O (4)	X	x			x	3
DA1	Lograr que la empresa logre que los clientes reconozcan la marca como sinónimo de calidad y diferenciación. D (1,2,3,4,5,6) A(1,2,3,4,5,6,7,8,9)	X			x		2
DA2	Incrementar la calidad de servicio en la empresa. D (1,2,3,4,5,6) A(1,2,3,4,5,6,7,8,9)	X	x	x	x		4
DA3	Generar un servicio de post venta D (1,2,3,4,6) A(1,2,3,4,6,7,8,9)	X			x	x	3
DA4	Penetrar nuevos mercados en otras ciudades. D (1,2,3,4,5,6) A(1,2,3,4,5,6,7,8,9)	X	x			x	3
DA5	Posibilidad de integrarse horizontalmente con otras empresas de similar rubro. D (1,2,3,4,5,6) A(1,2,3,4,6,7,8,9)	x	x	x		x	4

Nota: Esta matriz ha sido extraída y adaptada a las necesidades del presente trabajo de investigación del “Proceso estratégico de un enfoque de Gerencia” por F. D’Alessio, 2008.

Fuente: Propia

INTERPRETACIÓN: En la tabla 70, se observa la matriz de decisión estratégica, donde se pusieron todas las alternativas de decisión creadas en el FODA, de esta forma se eligieron las que mayor puntaje tuvieron de acuerdo a que si logran ser estrategias elegibles en la matriz FODA, PEYEA, BCG, IE, GE. De esta manera, se logra escoger las de mayor puntaje que soy FO1, FO4, FO5, FA1, DO3, DO4 ,DA2 ,DA5. Así, estas estrategias lograrán pasar a la siguiente etapa para ser elegibles como estrategias de la empresa.

MATRIZ CUANTITATIVA DEL PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO (MCPE)

Tabla 71 Matriz Cuantitativa de Planeamiento estratégico (MCPE) de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC

FACTORES CLAVE	VALOR	Aperturar paquetes de cursos de seguridad industrial en la modalidad virtual, O1 F(2,3,4,5,6,7,8,9)		Incrementar los convenios con distintas instituciones, para darle valor agregado a la empresa y a los certificados que se les ofrece a los estudiantes. O (4) F(1,2,3,4,5,6,7,8,9)		Aperturar cursos de capacitación en seguridad industrial en diferentes ciudades, para descentralizar la empresa y compartir conocimiento. O(5) F(1,2,3,4,5,6,7,8,9)		Convertir a la empresa en versátil, abierta a los cambios y que pueda enfrentar nuevas propuestas debido al constante cambio de la industria. F(1,2,3,4) A(1,2,6)		Mejorar los procesos de servicios, infraestructura y adquisición de la logística. D(2,3,4,6,8) O (1,2,5)		Desarrollar un plan estratégico para desarrollar nuevos productos en otras modalidades y en diferentes ciudades. D(6) O(1,2,3,5,6,7,8)		Desarrollar un plan de marketing y de publicidad para lograr incrementar la segmentación de mercado D(5) O (1,2,3,5)		Incrementar la calidad de servicio en la empresa. D (1,2,3,4,5,6) A(1,2,3,4,5,6,7,8,9)		Posibilidad de integrarse horizontalmente con otras empresas de similar rubro. D (1,2,3,4,5,6) A(1,2,3,4,6,7,8,9)	
		PA	PTA	PA	PTA	PA	PTA	PA	PTA	PA	PTA	PA	PTA	PA	PTA	PA	PTA	PA	PTA
OPORTUNIDADES																			
1. Los clientes potenciales y clientes requieren cursos virtuales.	0.15	4	0.60	3	0.45	4	0.6	4	0.6	3	0.45	3	0.45	4	0.6	3	0.45	3	0.45
2. Existe un gran segmento de mercado que busca cursos de especialización en seguridad, debido al auge de la seguridad industrial en las empresas.	0.08	4	0.32	4	0.32	3	0.24	4	0.32	4	0.32	4	0.32	3	0.24	4	0.32	4	0.32
3. Desarrollo de nuevos productos debido a la demanda de cursos en ésta área .	0.08	4	0.32	4	0.32	4	0.32	3	0.24	4	0.32	4	0.32	4	0.32	3	0.24	3	0.24
4. Posibilidad de convenio con otras instituciones	0.08	4	0.32	4	0.32	4	0.32	4	0.32	4	0.32	4	0.32	3	0.24	3	0.24	4	0.32
5. Crecimiento de demanda de cursos de capacitación en seguridad industrial en otras ciudades	0.10	3	0.30	4	0.40	4	0.4	3	0.3	4	0.4	4	0.4	2	0.2	4	0.4	4	0.4
AMENAZAS																			
1. Incremento de la competencia y oferta de productos sustitutos.	0.10	3	0.30	2	0.2	3	0.3	3	0.3	4	0.4	3	0.3	3	0.3	3	0.3	2	0.2
2. El mercado posee una entrada fácil a nuevos competidores, con nuevas empresas.	0.10	2	0.20	2	0.2	2	0.2	3	0.3	4	0.4	3	0.3	2	0.2	3	0.3	2	0.2
3. Venta de certificados a estudiantes que no se presentan a clases ni poseen algún tipo de formación.	0.08	2	0.16	3	0.24	3	0.24	2	0.16	3	0.24	2	0.16	3	0.24	2	0.16	2	0.16
4. Publicidad falsa sobre los beneficios que ofrecen otras empresas.	0.07	3	0.21	3	0.21	2	0.14	2	0.14	3	0.21	2	0.14	3	0.21	3	0.21	3	0.21
5. Rotación media de docentes capacitadores	0.05	2	0.10	2	0.1	3	0.15	3	0.15	2	0.1	3	0.15	2	0.1	2	0.1	3	0.15
6. Cambio constante del mercado debido a nuevas tecnologías de la información.	0.10	3	0.30	2	0.2	3	0.3	3	0.3	2	0.2	3	0.3	2	0.2	2	0.2	3	0.3

FORTALEZAS																			
1. Infraestructura donde se realizan los cursos	0.05	4	0.2	4	0.2	3	0.15	3	0.15	4	0.2	3	0.15	3	0.15	3	0.15	4	0.2
2. Innovación en temas de cursos	0.06	4	0.24	3	0.18	4	0.24	3	0.18	4	0.24	3	0.18	3	0.18	3	0.18	3	0.18
3. Nuestros ponentes son especialistas en las diversas áreas de la Seguridad Industrial.	0.10	3	0.3	3	0.3	3	0.3	3	0.3	3	0.3	4	0.4	4	0.4	4	0.4	4	0.4
4. Metodología educativa óptima (100% prácticas).	0.08	4	0.32	4	0.32	3	0.24	3	0.24	3	0.24	4	0.32	3	0.24	4	0.32	4	0.32
5. Materiales educativos: procedimientos, formatos, guías e investigaciones de accidentes.	0.05	3	0.15	4	0.2	4	0.2	4	0.2	3	0.15	3	0.15	3	0.15	4	0.2	4	0.2
6. Convenio con el Colegio de Ingenieros del Perú	0.10	3	0.3	4	0.4	3	0.3	3	0.3	4	0.4	3	0.3	3	0.3	4	0.4	3	0.3
7. Alto nivel de competitividad	0.05	4	0.2	4	0.2	4	0.2	3	0.15	4	0.2	4	0.2	4	0.2	3	0.15	4	0.2
8. Satisfacción del cliente	0.10	3	0.3	3	0.3	3	0.3	3	0.3	4	0.4	4	0.4	3	0.3	3	0.3	3	0.3
9. Años de experiencia en la empresa y en el rubro minero	0.07	3	0.21	3	0.21	3	0.21	4	0.28	4	0.28	4	0.28	4	0.28	4	0.28	4	0.28
DEBILIDADES																			
1. Precio del producto	0.08	2	0.16	3	0.24	3	0.24	2	0.16	2	0.16	2	0.16	3	0.24	3	0.24	3	0.24
2. Material didáctico	0.05	3	0.15	3	0.15	2	0.1	2	0.1	2	0.1	3	0.15	3	0.15	3	0.15	3	0.15
3. Infraestructura de la oficina administrativa	0.03	2	0.06	3	0.09	3	0.09	3	0.09	3	0.09	2	0.06	2	0.06	2	0.06	3	0.09
4. Método de toma de asistencia	0.03	3	0.09	3	0.09	2	0.06	2	0.06	3	0.09	2	0.06	2	0.06	2	0.06	3	0.09
5. No existe un plan de marketing	0.05	2	0.1	2	0.1	3	0.15	3	0.15	2	0.1	3	0.15	2	0.1	2	0.1	2	0.1
6. Bajo uso de tecnologías de la información	0.03	2	0.06	3	0.09	3	0.09	3	0.09	3	0.09	3	0.09	2	0.06	3	0.09	3	0.09
7. No existe una dirección estratégica	0.08	2	0.16	3	0.24	2	0.16	3	0.24	3	0.24	2	0.16	2	0.16	3	0.24	2	0.16
8. No existe servicio de post venta	0.02	3	0.06	2	0.04	3	0.06	3	0.06	2	0.04	3	0.06	2	0.04	3	0.06	3	0.06
9. Falta de control de la satisfacción del entorno laboral en rrhh	0.04	2	0.08	3	0.12	3	0.12	3	0.12	2	0.08	3	0.12	3	0.12	3	0.12	3	0.12
SUMA DEL PUNTAJE DEL GRADO DE ATRACCIÓN	2.06		6.27		6.43		6.42		6.30		6.76		6.55		6.04		6.42		6.43

Nota: Ésta matriz ha sido extraída y adaptada a las necesidades del presente trabajo de investigación del “Proceso estratégico de un enfoque de Gerencia” por F. D’Alessio, 2008.

Fuente: Propia

INTERPRETACIÓN: En la tabla 71, de la matriz CPE se evaluó a cada una de las estrategias seleccionadas en el MDE y se evaluaron de acuerdo a los factores clave que son: Fortaleza, debilidades, oportunidades y amenazas dónde de nueve posibles estrategias quedaron 6 que obtuvieron un puntaje mayor a 6.4 y que fueron elegidas para seguir siendo candidatas a posibles estrategias para la empresa.

LA MATRIZ DE RUMELT (MR)

Tabla 72 Matriz de Rumelt (MR) Q de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC

	Estrategias	Consistencia	Consonancia	Factibilidad	Ventaja	Se acepta
FO4	Incrementar los convenios con distintas instituciones, para darle valor agregado a la empresa y a los certificados que se les ofrece a los estudiantes.	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
FO5	Aperturar cursos de capacitación en seguridad industrial en diferentes ciudades, para descentralizar la empresa y compartir conocimiento.	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
DO2	Mejorar los procesos de servicios, infraestructura y adquisición de la logística.	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
DO3	Desarrollar un plan estratégico para desarrollar nuevos productos en otras modalidades y en diferentes ciudades.	No	No	No	Sí	No
DA2	Incrementar la calidad de servicio en la empresa.	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
DA5	Posibilidad de integrarse horizontalmente con otras empresas de similar rubro.	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí

Nota: Esta matriz ha sido extraída y adaptada a las necesidades del presente trabajo de investigación del "Proceso estratégico de un enfoque de Gerencia" por F. D'Alessio, 2008.

Fuente: Propia

INTERPRETACIÓN: La tabla 72 muestra la Matriz de Rumelt las estrategias seleccionadas en la MCPE con una evaluación de los ítems de consistencia, consonancia, factibilidad y ventaja; de esta manera solo 5 estrategias lograron pasar a la siguiente matriz como estrategias elegibles y posibles estrategias de aplicación de la empresa.

LA MATRIZ DE ÉTICA (ME)

Tabla 73 Matriz de Ética (ME) de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC

Estrategias	Derechos							Justicia			Utilitarismo		Se acepta	
	Impacto en el derecho a la vida	Impacto en el derecho a la propiedad	Impacto en el derecho al libre pensamiento	Impacto al derecho de privacidad	Impacto al derecho de la libertad de conciencia	Impacto al derecho a hablar libremente	Impacto al derecho al debido proceso	Impacto en la distribución	Impacto en la administración	Normas de compensación	Fines y resultados estratégicos	Medios estratégicos empleados		
FO4	Incrementar los convenios con distintas instituciones, para darle valor agregado a la empresa y a los certificados que se les ofrece a los estudiantes.	N	N	N	N	N	N	N	N	J	N	E	E	Sí
FO5	Aperturar cursos de capacitación en seguridad industrial en diferentes ciudades, para descentralizar la empresa y compartir conocimiento.	N	N	N	N	N	N	P	N	J	J	E	E	Sí
DO2	Mejorar los procesos de servicios, infraestructura y adquisición de la logística.	N	N	N	N	N	N	N	J	J	J	E	E	Sí
DA2	Incrementar la calidad de servicio en la empresa.	N	P	P	P	N	N	P	J	J	N	E	E	Sí
DA5	Posibilidad de integrarse horizontalmente con otras empresas de similar rubro.	N	P	N	P	N	N	N	J	J	J	E	E	Sí
Derechos = Promueve (P), Neutral (N), Viola (V)		Justicia = Justo (J), Neutro(N), Injusto (I)					Utilitarismo= Excelente(E) , Neutro(N), Perjudicial P)							

Nota: Esta matriz ha sido extraída y adaptada a las necesidades del presente trabajo de investigación del "Proceso estratégico de un enfoque de Gerencia" por F. D'Alessio, 2008.

Fuente: Propia

INTERPRETACIÓN: En la tabla 73, se muestra la Matriz de ética de la empresa que muestra mediante una evaluación mediante ítems de derecho, justicia y utilitarismo; de esta manera, se puede evaluar si las estrategias pasan o no en el área de ética antes de incluir a alguna de éstas estrategias dentro de la empresa. Asimismo, todas las estrategias fueron aceptadas en ésta matriz.

LA MATRIZ ESTRATEGIAS RETENIDAS Y DE CONTINGENCIA

Tabla 74 Matriz de ERC de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC

Estrategias Retenidas	
FO4	Incrementar los convenios con distintas instituciones, para darle valor agregado a la empresa y a los certificados que se les ofrece a los estudiantes.
FO5	Aperturar cursos de capacitación en seguridad industrial en diferentes ciudades, para descentralizar la empresa y compartir conocimiento.
DO2	Mejorar los procesos de servicios, infraestructura y adquisición de la logística.
DA2	Incrementar la calidad de servicio en la empresa.
DA5	Posibilidad de integrarse horizontalmente con otras empresas de similar rubro.
Estrategias Contingencia	
DO3	Desarrollar un plan estratégico para desarrollar nuevos productos en otras modalidades y en diferentes ciudades.

Nota: Esta matriz ha sido extraída y adaptada a las necesidades del presente trabajo de investigación del “Proceso estratégico de un enfoque de Gerencia” por F. D’Alessio, 2008.

Fuente: Propia

INTERPRETACIÓN: En la tabla 74, se muestra la Matriz de ERC donde se ubican las estrategias retenidas y de contingencia; de esta manera observamos que las estrategias FO4, FO5, DO2, DA2, DA5 son las estrategias retenidas de la empresa, que con anterioridad han sido seleccionadas y han pasado el filtro de las anteriores matrices, lo cual significan que van a seguir pasando a las siguientes etapas de selección, mientras que la estrategia DO3 es una estrategia de contingencia lo cual significa una estrategia de emergencia, como un apoyo que puede ser utilizado en algún momento por si la situación se vuelve crítica.

MATRIZ DE ESTRATEGIAS Y OBJETIVOS A LARGO PLAZO

Tabla 75 Matriz de Estrategias y Objetivos a Largo Plazo (MEOLP) de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC

Intereses Organizacionales	Visión							
	OLP1	OLP2	OLP3	OLP4	OLP5	OLP6	OLP7	OLP8
Incrementar el porcentaje de ventas	X	X	X	X	X	X	X	X
Incrementar el segmento de mercado	X	X	X	X	X		X	X
Penetrar nuevos mercados en otras ciudades	X	X	X		X	X	X	X
Insertar nuevos cursos de especialización a la empresa	X	X	X	X	X		X	X
Realizar varios convenios con instituciones	X	X	X	X	X	X	X	X
Insertar la calidad a cada uno de nuestros procesos		X	X		X	X	X	X
Lograr ser una empresa versátil para enfrentar problemas y cambios en la industria			X	X	X	X	X	X
Convertirse en una empresa con un gran desarrollo de su capital humano			X		X	X	X	X
Estrategias específicas	OLP1	OLP2	OLP3	OLP4	OLP5	OLP6	OLP7	OLP8
Incrementar los convenios con distintas instituciones, para darle valor agregado a la empresa y a los certificados que se les ofrece a los estudiantes.	X	X	X	X		X	X	X
Aperturar cursos de capacitación en seguridad industrial en diferentes ciudades, para descentralizar la empresa y compartir conocimiento.	X	X	X	X	X		X	X
Mejorar los procesos de servicios, infraestructura y adquisición de la logística.	X	X	X			X	X	X
Incrementar la calidad de servicio en la empresa.	X	X	X	X	X		X	X
Posibilidad de integrarse horizontalmente con otras empresas de similar rubro.		X	X			X	X	X

Nota: Esta matriz ha sido extraída y adaptada a las necesidades del presente trabajo de investigación del “Proceso estratégico de un enfoque de Gerencia” por F. D’Alessio, 2008.

Fuente: Propia

INTERPRETACIÓN: Como se muestra en la Figura 75, la matriz de estrategias evalúa cómo los intereses organizacionales y las estrategias específicas cumplen con los objetivos, así se tendrá un mejor panorama del nivel de importancia de cada uno. En conclusión, las estrategias específicas son las que serán aplicadas a la empresa debido a que pasaron por una serie de filtros.

LA MATRIZ DE ESTRATEGIAS VERSUS POSIBILIDADES DE LOS COMPETIDORES Y SUSTITUTOS (MEPCS)

Tabla 76 Matriz de Estrategias versus Posibilidades de los competidores y Sustitutos (MEPCS) de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC

Posibilidades competitivas Estrategias Retenidas	Posibilidades Competidor 1 (Instituto Overall)	Posibilidades Competidor 2 (Instituto Prime)	Posibilidades Entrante (Uno escuela superior)	Posibilidades Aliado/Socio 1 (Clínica ocupacional "H&S")
Estrategia 1	x	x	x	x
Estrategia 2	x	x	x	x
Estrategia 3	x	x	x	x
Estrategia 4	x	x	x	x
Estrategia 5				x

Nota: Esta matriz ha sido extraída y adaptada a las necesidades del presente trabajo de investigación del "Proceso estratégico de un enfoque de Gerencia" por F. D'Alessio, 2008.

Fuente: Propia

INTERPRETACIÓN: La tabla 76 muestra la matriz EPCS, donde se muestra la elección y efectividad de cada estrategia elegida y cómo se comporta con los agentes externos como: competencia, nuevo entrante o posibles socios; de esta manera, todas las estrategias elegidas se adaptan perfectamente para hacer frente a los agentes descritos con anterioridad.

Resultado para lograr explicar el objetivo específico 3

Se ha logrado realizar un diseño de los objetivos a largo plazo, la decisión y elección de estrategias evaluación externa e interna de la empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial SAC para el periodo 2019-2030. Así, la matriz IO donde se evalúa los intereses organizacionales de la empresa y se ponderan según la importancia, los objetivos a largo plazo se plantean según los intereses y necesidades de la empresa, mientras las estrategias se plantearon según todos los pasos efectuados con anterioridad, la matriz FODA plantea soluciones y opciones de crecimiento a través de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, la matriz PEYEA que mide mediante indicadores la posición estratégica externa, posición estratégica interna, factores determinantes de la estabilidad del entorno y factores determinantes de la fortaleza financiera (31), de esta manera se puede evaluar a la empresa mediante estos factores, la matriz BCG evalúa en qué situación está la empresa, y que es un producto interrogación que significa que la empresa es rentable pero necesita tener mayor

segmento de mercado, la matriz IE muestra en qué etapa se encuentra la empresa, siendo la “v” lo cual significa que la empresa debe aumentar su penetración en el mercado y desarrollar nuevos productos como estrategia fundamental, la Matriz GE mide el crecimiento del mercado y la posición competitiva de la empresa que indica que está en el cuadrante uno e indica que la empresa debe desarrollar y penetrar el mercado, la matriz de Decisión filtra las estrategias a través de indicadores que cumple con las anteriores matrices, la matriz CPE filtra una vez más las estrategias a través de factores clave, la matriz R realiza un filtro más a través de factores de posibilidad, la matriz ética filtra estrategias a través de factores éticos, la matriz ERC muestra las estrategias retenidas y que se plantean como posibles soluciones en la empresa. la matriz EOLP evalúa las estrategias retenidas con los objetivos a largo plazo para elegir las estrategias más importantes, la matriz EPCS evalúa las estrategias retenidas con los competidores, sustitutos y posibles entrantes.

Resultado que explica el OBJETIVO GENERAL

Se ha logrado realizar el diseño la primera etapa de un plan estratégico de la empresa H&S Seguridad Industrial SAC para el periodo 2019-2030; debido a que se ha terminado e interpretado la última etapa donde se han diseñado las estrategias que la empresa podría implementar.

Tercera hipótesis

Se logrará formular el diseño de los objetivos a largo plazo, la decisión y elección de estrategias de la empresa H&S Seguridad Industrial, para el periodo 2019-2030.

Hipótesis nula

NO Se logrará formular el diseño de los objetivos a largo plazo, la decisión y elección de estrategias de la empresa H&S Seguridad Industrial, para el periodo 2019-2030.

Hipótesis alterna

SÍ Se logrará formular el diseño de los objetivos a largo plazo, la decisión y elección de estrategias de la empresa H&S Seguridad Industrial, para el periodo 2019-2030.

Prueba de hipótesis:

Conclusión: De esta manera, se logró diseñar la tercera hipótesis con el desarrollo de los objetivos a largo plazo y elección de las estrategias, por ello se acepta la hipótesis alterna.

Hipótesis General:

H1: Se logrará formular el diseño del planeamiento estratégico en la empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial, para el periodo 2019-2030.

Conclusión: De esta manera, se logró diseñar un planeamiento estratégico debido a que se desarrolló y diseñó un plan estratégico de la empresa, por ello se acepta la hipótesis general.

Discusión de resultados

En el estudio realizado, después de llevarse a cabo el análisis y la interpretación; se llegó a conocer que es importante poder implementar las estrategias seleccionadas en el plan estratégico que se ha realizado, que puede permitir a la empresa mejorar su productividad, el desarrollo de la empresa e incrementar el segmento de mercado. Todo el proceso desarrollado y las matrices desarrolladas han generado un diagnóstico específico sobre la empresa y estrategias que han sido desarrolladas y diseñadas para que la empresa pueda implementarlas. De esta manera se han validado las hipótesis que afirmaban que se podían realizar el diseño de planeamiento estratégico, dando como resultado las siguientes estrategias:

- Incrementar los convenios con distintas instituciones, para darle valor agregado a la empresa y a los certificados que se les ofrece a los estudiantes.
- Aperturar cursos de capacitación en seguridad industrial en diferentes ciudades, para descentralizar la empresa y compartir conocimiento.
- Mejorar los procesos de servicios, infraestructura y adquisición de la logística.
- Incrementar la calidad de servicio en la empresa.
- Posibilidad de entregarse horizontalmente con otras empresas de similar rubro.

Por ende, el resultado del plan estratégico diseñado ha generado estas estrategias puedan reducir errores e incrementar oportunidades que la empresa busca y necesita.

Actualmente, aun los empresarios desconocen la importancia de un planeamiento estratégico y cómo éste puede mejorar su productividad y aumentar sus ventas, pero es necesario que puedan involucrarse en el desarrollo de este y poder implementar el resultado que se obtiene.

Por otro lado, se presentará un tablero de control balanceado y un mapa estratégico que no están dentro del diseño del plan estratégico, pero son instrumentos para medir el cumplimiento de objetivos.

Tabla 77 Tablero de control balanceado de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC

Perspectiva	Visión	Misión	Valores y código de ética	OCP	OLP	Acciones o iniciativas	Responsables	Indicadores	Unidades	Objetivo	Frecuencia de medición	Óptimo	Tolerable	Deficiente
Financiera	Ser una empresa integral	promoviendo ambientes de trabajo seguro	Integridad	OCP11: Eliminar los desperdicios en gastos de logística	OLP6: Incrementar los ingresos en un 20% por concepto de nuevos inscritos en FSS por año.	Identificar y reducir desperdicios	Área contable	Incremento de porcentaje de ventas	Porcentaje	20%	Anual	20%	15%	10%
					OLP2: Incrementar en un 50% la cantidad de participantes inscritos al FSS por año			Incremento de ganancias	Porcentaje	50%	Anual	50%	40%	30%
Clientes	Además, será una plataforma profesional en donde se pueda desarrollar, documentar, sistematizar y presentar sus experiencias de gestión de la prevención y comunicarlas para hallar mejores estrategias para la prevención de pérdidas	Agregar valor a las empresa y a los trabajadores en seguridad industrial	Responsabilidad en el área de seguridad industrial	OCP1: Elaborar 3 mallas por trimestre de nuevos cursos para el 2020	OLP1: Ampliar la gama de cursos ofrecidos en un 20% por año	Planear cursos a aperturar	Área administrativa	cumplimiento de objetivos	Número	3	Semestral	3	2	1
				OCP2: Realizar convenio con CIP – Hvca para el 2020				Apertura de especialización en Cerro de Pasco	cumplimiento de objetivos	Número	3	Semestral	3	2
				OCP6: Realizar convenios con instituciones en las ciudades donde se va a aperturar los cursos.	OLP3: Realizar cursos en 5 departamentos del Perú de forma continua para el año 2022	Convenio con CIP - Pasco		Porcentaje de cumplimiento de objetivos	Número	3	Semestral	3	2	1
				OCP4: Ofrecer nuevos y más beneficios a los estudiantes		Realizar convenios con instituciones		Porcentaje de cumplimiento de objetivos	Número	3	Semestral	3	2	1
				OCP8: Ampliar y mejorar el capital humano		Aumento de beneficios a los trabajadores		Porcentaje de rotación del capital humano	Porcentaje	10%	Anual	10%	5%	3%
				OCP12: Replantear los procesos de matrícula, toma de asistencia e información administrativa	OLP7: Incrementar en un 20% la calidad total de servicio en la empresa.	Identificar las ineficiencias administrativas		Porcentaje de eficiencia	Porcentaje	20%	Anual	20%	15%	10%
				OCP13: Aplicar encuestas y		Aplicación de encuestas		Porcentaje de cumplimiento de objetivos	Porcentaje	15%	Anual	15%	10%	5%

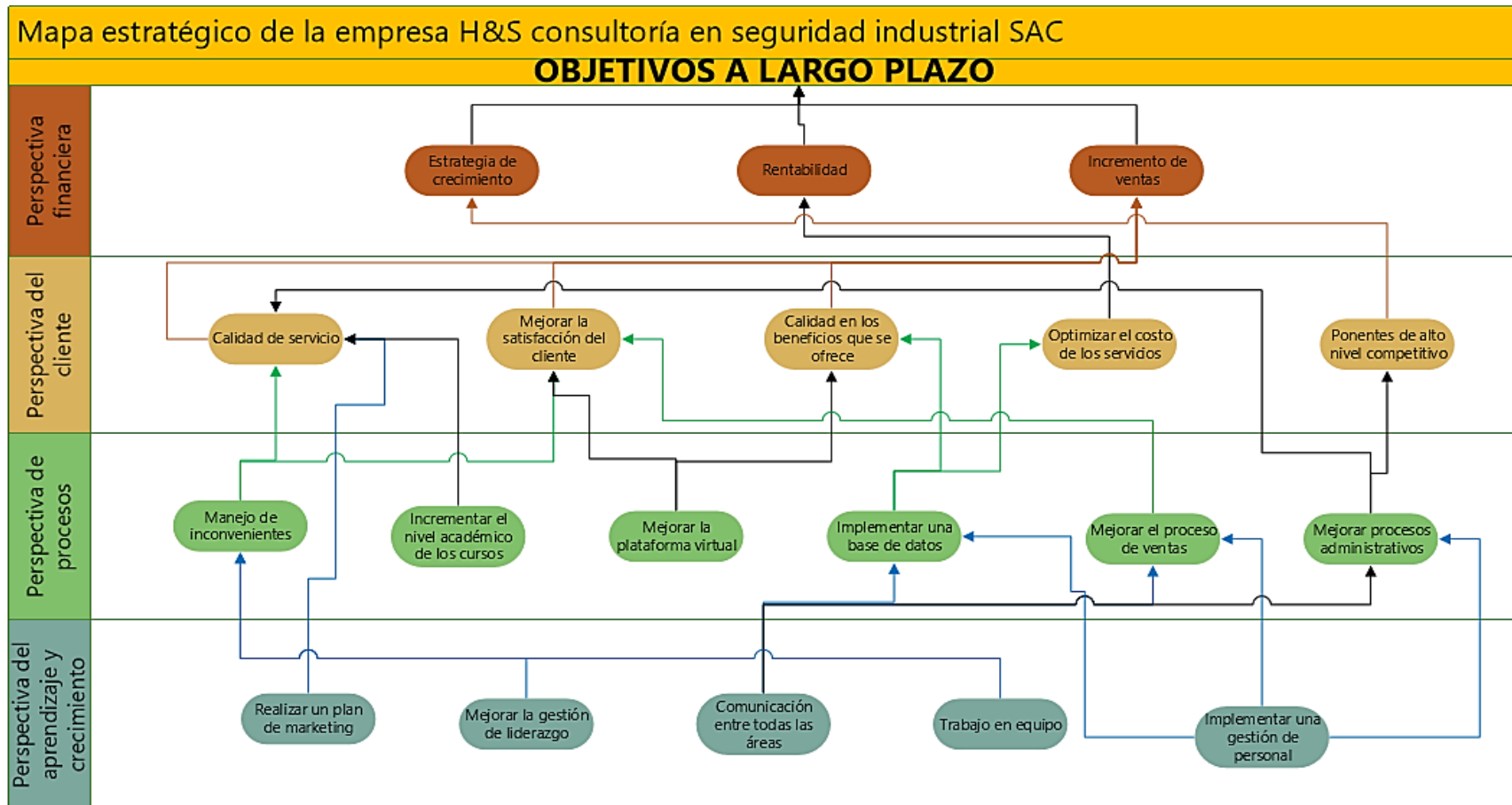
				realizar el análisis de éstas													
				OCP8: Ampliar y mejorar el capital humano		Aumento de beneficios a los trabajadores		Porcentaje de rotación del capital humano	Porcentaje	20%	Semestral	20%	15%	10%			
Procesos	Ser la empresa integral de referencia a nivel nacional en consultoría y capacitación en Seguridad, Salud ocupacional y Medio Ambiente para el 2030.	entregando capacitación y asesoría ante riesgos laborales, promoviendo ambientes de trabajo seguro, calidad de vida a las personas involucradas	Puntualidad	OCP1: Elaborar 3 mallas por trimestre de nuevos cursos para el 2020	OLP5: Realizar 4 convenios con instituciones en la ciudad de Huancayo para el segundo semestre del año 2022	Contactos con nuevos ponentes	Área administrativa	Porcentaje de cumplimiento de objetivos	Porcentaje	20%	Anual	20%	15%	10%			
				OCP3: Elaborar un plan de marketing en el primer bimestre del 2020		Recopilar información de la publicidad		Porcentaje de cumplimiento de objetivos	Porcentaje	25%	Anual	25%	20%	15%			
				OCP8: Ampliar y mejorar el capital humano	OLP8: Proporcionar un empleo que produzca satisfacción a los empleados	Subir el sueldo a los colaboradores		Porcentaje de rotación del capital humano	Porcentaje	20%	Semestral	20%	15%	10%			
				OCP5: Mantener la imagen de la empresa activa en redes sociales		Capacitar personal adicional que maneje redes sociales		Porcentaje de aumento de seguidores	Porcentaje	20%	Bimestral	20%	15%	10%			
Capacidad de Aprendizaje	Ser una empresa integral	Fomentar una cultura de seguridad	Responsabilidad en otorgar certificación	OCP9: Aumentar la frecuencia de apertura de cursos	OLP4: Aumentar la penetración en el mercado de cursos en Seguridad en la ciudad de Huancayo para un 30% para el 2022	Realizar un plan anual de labores	Área administrativa	Porcentaje de cumplimiento de objetivos	Número	2	Anual	2	1	0			
				OCP4: Ofrecer nuevos y más beneficios a los estudiantes		Incrementar los convenios con instituciones		Incremento de porcentaje de ventas	Número	3	Semestral	3	2	1			
				OCP3: Elaborar un plan de marketing en el primer bimestre del 2020		Identificar aciertos y deficiencias en el marketing que se desarrolla en la empresa.		Porcentaje de cumplimiento de objetivos	Porcentaje	20%	Anual	20%	15%	10%			

Nota: Esta matriz ha sido extraída y adaptada a las necesidades del presente trabajo de investigación del "Proceso estratégico de un enfoque de Gerencia" por F. D'Alessio, 2008.

Fuente: Propia

La tabla 77 muestra el tablero de control balanceado que se utilizará para evaluar el cumplimiento de los objetivos y por ende las estrategias. De esta manera en corto plazo se podría ir evaluando cómo la empresa va ejecutando los objetivos que se fue planteando.

Figura 163 Mapa estratégico de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC



Fuente: Propia

La Figura 163 muestra un mapa estratégico que se debe seguir para poder cumplir los objetivos y por ende las estrategias que se llegaron a concluir.

CONCLUSIONES

1. Se ha logrado analizar el entendimiento inicial; sin embargo, la empresa posee ciertas debilidades que pueden ser reducidas a través de planteamientos de estrategias, pero solo existe un porcentaje de 35 % en el que la empresa ha sido manejada de forma óptima hasta el momento por el área administrativa y el gerente general. Por ello, es necesario desarrollar el plan estratégico en las siguientes etapas.
2. Se ha logrado analizar el análisis interno y externo de la empresa; por ello se ha realizado propuesta a través de las matrices que son parte de esta etapa del plan estratégico y se ha analizado el entorno interno y externo para poder entender el desarrollo de la empresa y el comportamiento de la competencia. De esta manera, podemos concluir que la empresa posee un segmento de mercado considerable de 13% de un total de 10 empresas, situándose en el puesto tercero de toda la lista, pero necesita incrementar más este porcentaje y mejorar aspectos administrativos y de logística para optimizar ciertos procesos. Así, es necesario desarrollar el plan estratégico en la siguiente etapa.
3. Se ha logrado analizar y realizar el diseño de los objetivos a largo plazo, la decisión y elección de estrategias; de esta manera, se ha generado definir 5 estrategias que deben ser implementadas por la empresa que le permitirán mejorar su productividad, potenciar su ventaja competitiva, por ende, incrementar sus ventas y número de clientes.

RECOMENDACIONES

1. El área de logística debe tener un mejor desempeño y analizar la reducción de costos o mayor inversión en casos de ciertos servicios.
2. El área de gerencia debe de mejorar ciertos aspectos para que el capital humano no sea tan rotativo y se logre tener un buen clima laboral.
3. Asignar un responsable que verifique siempre el cumplimiento de las estrategias propuestas, en caso se implementen.
4. Se debe contar con un profesional que haga un plan de marketing y publicidad que genere un mayor reconocimiento de la marca en los clientes y mayor impacto en las ventas.
5. Dar mayor publicidad sobre la ventaja competitiva que poseen: certificación y calidad de los ponentes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. RANDSTAD. Los beneficios de la especialización profesional. [online]. 2017. Available from: <https://www.randstad.es/tendencias360/los-beneficios-de-la-especializacion-profesional/>
2. JORGE LUIS CACERES NEYRA. El deber de capacitación en la Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo. [online]. 2017. Available from: <http://blog.pucp.edu.pe/blog/seguridadysaludocupacionalenelperu/2017/07/13/el-deber-de-capacitacion-obligacion-del-empleador-las-reglas-de-la-ley-de-seguridad-y-salud-en-el-trabajo-ley-n-29783/Seguridad y Salud en el Trabajo>
3. GESTIÓN. Estas son las maestrías más solicitadas en el Perú y sus costos en las principales universidades. [online]. Available from: <https://gestion.pe/economia/management-empleo/son-maestrias-solicitadas-peru-costos-249579>
4. FREEPEAK. ¿Cuáles son las diferencias entre diplomado, especialización, maestría y doctorado? [online]. 2018. Available from: <https://orientacion.universia.edu.pe/infodetail/orientacion/consejos/cuales-son-las-diferencias-entre-diplomado-especializacion-maestria-y-doctorado-3221.html>
5. UNIVERSIA PERÚ. 24 especializaciones para hacer en el Perú. [online]. 2017. Available from: noticias.universia.edu.pe/educacion/noticia/2017/05/22/1152615/24-especializaciones-hacer-peru.html
6. UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA. Programa de especialización en Seguridad Industrial y Salud Ocupacional. [online]. Available from: <http://www.uni.edu.pe/images/noticias/201812/pdfs/BROCHUREDESEGURIDADINDUSTRIALWEBUNI03-02-2019.pdf>
7. HUAYTÁN, Luis. H&S Consultoría en Seguridad Industrial. [online]. Available from: <https://www.seguridadminerahs.com/>
8. HUAYTÁN, Luis. *Plan de trabajo de especialización*. 2018.
9. MAPADE. Mapa de Huancayo. [online]. Available from: <https://www.mapade.org/huancayo.html>
10. INEI. *PERU Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI* [online]. Available from: <https://www1.inei.gob.pe/>
11. HUANCAYOPERU.COM. Ciudad de Huancayo Peru Provincia de Huancayo. [online]. Available from: <http://www.huancayoperu.com/>
12. HUANCAYO PERÚ. La mayor información de la ciudad incontestable. [online]. 2018.

Available from: <http://www.dehuancayo.com/>

13. BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ - SUCURSAL HUANCAYO. Caracterización del departamento de Junín. . 2017. P. 1–17.
14. INSTITUTO PRIME. Página de facebook de el Instituto PRIME. [online]. Available from: https://web.facebook.com/pg/INSTITUTOPRIME/about/?ref=page_internal
15. INSTITUTO PRIME. Página web del Instituto prime. [online]. Available from: https://web.facebook.com/pg/INSTITUTOPRIME/about/?ref=page_internal
16. CENESAM. *Página web de la empresa Cenesam* [online]. Available from: <http://www.cenesamperu.pe/index.php/capacitaciones>
17. CEADEM. *Página web de Ceadem* [online]. Available from: https://web.facebook.com/Ceadem-Huancayo-275038549785951/?ref=br_rs
18. CEADEM. Página de facebook de Ceadem. .
19. OVERALL INSTITUTO OCUPACIONAL. Página web de Overall Instituto Ocupacional. [online]. Available from: <https://yellow.place/en/overall-instituto-ocupacional-huancayo-peru>
20. OVERALL INSTITUTO OCUPACIONAL. Página de Facebook de Overall Instituto Ocupacional. [online]. Available from: <https://web.facebook.com/consultoraoverallhealth/>
21. CACP PERÚ. Página web de CACP Perú. [online]. Available from: <https://cacperu.com/>
22. CACP PERÚ. Página de Facebook de CACP Perú. [online]. Available from: https://web.facebook.com/consultora.cacperu/?_rdc=1&_rdr
23. GOOGLE-MAPS. Calle Real 122 en Google Maps. [online]. Available from: https://web.facebook.com/Coesem-SAC-1694260040833093/?ref=br_rs
24. COESEM. COESEM SAC. [online]. Available from: <https://compuempresa.com/info/coesem-sac-20601921678>
25. COESEM SAC. Página de Facebook de Coesem SAC. [online]. Available from: https://web.facebook.com/Coesem-SAC-1694260040833093/?_rdc=1&_rdr
26. GOOGLE HEART. Google Earth. .
27. CEESPROAM. Página de Facebook de Ceesproam Huancayo. [online]. Available from: https://web.facebook.com/ceesproam.sac.5?ref=br_rs
28. EQUIPO PERÚ PREVENIR. Página de Facebook del Equipo Perú Prevenir. [online]. Available from: <https://web.facebook.com/eperuprevenir/>
29. EQUIPO PERÚ PREVENIR. *Página web de Equipo Perú Prevenir* [online]. Available from:

<http://eperuprevenir.com/>

30. FAVAL INGENIEROS. Favalingenieros Pamela Gallardo Minaya. [online]. Available from: <https://web.facebook.com/ingenierosfavalconsultores>
31. D´ALESSIO, Fernando. *El proceso estratégico* [online]. 2008. ISBN 9688808296. Available from: https://issuu.com/ivanss_3/docs/el_proceso_estrat_gico_-_fernando._
32. ROMERO, R. 4 claves para alcanzar el éxito empresarial. *Diario Correo*. 2015.
33. MARCINIAK, Renata. ¿Qué es un plan estratégico? [online]. Available from: <https://renatamarciniak.wordpress.com/2013/01/07/que-es-un-plan-estrategico/>
34. ZURITA, Viviana. Importancia del Plan Estratégico. [online]. Available from: http://www.academia.edu/25587150/Importancia_del_Plan_de_cuentas
35. D´ALESSIO, Fernando. *El proceso estratégico: Un enfoque de gerencia*. 2008. ISBN 9789702612902.
36. MINTZBERG HENRY. Métodos del planeamiento estratégico. [online]. 1994. Available from: https://www.oas.org/sap/publications/2004/fiapp/estrategias_politicas/doc/pbl_estrategias_04_04_spa.pdf
37. GOOGLE-MAPS. Koken del Perú - Google Maps. .
38. ALVARADO, Tomás. Metodología para elaborar un plan estratégico y rediseño organizacional de una unidad de producción agropecuaria. *Revista Mexicana de Agronegocios*. 2001. Vol. 9, p. 283–292.
39. ESPINOZA, José. Los estudios de postgrado y la investigación. *Acta Herediana*. 2014. Vol. 54, p. 9–12.
40. CEBALLOS, Alberto, ARÉVALO, Blanca and GIRALDO, Johnny. Plan de Marketing para incrementar el número de estudiantes en el Centro Educativo la Sabiduría. *Escenarios*. 2012. Vol. 10, no. 1, p. 29–39. DOI 10.15665/esc.v10i1.723.
41. TEMOCHE, Lizeth. *Plan Estratégico 2017-2020 para el Instituto Confucio PUCP*. 2017.
42. DÍAZ, D., GIRALDO, E., MIRANDA, A., PERALTA, R. and TINTAYA, H. *Planeamiento Estratégico de Perú*. 2017.
43. A, De Trans Solutions Systems S. Plan estratégico y arquitectura empresarial. . 2018.
44. BARRAGÁN, A. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. . 2009. P. 16–17.
45. CUEVAS, JESÚS; TELLO, MERCEDES; RAMOS, Willy. *Planificación Estratégica de marketing para mejorar las ventas en comercial Zamora* [online]. 2010. Available from:

http://sisbib.unmsm.edu.pe/BVREVISTAS/DERMATOLOGIA/v20_n1/pdf/a02v20n1.pdf

46. IBARRA, A. *Planeamiento estratégico y su relación con la gestión de la calidad de la Institución Educativa Kumamoto I N° 3092- Puente Piedra-Lima- año 2011*. 2012.
47. DURÁN, D. and SAAVEDRA, J. *Propuesta de un Plan estratégico para la Empresa Leather Store Colombia LTDA*. 2011.
48. VILLALOBOS, Leandro José and ENDER CARRASQUERO CARRASQUERO, C. *Comportamiento funcional y seguridad industrial en el sector de la construcción en el estado de Zulia, Venezuela*. 2011. Maracaibo
49. MENDOZA, Pedro. *Planteamiento Estratégico En Gerencia*. .
50. UNIVERSIDAD NACIONAL "SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO." *Plan Estratégico Institucional 2017-2021*. . 2017.
51. D´ALESSIO, Fernando. *Planeamiento Estratégico del Sistema Educativo del Perú:2015-2024* [online]. 2015. Available from: www.CENTRUM.pucp.edu.pe
52. BOQUÉ TORREMORELL, María Carme. *Cuaderno de Trabajo* [online]. 2005. ISBN 9702302749. Available from: http://www.juntadeandalucia.es/educacion/educacion/portal/com/bin/convivencia/contenidos/Materiales/PublicacionesdeLaConsejeriadeEducacion/tiempomediacion/1169550913758_tm ediac.cuaderno_trabajo.pdf
53. PEREZ, Julián and MERINO, María. *Definición de diseño*. [online]. 2008. Available from: <https://definicion.de/disenio/>
54. MARCINIAK, Renata. *Definición de Objetivo*. [online]. Available from: <https://renatamarciniak.wordpress.com/2013/01/07/que-es-un-plan-estrategico/>
55. HERNANDEZ, Roberto, FERNANDEZ, Carlos and BAPTISTA, Pilar. *Metodología de la investigación*. 2010. ISBN 9786071502919.
56. BOSCAN, Adriana. *Características del Método Científico y Tipos de Método Científico* [online]. 2013. Available from: <http://epistemologia20.blogspot.mx/2013/01/caracteristicas-del-metodo-cientifico.html>
57. AVALOS, Carolina. *Introducción a los Métodos Mixtos de Investigación*. . 2016. No. March. DOI 10.13140/RG.2.1.2794.5046.
58. JIMENEZ HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto, FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos and BAPTISTA LUCIO, Pilar. *Metodología de la investigación*. *Journal of Chemical Information and Modeling*. 2014. Vol. 53, no. 9, p. 1–589. DOI 10.1017/CBO9781107415324.004.

59. ROSALES, Oswaldo. Importancia y características de una buena muestra estadística _ Apuntes de Estadística para Administración. . 2016.
60. GOMEZ BASTAR, Sergio. *Metodología de la investigación*. 2012. ISBN 9786077331490.
61. EDUCATIVOS, Proyectos. Técnicas e instrumentos de recolección de datos. .
62. CASTRO, J and OSORIO, M. Investigación y diseño experimental y no experimental. *Servicio Nacional de Aprendizaje*. 2014.
63. INVESMIX. TÉCNICA E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN MIXTA. [online]. Available from: <http://investigacionmixta.wixsite.com/invesmix/single-post/2016/04/02/TÉCNICA-E-INSTRUMENTOS-DE-INVESTIGACIÓN-MIXTA>
64. ARROYO, Jacinto. Investigación Científica y Tecnológica_ Bases Teóricas. .
65. CONSEJO DEPARTAMENTAL JUNÍN DEL CIP. Colegio de Ingenieros del Perú - Consejo Departamental de Junín. [online]. 2018. Available from: <http://www.cip.org.pe/junin/>
66. CAPITULO INGENIERIA MINAS CIP JUNIN. Página de facebook del Capitulo Ingenieria Minas Cip Junin. [online]. Available from: https://web.facebook.com/capitulo.ingenieriademinascipjunin?ref=br_rs
67. HUAYTÁN, Luis. Página de facebbok de la empresa H&S Consultoría en Seguridad Industrial. [online]. Available from: <https://web.facebook.com/seguridadminerahs/>
68. IGH GROUP. *Inveritas Global Holdings - Página web* [online]. Available from: <https://www.ighgroup.com/>
69. IGH. IGH GROUP - Página de Facebook. [online]. Available from: <https://web.facebook.com/ighperu/>
70. ISEM. Instituto de Seguridad Minera - ISEM Página web. [online]. Available from: <https://www.isem.org.pe/portal/>
71. ISEM PERÚ. ISEM - Página de Facebook. [online]. Available from: <https://web.facebook.com/isemperu/>

ANEXOS

APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS

Posteriormente de validar los instrumentos por un experto, como se muestra en la Figura 164, Figura 165 y Figura 166 donde el experto ponen algunas observaciones que se deben de levantar antes de aplicar los instrumentos.

Figura 164 Encuesta validadas por el experto

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN (Entrevistas 1-13)

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento		✓		
Calidad de redacción de los ítems			✓	
Pertinencia de las variables con los indicadores		✓		
Relevancia del contenido			✓	
Factibilidad de aplicación		✓		

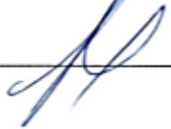
Apreciación cualitativa: _____

Observaciones: En la entrevista 5 se debe replantear la pregunta de los nuevos competidores y para las preguntas de proveedores y compradores se debe identificar su poder de negociación

Validado por: JOSE CARLOS LIRA Profesión: INGENIERO INDUSTRIAL

Lugar de trabajo: FINANCIERA CONFIDENZA

Cargo que desempeña: RESPONSABLE DE CANALES DIGITALES

Fecha: 14/05/19 Firma: 

Fuente: Propia

Figura 165 Instrumento validado por el especialista

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN (Encuestas 1-2)

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento		/		
Calidad de redacción de los ítems		/		
Pertinencia de las variables con los indicadores		/		
Relevancia del contenido		/		
Factibilidad de aplicación		/		

Apreciación cualitativa: _____

Observaciones: _____

Validado por: JOSE CARLOS LIRA Profesión: INGENIERO INDUSTRIAL

Lugar de trabajo: FINANCIERA CONFIANZA

Cargo que desempeña: RESPONSABLE DE CANALES DIGITALES

Fecha: 14/05/19 Firma: _____

Fuente: Propia

Figura 166 Instrumento validado sobre búsqueda de la información


INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN (Búsqueda de información)

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento		✓		
Calidad de redacción de los ítems			✓	
Pertinencia de las variables con los indicadores		✓		
Relevancia del contenido			✓	
Factibilidad de aplicación		✓		

Apreciación cualitativa: _____

Observaciones: _____

Validado por: JOSE CARLOS LIRA Profesión: INGENIERO INDUSTRIAL
 Lugar de trabajo: FINANCIERA CONFIANZA
 Cargo que desempeña: RESPONSABLE DE CABLES DIGITALES

Fecha: 14/05/19 Firma: 

Fuente: Propia

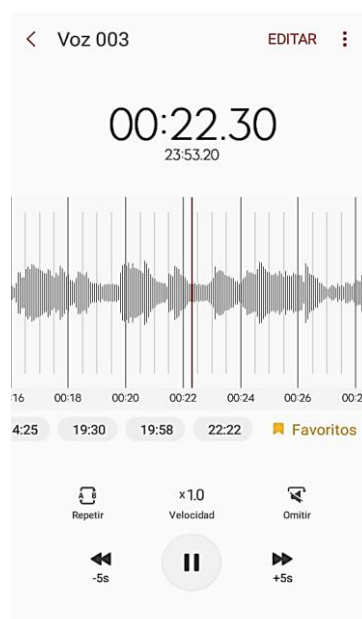
Asimismo, se aplicó la entrevista al Gerente de la empresa, el Ing. Luis Huaytán Suazo el día 21 de mayo del 2019, como se muestra en la Figura 167, se aplicó las preguntas que se validaron con anterioridad; asimismo, la Figura 168 muestra los audios grabados en la entrevista para transcribirlos posteriormente para el trabajo de investigación.

Figura 167 Entrevista con el gerente de la empresa, Ing. Luis Huaytán Suazo



Fuente: Propia

Figura 168 Audios de la entrevista al gerente de la empresa



Fuente: Propia

ENTREVISTA N° 1

TEMA: Situación General de la empresa

Entrevistado: Luis Huaytán Suazo

1. ¿Cómo nace la empresa H&S consultoría en seguridad industrial?

La empresa nace en noviembre del 2014, en Lima, inscrita en los registros público, con la finalidad de transmitir experiencia de profesiones expertos en la materia de seguridad industrial hacia estudiantes con deseos de aprender sobre el tema, de esta manera documentar la experiencia.

2. ¿Por qué el nombre H&S consultoría en seguridad industrial?

Corresponde a las siglas de Higiene y Seguridad.

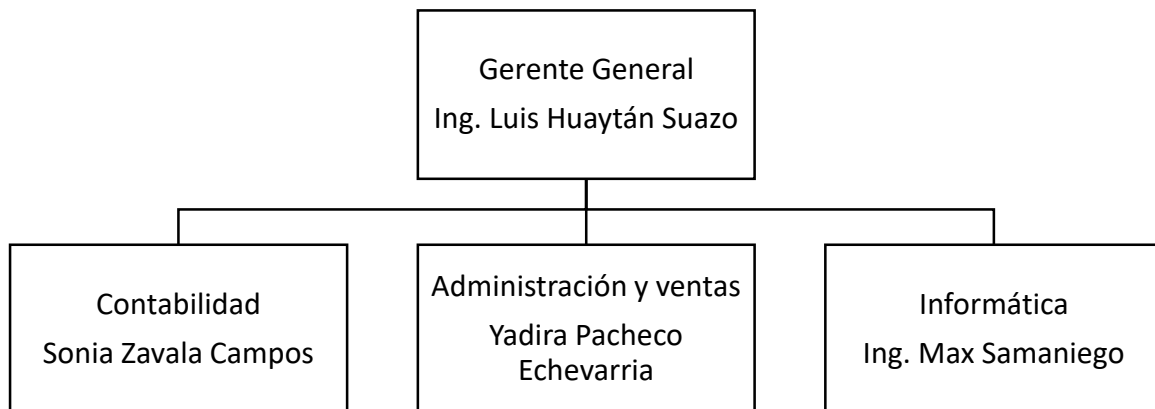
3. ¿Qué ha logrado la empresa H&S consultoría en seguridad industrial?

Ha logrado la capacitación y la certificación de un promedio de 350 estudiantes, insertarse al mercado de Huancayo, Huancavelica y Cerro de Pasco, desarrollar temas de alto riesgo, implementar propuestas como la teoría de la línea de fuego que fue publicado en la revista Mundo Minero, donde hubo un reconocimiento en Lima en el Instituto de Ingenieros de Minas junto con el Colegio de Ingenieros en Lima; asimismo, participación en congresos en Huancavelica, capacitaciones a trabajadores de grandes empresa como Usitemsa, Neuma, Ferreyros, etc.

4. ¿Cómo es el funcionamiento de la empresa y quiénes son partícipes de ésta?

Por otro lado, la estructura organizacional de la empresa es la que se muestra en la Tabla. 78 donde el gerente general es la persona responsable del funcionamiento y es la imagen representativa de ésta, debido a que es uno de los docentes principales de los cursos, es la persona a cargo del área de consultoría de la empresa y firma los certificados como aval del tiempo invertido de cada estudiante. Por otro lado, la estructura lineal restante refiere a el área de contabilidad que se encarga de declarar ventas y finanzas, mientras el área de informática se encarga de le edición y mantenimiento del aula virtual. Mientras el área administrativa se encarga de la gestión de recursos necesarios para el desarrollo de los cursos como permisos de auditorios, logística, etc; así como el seguimiento del proceso de cada curso hasta la entrega de sus certificados, ya sea en la modalidad presencial o virtual; mientras el área de ventas brinda informes de los cursos e inscripción de los estudiantes.

Tabla 78 Organigrama de la empresa H&S Consultoría en seguridad industrial SAC



Fuente: Propia

5. ¿Cuál considera ud. que sea el mayor atractivo de la empresa?

El mayor atractivo es que está compuesta por profesionales que están activos en la actividad minera que viven un entorno laboral real para poder compartir este conocimiento con los estudiantes de la empresa.

6. ¿Cuál cree que sea la mayor necesidad de la empresa?

La mayor necesidad de la empresa es generar mayores ventas y lograr proporcionar un servicio de calidad.

7. ¿Cómo cree que los potenciales clientes y clientes ven a la empresa?

Como una empresa que aporta a nivel nacional y trae una alternativa seria e institucional, debido a que hay convenios con el colegio de ingenieros del Perú. Asimismo, las encuestas de los estudiantes muestran la satisfacción de los clientes.

8. ¿Cuál es la segmentación de mercado de la empresa?

El público objetivo de la empresa en cuanto al curso de especialización en seguridad industrial se enfoca principalmente a personas de ambos sexos desde 21 a 34 años de nivel socioeconómico B, que se dedican o están interesados en el área de seguridad industrial de la ciudad de Huancayo y ciudades aledañas, dependiendo a qué región se apertura el curso.

9. ¿Cuál cree Ud. que sería el mejor cambio para mejorar la empresa?

Tenemos oportunidad de mejora en los tiempos de respuesta a algunas solicitudes y mejorar la logística administrativa que acompaña a los ponentes (soporte administrativo).

10. ¿Quién cree Ud. que es su mayor competencia y por qué?

No he encontrado a una empresa que posea el mismo nivel de servicio y la misma razón de ser de la empresa que es brindar conocimiento en seguridad y no de forma comercial.

ENTREVISTA N° 2

TEMA: Misión, Visión, Valores y Código de Ética

Entrevistador: Yadira Medalith Pacheco Echevarria

Entrevistado: Ing. Luis Huaytán Suazo

1. ¿Cuál es la misión de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial?

Agregar valor a las empresas y sus trabajadores, entregando capacitación y asesoría ante riesgos laborales, promoviendo ambientes de trabajo seguro, calidad de vida a las personas y fomentando una cultura de seguridad y vida sana en la comunidad.

2. ¿Cuál es la visión de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial?

Ser la empresa de referencia a nivel nacional en consultoría y capacitación en Seguridad, Salud ocupacional y Medio Ambiente para el 2025. Ser una plataforma profesional en la que los profesionales puedan desarrollar, documentar, sistematizar y presentar sus experiencias de gestión de la prevención y comunicarlas para hallar mejores estrategias para la prevención de pérdidas.

3. ¿Cuáles son los valores de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial?

Los valores de la empresa son la integridad, puntualidad y responsabilidad, donde estos valores rigen el comportamiento de cada trabajador y la política de convivencia.

4. ¿Cuál es el código de ética de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial?

El código de ética de la empresa rige los objetivos y el funcionamiento de la empresa, donde es la siguiente: “No somos teóricos...Te enseñamos desde la experiencia (7)”. Donde lo primordial es la enseñanza con responsabilidad total; es decir, tener responsabilidad al momento de brindar conocimiento y evaluar al estudiante si asimila la información proporcionada para lograr ser certificado.

5. ¿De todos los mencionados cuál cree Ud. que la empresa sí practica?

La empresa cumple la misión completamente como está planteada, así como la visión.

6. ¿De todos los mencionados cuál cree Ud. que la empresa ha descuidado?

Los valores como la puntualidad, donde a veces se estiran tiempos debido a los proveedores y la logística.

ENTREVISTA N° 3

TEMA: Análisis PESTEC

Entrevistador: Yadira Medalith Pacheco Echevarria

Entrevistado: Ing. Luis Huaytán Suazo

1. ¿Cuál es la situación política de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial?

Las variables políticas, gubernamentales y legales de la empresa se enfocan expresamente en el convenio con el Colegio de Ingenieros, sede departamental Junín, dependiendo a donde se va a aperturar el curso, donde se incluyen condiciones y puntos específicos donde la empresa y la institución deben cumplir.

2. ¿Cuál es la situación económica de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial?

Las variables económicas y financieras son esenciales en toda la empresa, sobre todo los costos fijos y variables de la empresa, que deben de generar un retorno de la inversión que la empresa hace en cada área, donde se observa los principales costos que la empresa realiza, y a los que se debe de tener controlado y reducir el monto que se hace por cada mes.

3. ¿Cuál es la situación social de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial?

Las variables sociales, culturales y demográficas de la empresa se enfocan principalmente en aquellas que forman parte del público objetivo o delimitan ciertos aspectos que forman partes de los clientes potenciales; así como aportar seguridad a los estudiantes y a las instituciones.

4. ¿Cuál es la situación tecnológica de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial?

Las variables tecnológicas y científicas que se enfoca en la empresa son las tecnologías de información que se utiliza para el uso del aula virtual en ésta modalidad; asimismo, de estudios de investigación que se realizan para definir nuevas estrategias dependiendo a las necesidades que enfrenta la empresa.

5. ¿Cuál es la situación ecológica de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial?

En cuanto a variables ecológicas y ambientales se enfoca principalmente a la logística invertida que se debe de manejar en cuanto a útiles de oficina y cómo la empresa ayuda a mejorar la calidad ambiental a través de sus cursos.

6. ¿Cuál es la situación competitiva de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial?

Los competidores en la industria poseen competencia desleal, inclusión de innovación, pero poseen el mismo segmento de mercado y ofrecen el mismo servicio donde éstos son: Ceadem, instituto Prime, overall, Coesem, Ceesproam, Cenesam, Equipo Perú Prevenir y CACP Perú.

7. ¿De todos los mencionados cuál cree Ud. que está mejor controlado por su organización?

La situación social, debido a la claridad de la empresa con obras de bien a la sociedad, brindando capacitaciones gratuitas a las municipalidades.

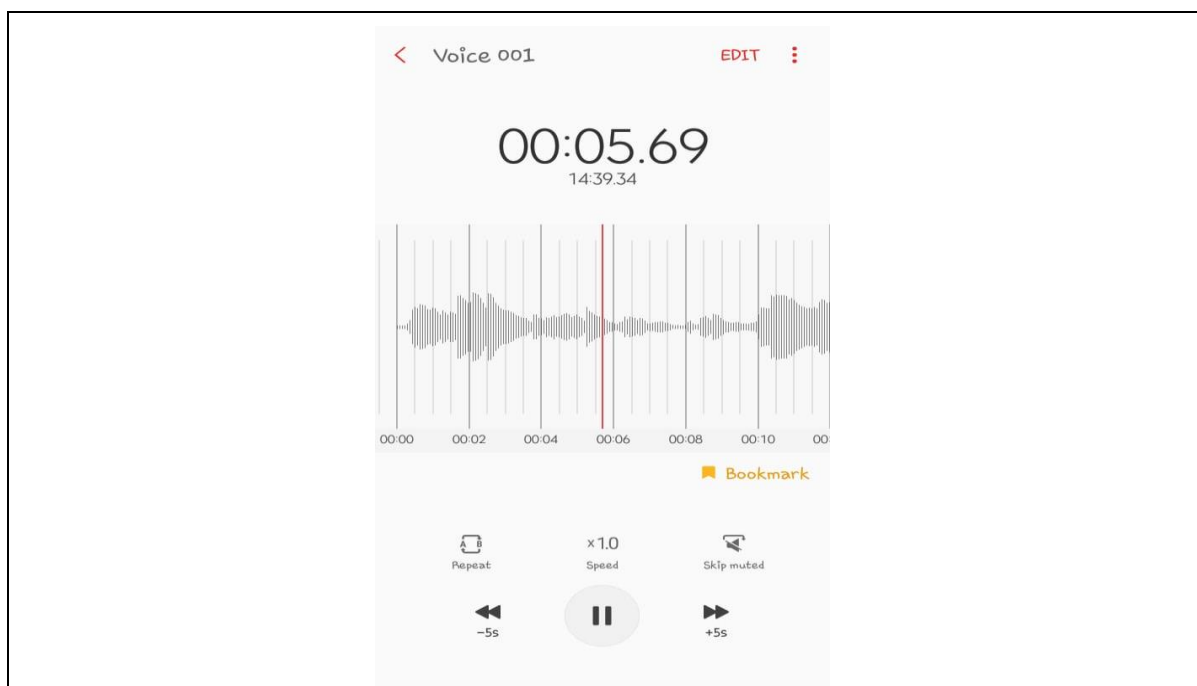
8. ¿De todos los mencionados cuál cree Ud. que está menos controlado por su organización?

La competencia con publicidad engañosa, como convenios falsos, y doble o triple certificación.

ENTREVISTA N° 3

Para realizar las entrevistas con los expertos, se realizó una entrevista con el Ing. Edwin Páucar Palomino, ponente de la empresa Overall, una de las 3 empresas con mayor alcance en la industria de los cursos de seguridad industrial.

Figura 169 Audios de entrevista al experto en la



Fuente: Propia

TEMA: Análisis PESTEC

Entrevistador: Yadira Medalith Pacheco Echevarria

Entrevistado: Ing. Edwin Páucar Palomino (Ponente en la empresa Overall)

1. ¿Cuál es la situación política de la industria de los cursos de seguridad industrial?

Las empresas que están dentro de la industria buscan convenios con instituciones y empresas que den valor agregado a los certificados.

2. ¿Cuál es la situación económica de la industria de los cursos de seguridad industrial?

La situación de la industria es media porque hay un gran mercado de ofertas regidos por los precios, que van desde los más accesibles hasta los más caros.

3. ¿Cuál es la situación social de la industria de los cursos de seguridad industrial?

Los clientes desean poder agregar estudios especializados a su cv para incrementar sus oportunidades laborales.

4. ¿Cuál es la situación tecnológica de la industria de los cursos de seguridad industrial?

Las empresas utilizan plataformas virtuales para complementar conocimiento en los estudiantes; sin embargo, la empresa Overall está agregando hologramas en sus presentaciones para un valor agregado.

5. ¿Cuál es la situación ecológica de la industria de los cursos de seguridad industrial?

La industria gasta una cantidad regular en recursos materiales como papel para los materiales didácticos.

6. ¿Cuál es la situación competitiva de la industria de los cursos de seguridad industrial?

La industria es un océano rojo debido a que existe demasiada competencia, el rubro de los cursos no posee un ente regulador, es por ello que es difícil diferenciar entre una buena y mala empresa.

ENTREVISTA N° 4

TEMA: Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)

Entrevistador: Yadira Medalith Pacheco Echevarria

Entrevistado: Ing. Edwin Páucar Palomino (Ponente en la empresa Overall)

1. ¿Cuáles son las oportunidades de la industria de los cursos de seguridad industrial, en cuanto al entorno política (P), económica (E), social (S), tecnológica (T) y ambiental (A)?

Luego de la ley ocupacional a **Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo – Ley N° 29783, donde se especifica que las empresas tienen el deber de capacitar a sus trabajadores en el ámbito industrial se ha expandido ésta industria.**

2. ¿Cuáles son las debilidades de la industria de los cursos de seguridad industrial, en cuanto al entorno política (P), económica (E), social (S), tecnológica (T) y ambiental (A)?

No existe un mecanismo de regulación en la certificación que se ofrece.

ENTREVISTA N° 5

TEMA: Modelo de la estructura del sector industrial (PORTER)

Entrevistador: Yadira Medalith Pacheco Echevarria

Entrevistado: Ing. Edwin Páucar Palomino (Ponente en la empresa Overall)

1. ¿Considera Ud. que la competencia de la industria de los cursos de seguridad industrial es agresiva?

Sí, debido a la variabilidad de precios que ofrecen, cada empresa reduce o aumenta costos sin una entidad que regule la calidad educativa.

2. ¿Cuáles son las principales cualidades que ud busca en una empresa de capacitación en seguridad industrial?

Buena certificación

Aprendizaje de calidad

3. ¿Cuáles son los competidores de la industria de los cursos de seguridad industrial?

Instituto Prime, Instituto Overall, Cenesam, Equipo Perú Prevenir, Faval.

4. ¿Cuáles son los sustitutos de la industria de los cursos de seguridad industrial?

El instituto CETEMIN, que no es solo una consultoría, sino un instituto especialista que obtiene convenios con grandes empresas mineras para la bolsa de trabajo de sus estudiantes

5. ¿Cuáles son los compradores de la industria de los cursos de seguridad industrial?

Toda persona que trabaja dentro del ámbito minero o civil o personas que deseen ingresar a ésta área.

6. ¿Cuál es el poder de negociación (influencia y poder de convencimiento a los clientes a través de publicidad y ofertas) de los compradores?

Los beneficios que la empresa ofrece.

7. ¿Ud. Considera que el mercado en el que participa la empresa es de difícil entrada para nuevos competidores?

Sí, debido a que existe un extenso mercado con variabilidad de precios y beneficios que la empresa ofrece.

ENTREVISTA N° 6

TEMA: matriz del perfil competitivo (MPC)

Entrevistador: Yadira Medalith Pacheco Echevarria

Entrevistado: Ing. Edwin Páucar Palomino (Ponente en la empresa Overall)

1. ¿Cuáles son los factores clave de éxito que miden la competitividad en la industria?

La certificación y beneficios que se ofrece

ENTREVISTA N° 7

TEMA: Matriz del perfil Referencial (MPR):

Entrevistador: Yadira Medalith Pacheco Echevarria

Entrevistado: Ing. Edwin Páucar Palomino (Ponente en la empresa Overall)

1. ¿Cuáles son las empresas que están en la misma industria, pero no compiten con ustedes?

La empresa SGS y demás empresas grandes con capital internacional que trabajan directamente con empresas mineras como Antamina, Cerro Verde, etc.

ENTREVISTA N° 3

Para realizar las entrevistas con los expertos, se realizó una entrevista con Ing. Sergio Munive (Ing. De Seguridad Industrial), experto en el área de seguridad y en la industria de los cursos de seguridad industrial.

TEMA: Análisis PESTEC

Entrevistador: Yadira Medalith Pacheco Echevarria

Entrevistado: Ing. Sergio Munive (Ing. De Seguridad Industrial)

1. ¿Cuál es la situación política de la industria de los cursos de seguridad industrial?

Las empresas que ofrecen cursos de seguridad industrial no poseen una organización que lo regule.

2. ¿Cuál es la situación económica de la industria de los cursos de seguridad industrial?

La situación de la industria es buena para las empresas que han logrado posicionarse a través de convenios y reconocimiento del cliente.

3. ¿Cuál es la situación tecnológica de la industria de los cursos de seguridad industrial?

Las empresas utilizan plataformas virtuales para brindar cursos virtuales.

4. ¿Cuál es la situación competitiva de la industria de los cursos de seguridad industrial?

La industria es muy competitiva en cuanto a precios y beneficios que se ofrece mediante la certificación como convenios con universidades, instituciones, empresas, etc.

ENTREVISTA N° 4

TEMA: Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)

Entrevistador: Yadira Medalith Pacheco Echevarria

Entrevistado: Ing. Sergio Munive (Ing. De Seguridad Industrial)

1. ¿Cuáles son las oportunidades de la industria de los cursos de seguridad industrial, en cuanto al entorno política (P), económica (E), social (S), tecnológica (T) y ambiental (A)?

La atractiva inserción laboral a minas.

2. ¿Cuáles son las debilidades de la industria de los cursos de seguridad industrial, en cuanto al entorno política (P), económica (E), social (S), tecnológica (T) y ambiental (A)?

Nadie controla la certificación que se brinda por las horas lectivas que se ofrece

.ENTREVISTA N° 5

TEMA: Modelo de la estructura del sector industrial (PORTER)

Entrevistador: Yadira Medalith Pacheco Echevarria

Entrevistado: Ing. Sergio Munive (Ing. De Seguridad Industrial)

1. ¿Considera Ud. que la competencia de la industria de los cursos de seguridad industrial es agresiva?

Si, por la cantidad de horas lectivas que se pone en la certificación y en algunos casos se ofrece doble o triple certificación.

2. ¿Cuáles son las principales cualidades que ud busca en una empresa de capacitación en seguridad industrial?

Cantidad de horas lectivas

Convenios

3. ¿Cuáles son los competidores de la industria de los cursos de seguridad industrial?

Instituto Prime, Instituto Overall, Cenesam, Equipo Perú Prevenir, Faval.

4. ¿Cuáles son los sustitutos de la industria de los cursos de seguridad industrial?

Los diplomados que ofrecen las universidades pues brindan una calidad superior en certificación y beneficios.

5. ¿Cuáles son los compradores de la industria de los cursos de seguridad industrial?

Estudiantes que desean certificar su conocimiento en el área de seguridad industrial.

6. ¿Cuál es el poder de negociación (influencia y poder de convencimiento a los clientes a través de publicidad y ofertas) de los compradores?

La publicidad que ofrecen las empresas.

7. ¿Ud. Considera que el mercado en el que participa la empresa es de difícil entrada para nuevos competidores?

Sí, debido a que existe una gran cantidad de empresas que ofrecen distintos precios y beneficios.

ENTREVISTA N° 6

TEMA: matriz del perfil competitivo (MPC)

Entrevistador: Yadira Medalith Pacheco Echevarria

Entrevistado: Ing. Sergio Munive (Ing. De Seguridad Industrial)

1. ¿Cuáles son los factores clave de éxito que miden la competitividad en la industria?
La publicidad y lo beneficios que se ofrecen.

ENTREVISTA N° 7

TEMA: Matriz del perfil Referencial (MPR):

Entrevistador: Yadira Medalith Pacheco Echevarria

Entrevistado: Ing. Sergio Munive (Ing. De Seguridad Industrial)

1. ¿Cuáles son las empresas que están en la misma industria, pero no compiten con ustedes?
Las empresas transnacionales como SGH.

ENTREVISTA N° 8

TEMA: Matriz AMOFITH

Entrevistador: Yadira Medalith Pacheco Echevarria

Entrevistado: Ing. Luis Huaytán Suazo

1. ¿Cuáles son los factores de administración y gerencia de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial?
La gerencia se encarga de aspectos estratégicos de la empresa, logrando la viabilidad de áreas funcionales; asimismo, la administración aumenta la productividad.
2. ¿Cuáles son los factores de Marketing y ventas de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial?
Es la orientación centrada para satisfacer las necesidades de los clientes a través de la oferta de bienes y servicios, bajo las condiciones de competencia y globalización, tomándose en cuenta el producto, comunicación, distribución y precio.

3. ¿Cuáles son los factores de Operaciones y logística de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial?

Es el área encargada de ejecutar procesos de producción para bienes y servicios e involucra éstos recursos (materiales, mano de obra, maquinarias, etc.), las variables que deben ser tomadas en cuenta son: costos de fabricación como materiales directos, mano de obra directa e indirecta, suministros de materiales, control de inventarios, facilidades de ubicación, eficiencia de equipamiento, etc.

4. ¿Cuáles son los factores de Finanzas y contabilidad de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial?

Se responsabiliza de obtener recursos económicos para el momento necesario en que la empresa lo requiera, así como recursos en la cantidad, costo.

5. ¿Cuáles son los factores de Recursos Humanos de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial?

Es un activo muy valioso en la organización, que mueve recursos tangibles e intangibles; estableciendo relaciones para lograr los objetivos de la organización. Se debe de tener en cuenta las siguientes variables: competencias y calificaciones profesionales, selección y desarrollo personal, disponibilidad y calidad de la mano de obra.

6. ¿Cuáles son los factores de Sistemas de información y comunicaciones de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial?

Brindan el soporte de TI/TC para la toma de decisiones. Éstos sistemas sirven para la retroalimentación, y se deben tomar en cuenta las siguientes variables: calidad de la información sobre marketing, finanzas, operaciones, logística y recursos humanos, información sobre la toma de decisiones, velocidad y capacidad de respuesta de los usuarios, información para la gestión de calidad y costos.

7. ¿Cuáles son los factores de Tecnología e investigación y desarrollo de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial?

Las variables que se deben tomar en cuenta son: tecnología en los procesos, número de innovaciones en productos y procesos, número de innovaciones en productos, plantas pilotos, competencias tecnológicas, etc.

ENTREVISTA N° 9

TEMA: Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)

Entrevistador: Yadira Medalith Pacheco Echevarria

Entrevistado: Ing. Luis Huaytán Suazo

1. ¿Cuáles son las fortalezas de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial?
 - Versatilidad para lograr nuevos convenios y desplazar la empresa.
 - Innovación en temas de cursos.
 - Empleados muy bien capacitados.
 - Nuestros ponentes son especialistas en las diversas áreas de la Seguridad Industrial.
 - Se maneja eficientemente y de manera óptima la metodología educativa (100% prácticas).
 - Contamos con riqueza de materiales educativos para facilitar el aprendizaje: procedimientos, formatos, guías e investigaciones de accidentes.
 - 20 años de experiencia en la formación de jóvenes y adultos.
 - 9 años en el rubro de la Seguridad Minera.
 - Contamos con el aval del CIP de Huancayo
 - Alto nivel de competitividad
 - Tenemos buena reputación con los clientes,
 - Desarrollamos más ofertas formativas que la competencia.

2. ¿Cuáles son las debilidades de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial?
 - **No se atiende los otros servicios que ofrece la empresa**
 - **No hay una clara dirección estratégica**
 - **No se envía ofertas de servicios a empresas del rubro**
 - **Falta de respuesta oportuna en los casos de los certificados.**
 - **No hay seguimiento del cliente que ya usó nuestros servicios**

- Tenemos un equipo pequeño de gente que se dedica muchas áreas y no se enfoca en una.
- Somos vulnerables a que nuestra gente de vital importancia no se encuentre a gusto, se vaya, etc.
- Demora en sacar la publicidad muchos días antes del evento.
- No está definido el logo y sus variantes, y los colores corporativos.
- No se emplea una coherencia de colores que esté en concordancia con los colores corporativos a la hora hacer la publicidad.
- No está definido un plan de marketing a seguir.

ENTREVISTA N° 10

TEMA: Matriz de Intereses Organizacionales (MIO):

Entrevistador: Yadira Medalith Pacheco Echevarria

Entrevistado: Ing. Luis Huaytán Suazo

1. ¿Cuáles son los intereses organizacionales de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial?

Son que algunos ponentes(proveedores) logren crecimiento profesional, debido a que el dictar clases es un reto profesional para mucho de ellos y con la empresa logran este objetivo de transmitir experiencia, así como lograr el crecimiento personal de los trabajadores de la empresa puedan adquirir experiencia y de parte de ellos incluir la teoría a la empresa.

ENTREVISTA N° 11

TEMA: Objetivos a Largo Plazo (OLP)

Entrevistador: Yadira Medalith Pacheco Echevarria

Entrevistado:

1. ¿Cuáles son los objetivos a largo plazo de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial?
- Tener un crecimiento responsable
 - Lograr convenios con unidades mineras grandes

- Tener un creciente número de supervisores seguros
- Estudiantes que practiquen la seguridad a mayor escala

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN (Entrevistas 1-11)

Por otro lado, la aplicación de la encuesta se dio en la especialización de seguridad desarrollada el día 18 de mayo del presente año, como se muestra en la Figura 170 y Figura 171.

Figura 170 Estudiante completando la encuesta



Figura: Propia


Figura 171 Estudiantes completando la encuesta



Figura: Propia

Asimismo, como muestra la Figura 172 y 173, una de las encuestas aplicadas y desarrolladas por parte de los estudiantes del curso.

Figura 172 1ra parte de la encuesta de satisfacción aplicada de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC



H&S
CONSULTORÍA EN
SEGURIDAD INDUSTRIAL S.A.C.


ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

INSTRUCCIONES: La siguiente encuesta tiene como finalidad llegar a saber su opinión sobre factores internos y esenciales de la empresa H&S consultoría en Seguridad Industrial SAC, en el curso de especialización en seguridad industrial y salud ocupacional, para desarrollar un diseño de un planeamiento estratégico.

	MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA
SOBRE EL CURSO					
Señale la apreciación general sobre el curso es		X			
Señale sus expectativas de forma					
Señale la relación entre conocimientos adquiridos en el curso y desempeño laboral/profesional			X		
Señale la evaluación sobre las exposiciones		X			
Señale la evaluación acerca del estímulo para las consultas de los estudiantes		X			
Señale la evaluación sobre las respuestas de los ponentes a las consultas de los estudiantes		X			
Señale la evaluación del cumplimiento del programa del curso		X			
Señale la evaluación sobre la puntualidad de las clases		X			
Señale la evaluación sobre el cronograma de las clases		X			
Señale la evaluación sobre materiales audiovisuales (videos y/o transparencias)		X			
Señale la evaluación sobre la metodología utilizada por los docentes			X		
Señale la evaluación del sistema de corrección de exámenes					
Señale la evaluación del sistema de publicación de notas					
Señale la evaluación del sistema de toma de asistencia		X			
Señale la evaluación del servicio del recurso humano de la empresa		X			
Señale la evaluación del servicio de break brindado en el curso		X			
Señale la evaluación del sistema de inscripción		X			
SOBRE EL MATERIAL DIDÁCTICO					
Señale la evaluación del contenido del material impreso				X	
Señale la evaluación de la impresión y presentación de los textos				X	
SOBRE EL AMBIENTE					
Señale la evaluación de la Iluminación, carpetas, sillas y limpieza que se encuentran en el auditorio donde se dan las clases prácticas.			X		
Señale la evaluación de las condiciones del ambiente, disponibilidad de equipos y materiales para el desarrollo de las clases prácticas		X			

Fuente: Propia


Figura 173 2da parte de la encuesta de satisfacción aplicada de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC



H&S

CONSULTORÍA EN

SEGURIDAD INDUSTRIAL S.A.C.



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

	MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA
EN GENERAL					
Señale la evaluación del sobre la información recibida para el desarrollo del curso		(x)	X		
Señale el nivel de recomendación del curso		X			
Señale su nivel de satisfacción con la capacitación		X			
1. ¿Por cuál medio se enteró de este curso y/o especialización?					
a) Email					
b) Redes Sociales					
c) Sitio Web					
d) Volante					
e) Afiche					
f) Amigos					
g) Otros					
2. ¿Tiene alguna sugerencia?					

Fuente: Propia

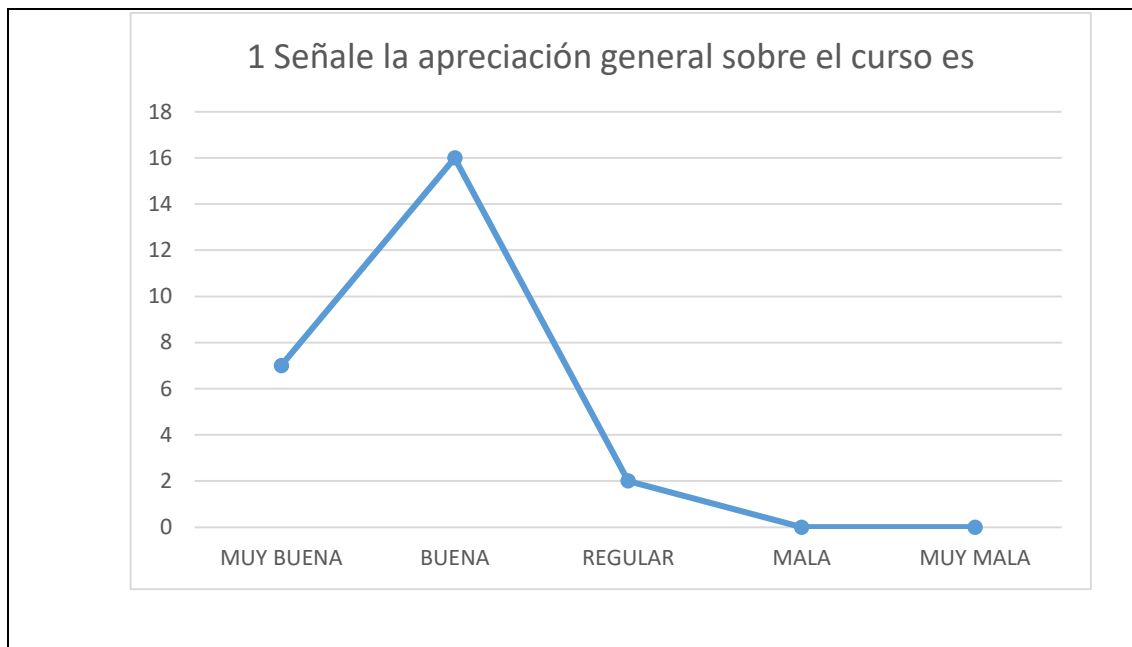
En las siguientes tablas y gráficos que a continuación se muestran reflejan los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a 25 estudiantes que llevan el curso de formación de seguridad y salud ocupacional.

Tabla 79 Pregunta 1 de la encuesta aplicada

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
		1	Señale la apreciación general sobre el curso es:	7	16	2	0

Fuente: Propia

Figura 174 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 1



Fuente: Propia

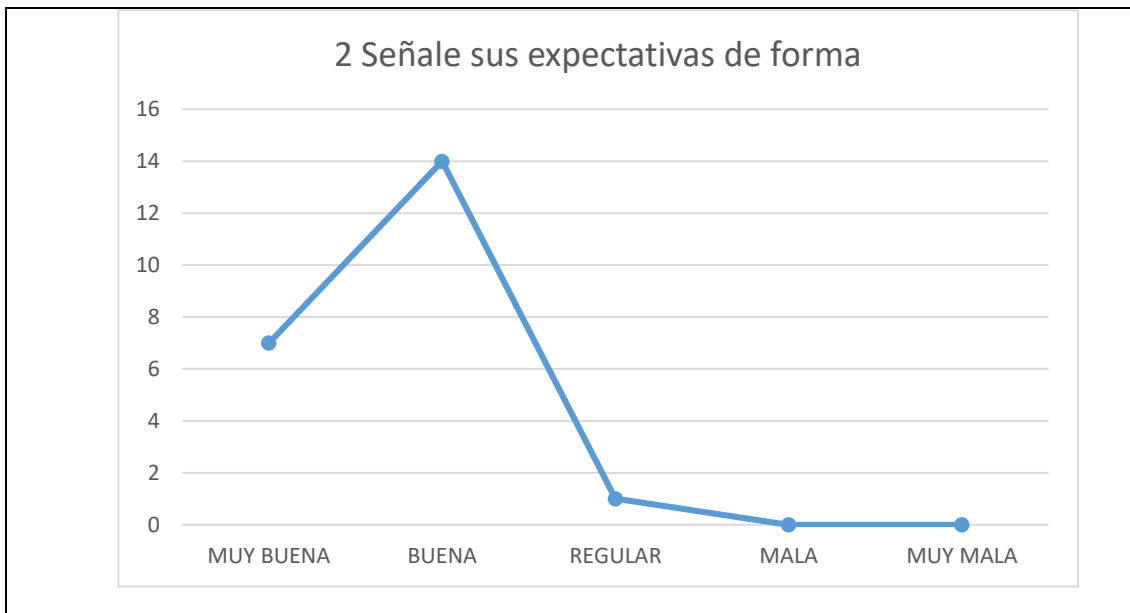
INTERPRETACIÓN: en la tabla 79 y la Figura 174, podemos observar que la pregunta 1 posee un total de 25 estudiantes, donde 7 personas evaluaron al curso como muy bueno, mientras 16; buena, y regular; 2, mientras mala y muy mala tienen 0. De esta manera, se concluye que la evaluación mayoritaria es buena sobre la apreciación general del curso.

Tabla 80 Pregunta 2 de la encuesta aplicada

Preguntas	MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
	2 Señale sus expectativas de forma	7	14	1	0	0

Fuente: Propia

Figura 175 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 2



Fuente: Propia

INTERPRETACIÓN: en la tabla 80, y Figura 175 podemos observar que la pregunta 2 posee un total de 25 estudiantes, donde 7 personas evaluaron al curso como muy bueno, mientras 14; buena, y regular; 1, mientras mala y muy mala tienen 0. De esta manera, se concluye que la evaluación mayoritaria es buena sobre las expectativas del curso.

Tabla 81 Pregunta 3 de la encuesta aplicada

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
		3	Señale la relación entre conocimientos adquiridos en el curso y desempeño laboral/profesional	8	12	3	0

Fuente: Propia

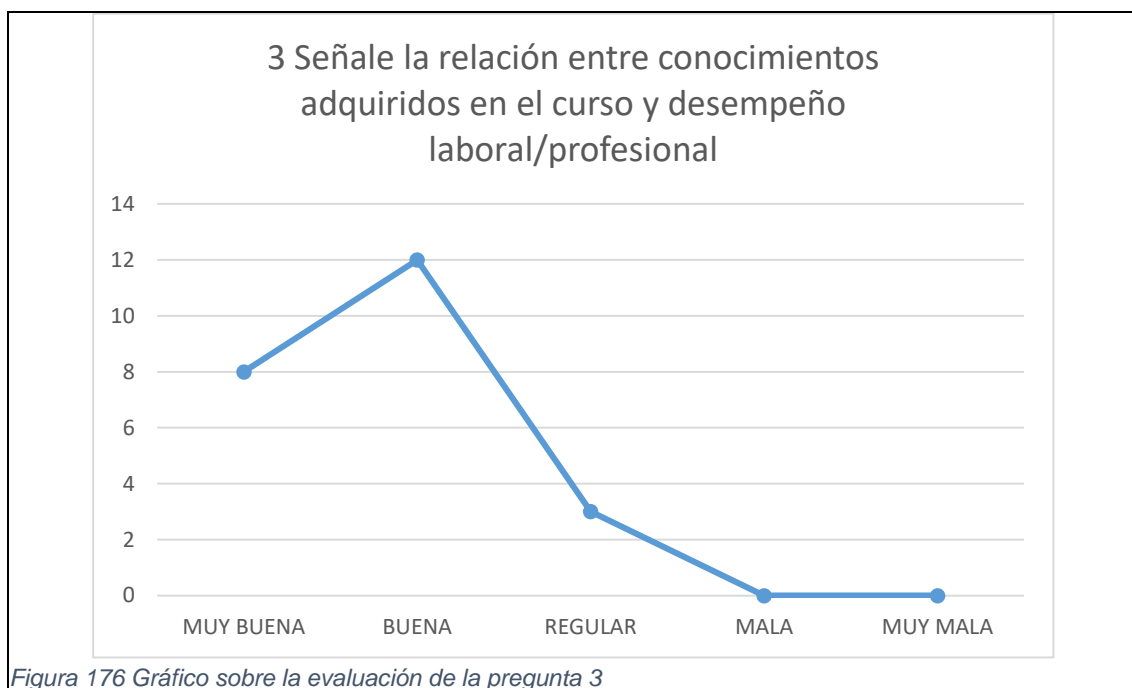


Figura 176 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 3

Fuente: Propia

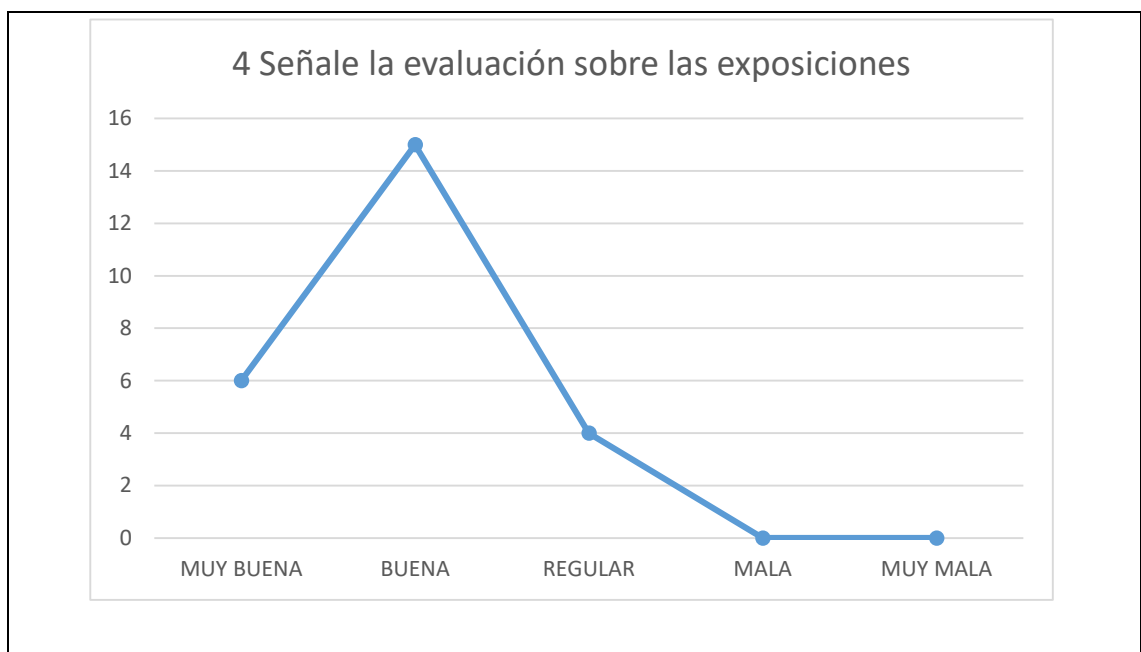
INTERPRETACIÓN: en la tabla 81 y Figura 176, podemos observar que la pregunta 3 posee un total de 25 estudiantes con dos abstenciones en esta pregunta, donde 8 personas evaluaron al curso como muy bueno, mientras 12; buena, y regular; 3, mientras mala y muy mala tienen 0. De esta manera, se concluye que la evaluación mayoritaria es buena sobre la relación entre conocimientos adquiridos en el curso y desempeño laboral/profesional.

Tabla 82 Pregunta 4 de la encuesta aplicada

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
4	Señale la evaluación sobre las exposiciones	6	15	4	0	0	25

Fuente: Propia

Figura 177 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 4



Fuente: Propia

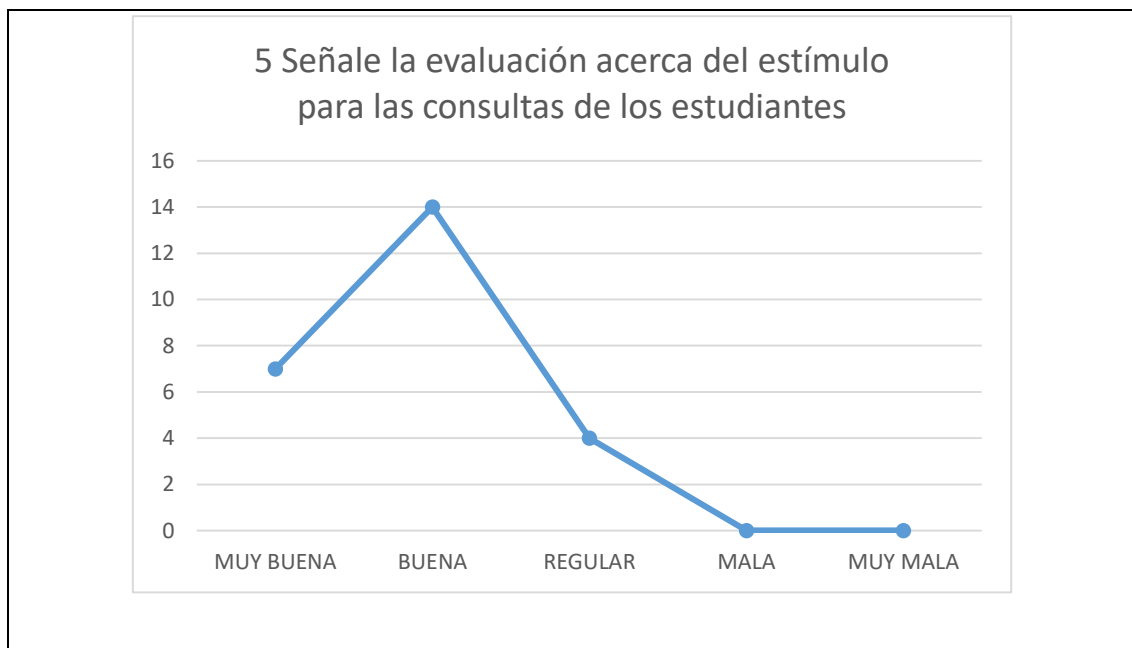
INTERPRETACIÓN: en la tabla 82 y Figura 177, podemos observar que la pregunta 3 posee un total de 25 estudiantes con dos abstenciones en esta pregunta, donde 8 personas evaluaron al curso como muy bueno, mientras 12; buena, y regular; 3, mientras mala y muy mala tienen 0. De esta manera, se concluye que la evaluación mayoritaria es buena sobre la relación entre conocimientos adquiridos en el curso y desempeño laboral/profesional.

Tabla 83 Pregunta 5 de la encuesta aplicada

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
		5	Señale la evaluación acerca del estímulo para las consultas de los estudiantes	7	14	4	0

Fuente: Propia

Figura 178 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 5



Fuente: Propia

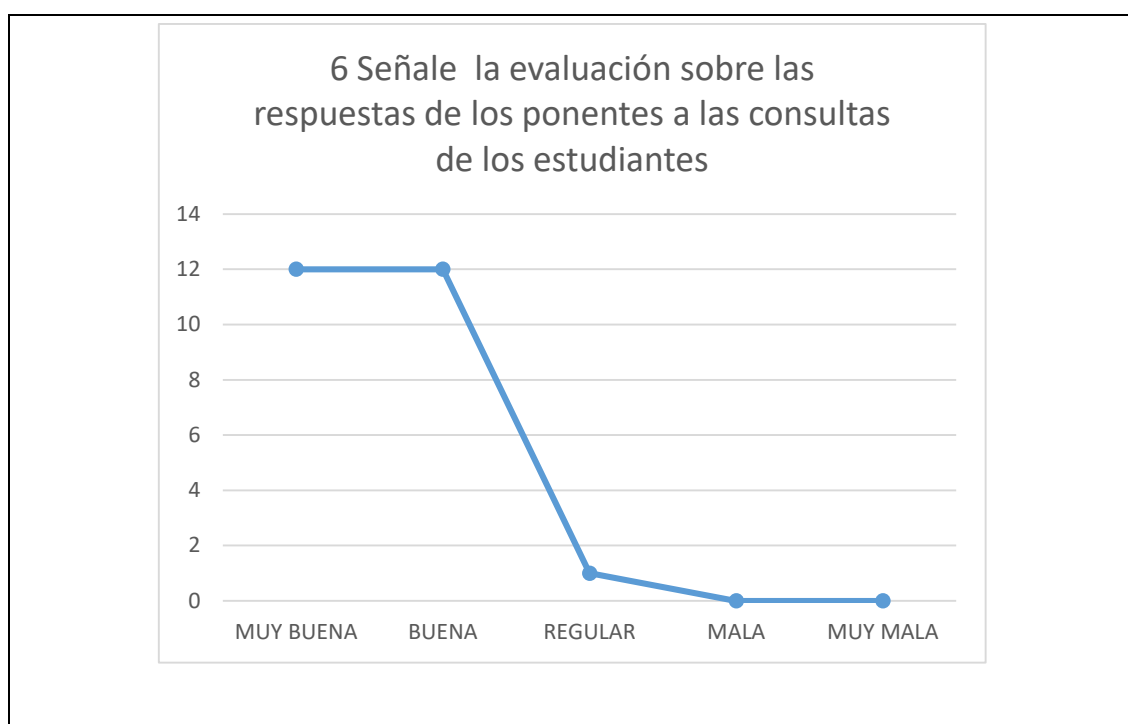
INTERPRETACION: en la tabla 83 y la Figura 178, podemos observar que la pregunta 5 posee un total de 25 estudiantes, donde 7 personas evaluaron al curso como muy bueno, mientras 14; buena, y regular; 4, mientras mala y muy mala tienen 0. De esta manera, se concluye que la evaluación mayoritaria es buena sobre la evaluación acerca del estímulo para las consultas de los estudiantes

Tabla 84 Pregunta 6 de la encuesta aplicada

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
		6	Señale la evaluación sobre las respuestas de los ponentes a las consultas de los estudiantes	12	12	1	0

Fuente: Propia

Figura 179 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 6



Fuente: Propia

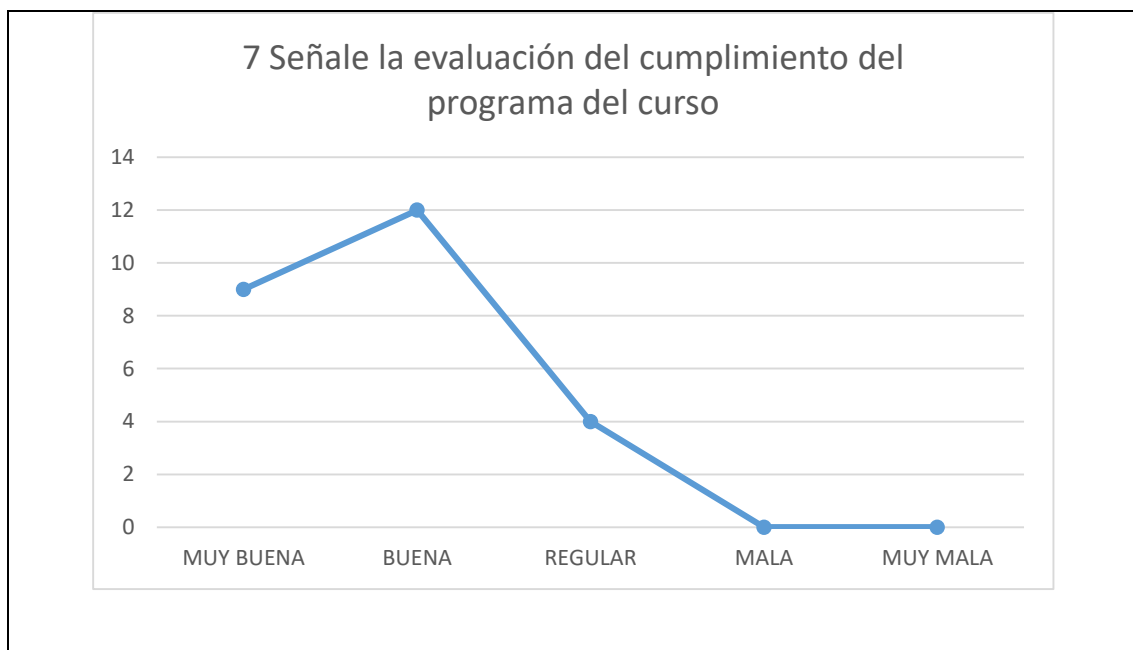
INTERPRETACIÓN: en la tabla 84 y figura 179, podemos observar que la pregunta 6 posee un total de 25 estudiantes, donde 12 personas evaluaron al curso como muy bueno, mientras 12; buena, y regular; 1, mientras mala y muy mala tienen 0. De esta manera, se concluye que la evaluación mayoritaria es buena y muy buena sobre las respuestas de los ponentes a las consultas de los estudiantes

Tabla 85 Pregunta 7 de la encuesta aplicada

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
		7	Señale la evaluación del cumplimiento del programa del curso	9	12	4	0

Fuente: Propia

Figura 180 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 7



Fuente: Propia

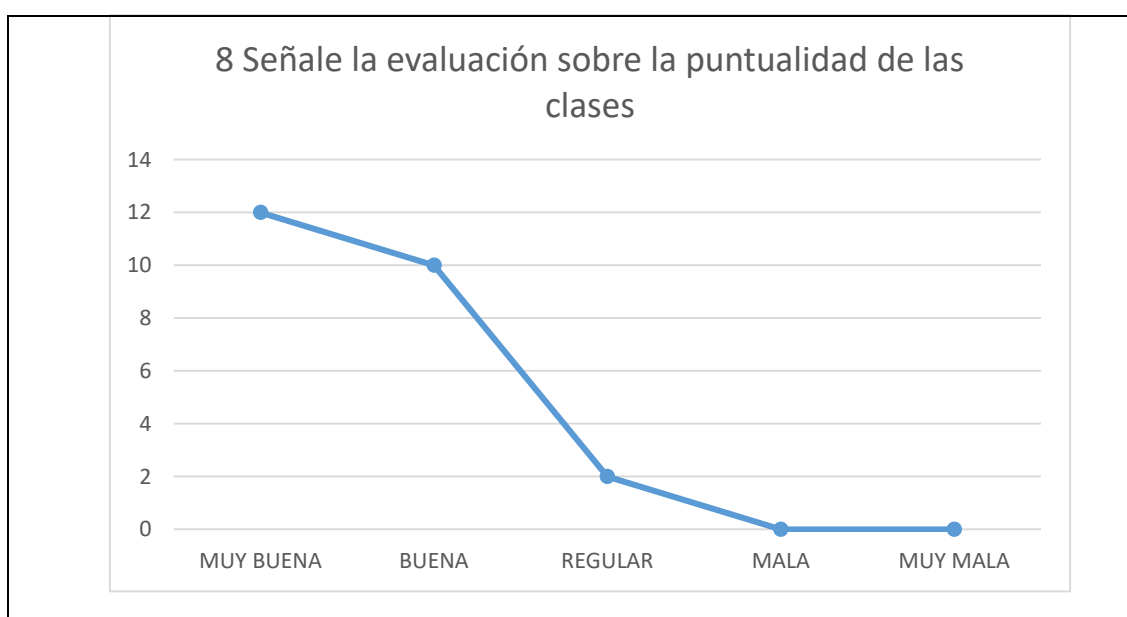
INTERPRETACION: en la tabla 85 y la figura 180, podemos observar que la pregunta 7 posee un total de 25 estudiantes, donde 9 personas evaluaron al curso como muy bueno, mientras 12; buena, y regular; 4, mientras mala y muy mala tienen 0. De esta manera, se concluye que la evaluación mayoritaria es buena sobre la evaluación del cumplimiento del programa del curso.

Tabla 86 Pregunta 8 de la encuesta aplicada

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
		8	Señale la evaluación sobre la puntualidad de las clases	12	10	2	0

Fuente: Propia

Figura 181 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 4



Fuente: Propia

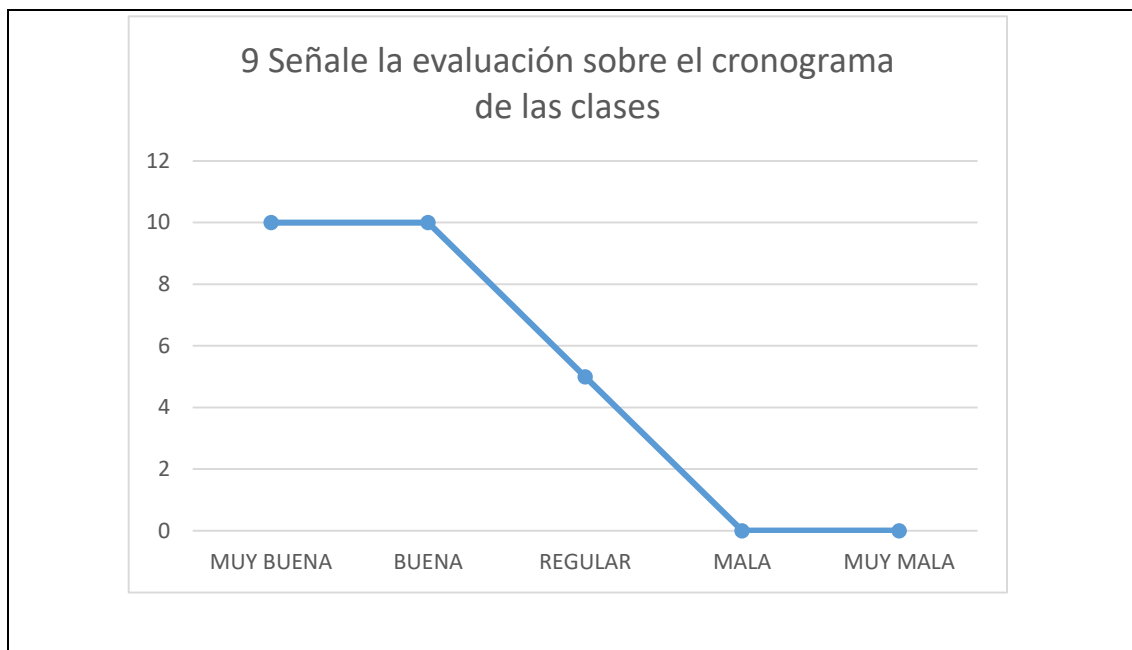
INTERPRETACIÓN: en la tabla 86 y Figura 181, podemos observar que la pregunta 8 posee un total de 25 estudiantes con una abstención en esta pregunta, donde 12 personas evaluaron al curso como muy bueno, mientras 10; buena, y regular; 2, mientras mala y muy mala tienen 0. De esta manera, se concluye que la evaluación mayoritaria muy buena sobre la puntualidad de las clases.

Tabla 87 Pregunta 9 de la encuesta aplicada

Preguntas	MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
	9 Señale la evaluación sobre el cronograma de las clases	10	10	5	0	0

Fuente: Propia

Figura 182 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 9



Fuente: Propia

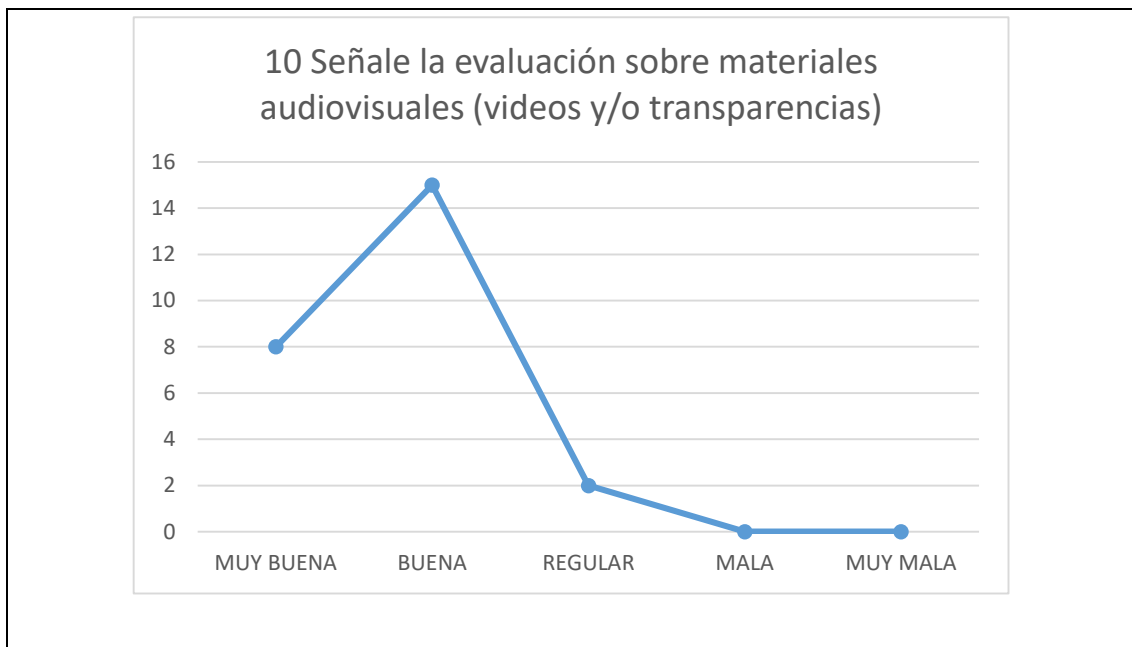
INTERPRETACION: en la tabla 87 y Figura 182, podemos observar que la pregunta 9 posee un total de 25 estudiantes, donde 10 personas evaluaron al curso como muy bueno, mientras 10; buena, y regular; 5, mientras mala y muy mala tienen 0. De esta manera, se concluye que la evaluación mayoritaria muy buena sobre el cronograma de las clases.

Tabla 88 Pregunta 10 de la encuesta aplicada

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
10	Señale la evaluación sobre materiales audiovisuales (videos y/o transparencias)	8	15	2	0	0	25

Fuente: Propia

Figura 183 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 10



Fuente: Propia

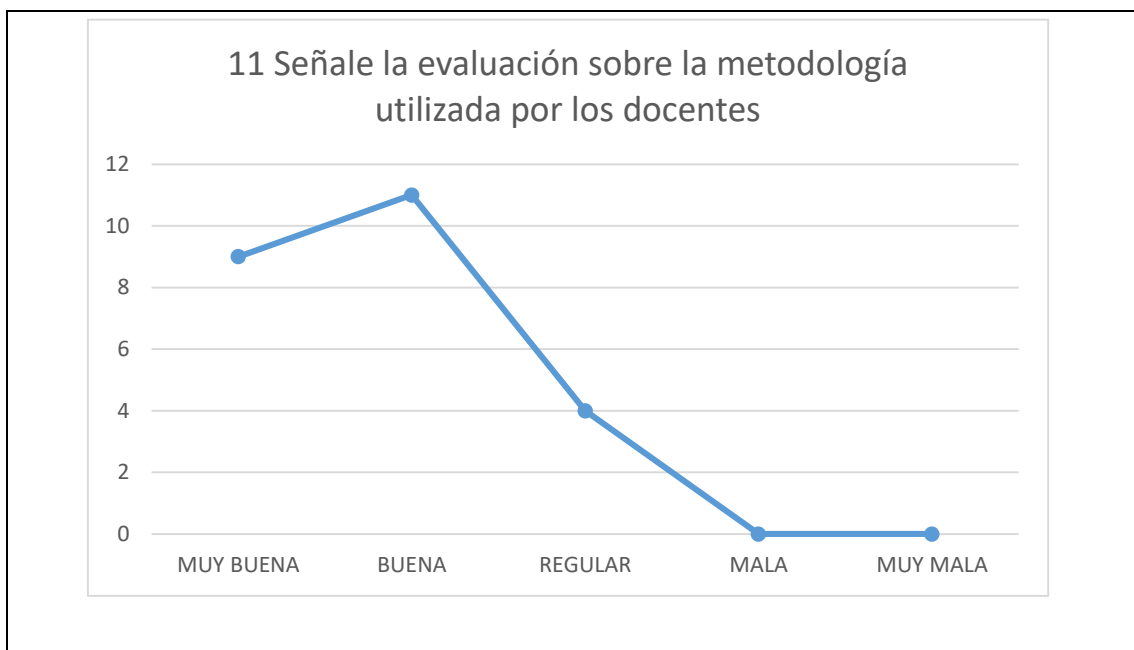
INTERPRETACIÓN: en la tabla 88 y Figura 183, podemos observar que la pregunta 10 posee un total de 25 estudiantes, donde 8 personas evaluaron al curso como muy bueno, mientras 15; buena, y regular; 2, mientras mala y muy mala tienen 0. De esta manera, se concluye que la evaluación mayoritaria buena sobre la evaluación sobre materiales audiovisuales (videos y/o transparencias).

Tabla 89 Pregunta 11 de la encuesta aplicada

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
		11	9	11	4	0	

Fuente: Propia

Figura 184 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 11



Fuente: Propia

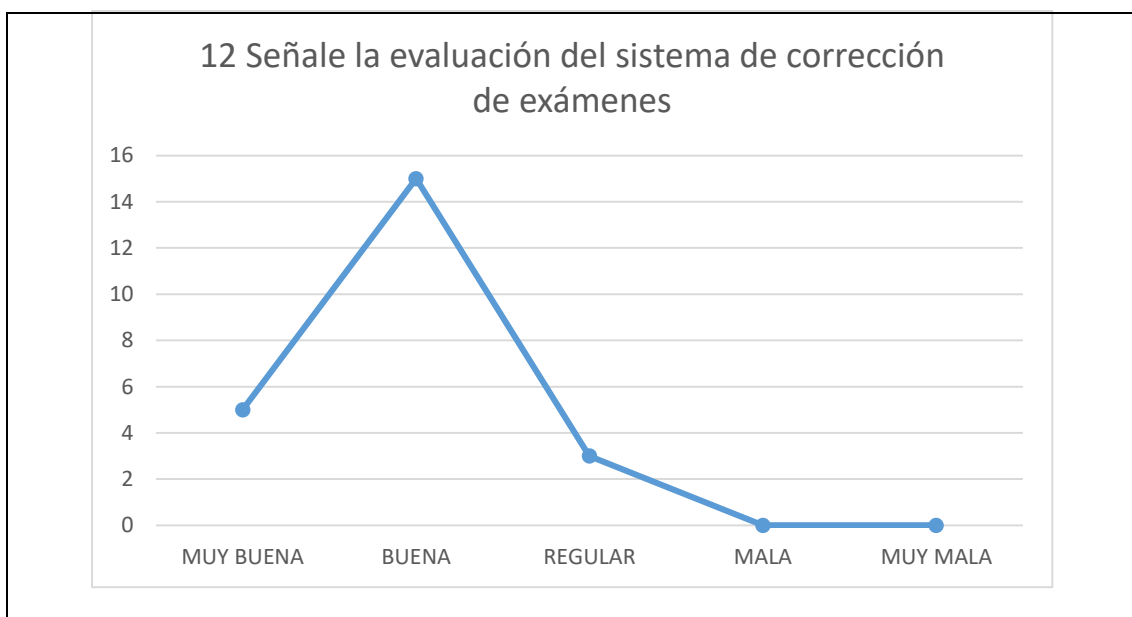
INTERPRETACIÓN: en la tabla 89 y Figura 184, podemos observar que la pregunta 11 posee un total de 25 estudiantes con una abstención en esta pregunta, donde 9 personas evaluaron al curso como muy bueno, mientras 11; buena, y regular; 4, mientras mala y muy mala tienen 0. De esta manera, se concluye que la evaluación mayoritaria buena sobre la metodología utilizada por los docentes.

Tabla 90 Pregunta 12 de la encuesta aplicada

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
12	Señale la evaluación del sistema de corrección de exámenes	5	15	3	0	0	23

Fuente: Propia

Figura 185 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 12



Fuente: Propia

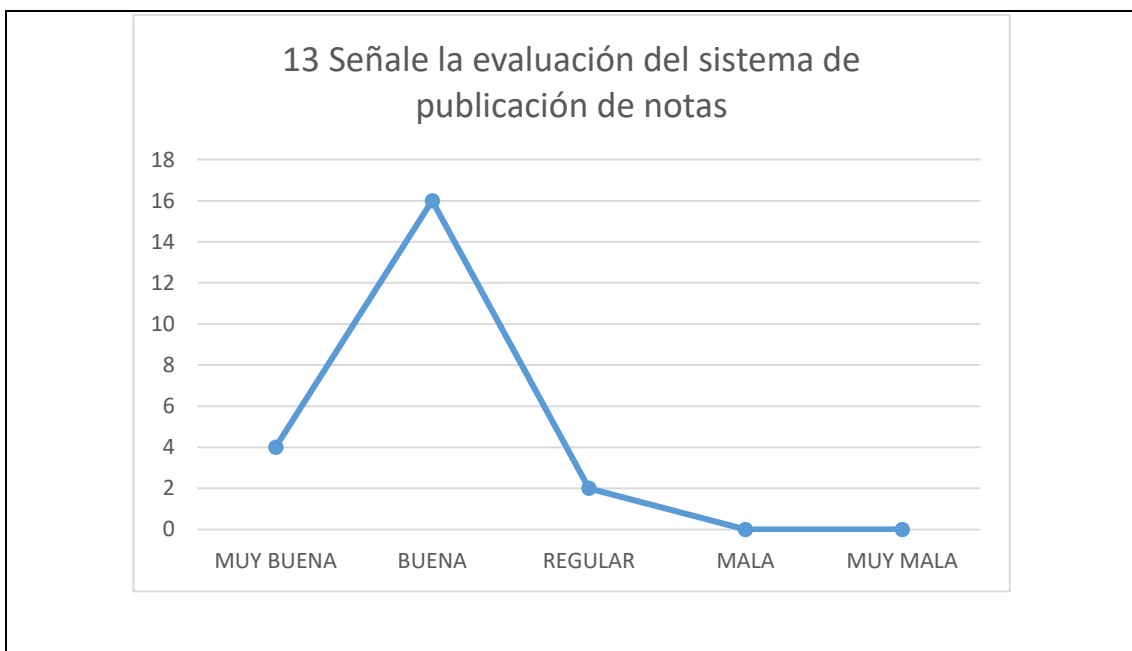
INTERPRETACIÓN: en la tabla 90 y figura 185, podemos observar que la pregunta 12 posee un total de 25 estudiantes con 2 abstenciones en esta pregunta, donde 5 personas evaluaron al curso como muy bueno, mientras 15; buena, y regular; 3, mientras mala y muy mala tienen 0. De esta manera, se concluye que la evaluación mayoritaria buena sobre el sistema de corrección de exámenes.

Tabla 91 Pregunta 13 de la encuesta aplicada

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
		13	Señale la evaluación del sistema de publicación de notas	4	16	2	0

Fuente: Propia

Figura 186 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 13



Fuente: Propia

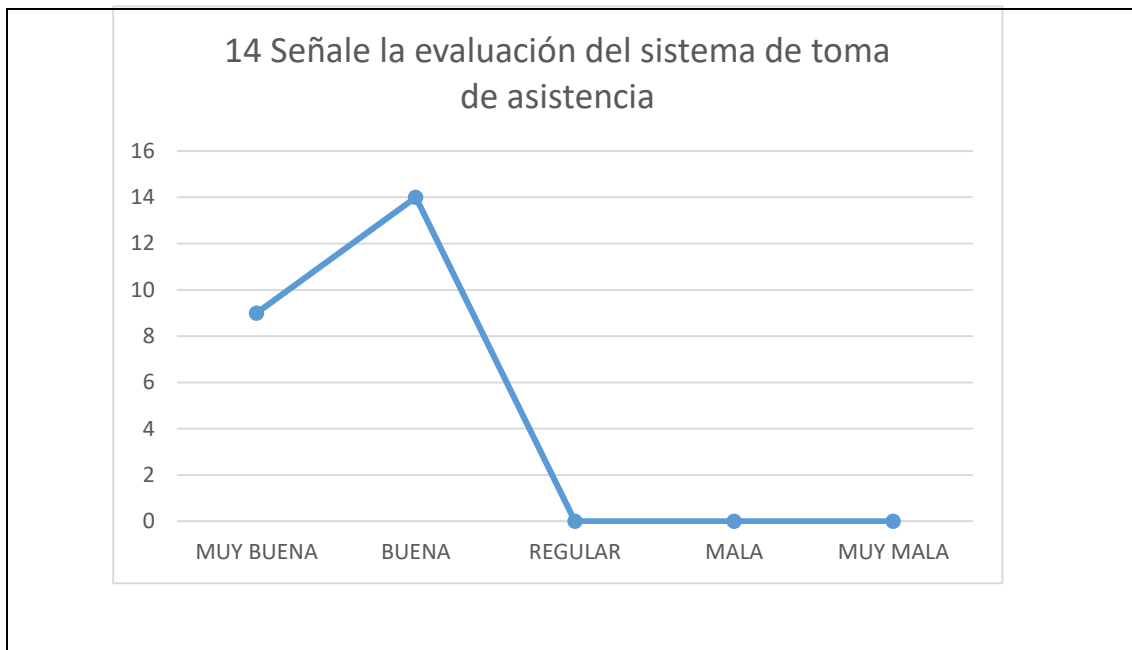
INTERPRETACION: en la tabla 91 y Figura 186 podemos observar que la pregunta 13 posee un total de 25 estudiantes con 3 abstenciones en esta pregunta, donde 4 personas evaluaron al curso como muy bueno, mientras 16; buena, y regular; 2, mientras mala y muy mala tienen 0. De esta manera, se concluye que la evaluación mayoritaria buena sobre la evaluación del sistema de publicación de notas.

Tabla 92 Pregunta 14 de la encuesta aplicada

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
		14	Señale la evaluación del sistema de toma de asistencia	9	14	0	0

Fuente: Propia

Figura 187 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 14



Fuente: Propia

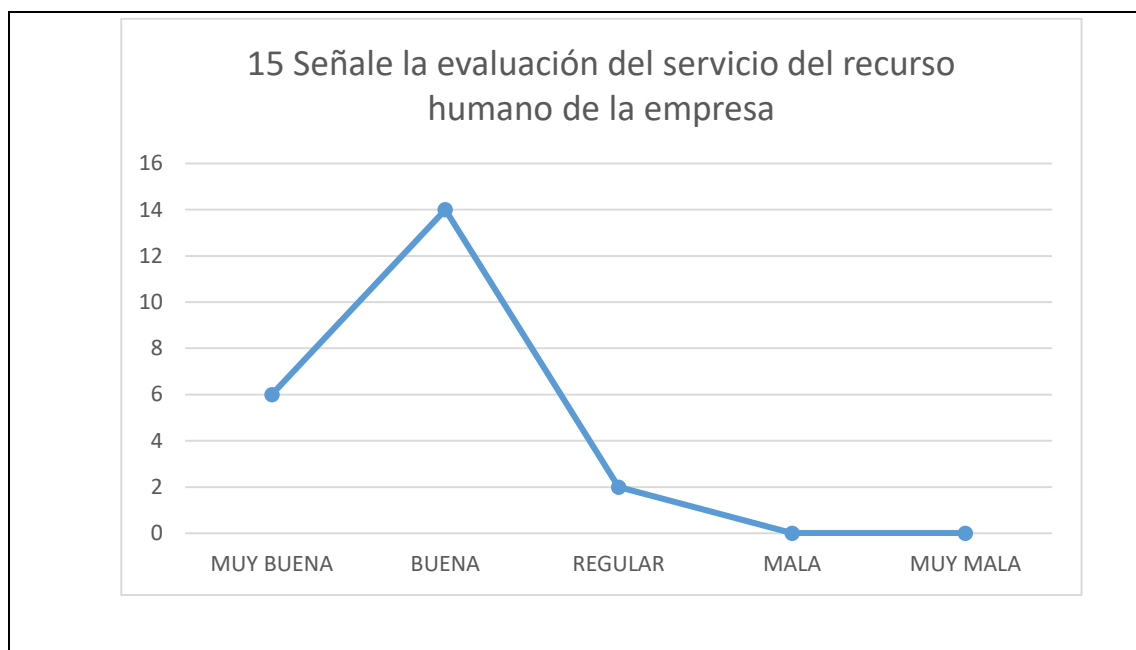
INTERPRETACIÓN: en la tabla 92 y Figura 187, podemos observar que la pregunta 14 posee un total de 25 estudiantes con 2 abstenciones en esta pregunta, donde 9 personas evaluaron al curso como muy bueno, mientras 14; buena, y regular; 0, mientras mala y muy mala tienen 0. De esta manera, se concluye que la evaluación mayoritaria buena sobre el sistema de toma de asistencia.

Tabla 93 Pregunta 15 de la encuesta aplicada

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
15	Señale la evaluación del servicio del recurso humano de la empresa	6	14	2	0	0	22

Fuente: Propia

Figura 188 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 15



Fuente: Propia

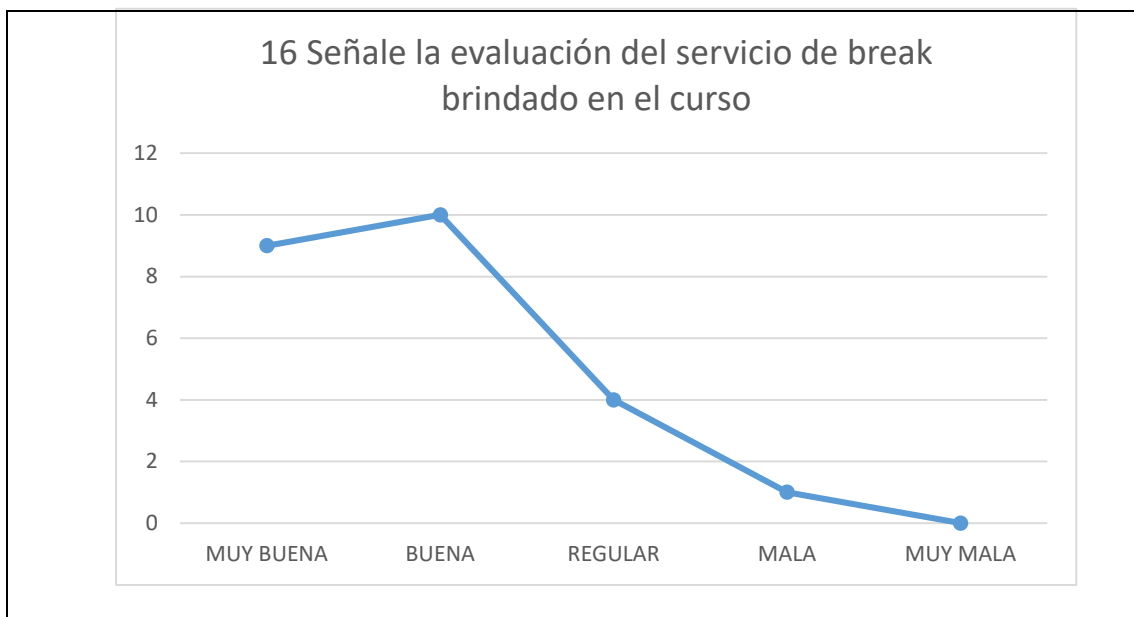
INTERPRETACION: en la tabla 93 y Figura 188, podemos observar que la pregunta 15 posee un total de 25 estudiantes con 3 abstenciones en esta pregunta, donde 6 personas evaluaron al curso como muy bueno, mientras 14; buena, y regular; 2, mientras mala y muy mala tienen 0. De esta manera, se concluye que la evaluación mayoritaria buena sobre la evaluación del servicio del recurso humano de la empresa.

Tabla 94 Pregunta 16 de la encuesta aplicada

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
		16	Señale la evaluación del servicio de break brindado en el curso	9	10	4	1

Fuente: Propia

Figura 189 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 16



Fuente: Propia

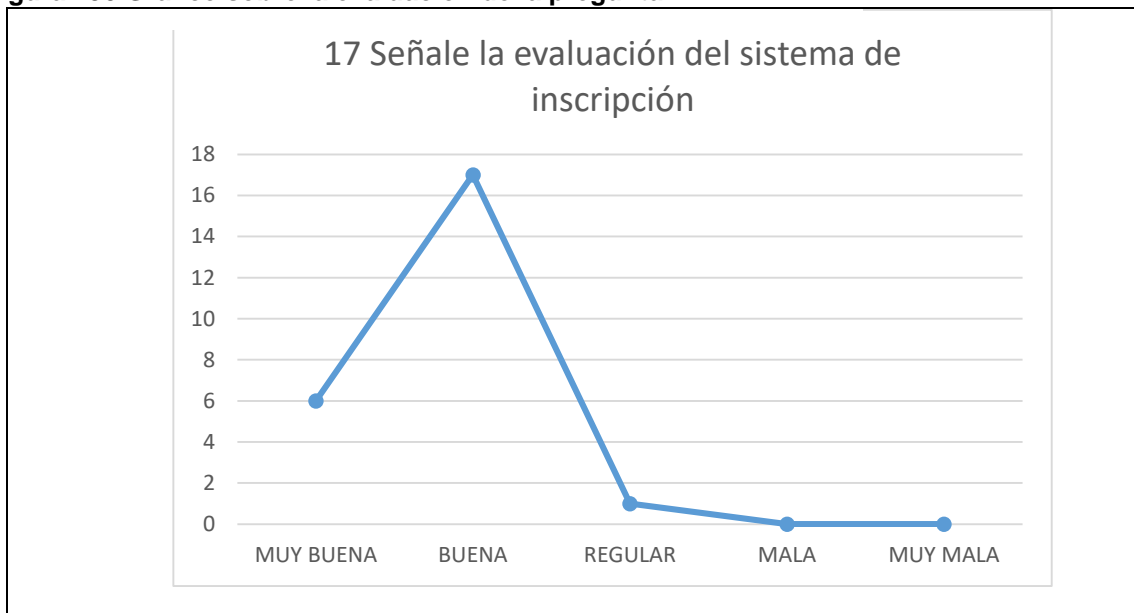
INTERPRETACIÓN: en la tabla 94 y Figura 189, podemos observar que la pregunta 16 posee un total de 25 estudiantes con 1 abstención en esta pregunta, donde 9 personas evaluaron al curso como muy bueno, mientras 10; buena, y regular; 4, mientras mala; 1 y muy mala tienen 0. De esta manera, se concluye que la evaluación mayoritaria buena sobre la evaluación del servicio de break brindado en el curso.

Tabla 95 Pregunta 17 de la encuesta aplicada

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
17	Señale la evaluación del sistema de inscripción	6	17	1	0	0	24

Fuente: Propia

Figura 190 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 17



Fuente: Propia

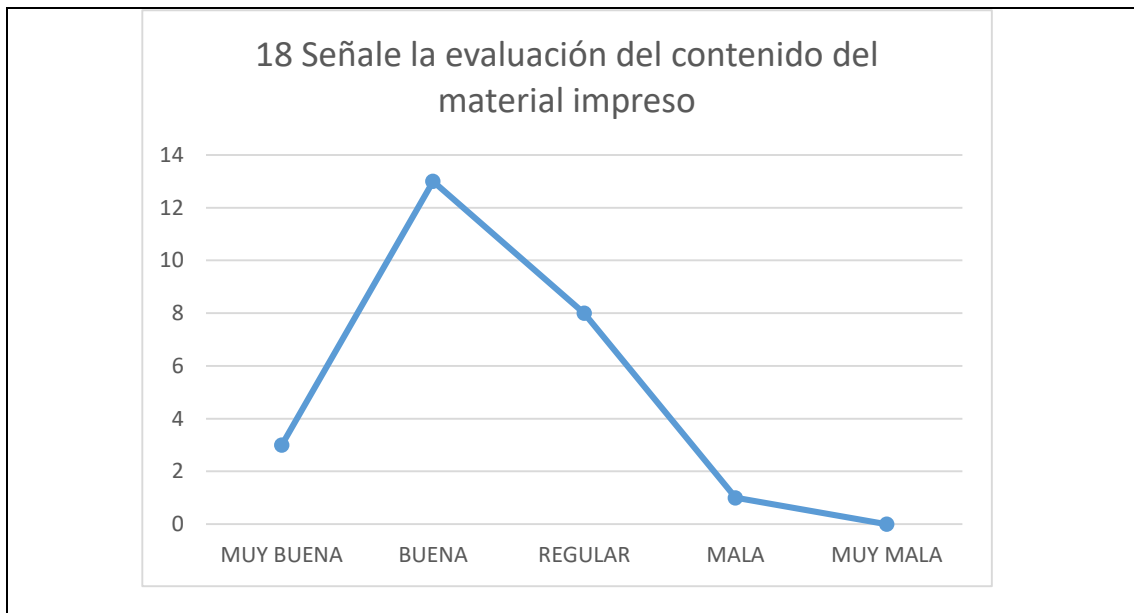
INTERPRETACIÓN: en la tabla 95 y Figura 190, podemos observar que la pregunta 17 posee un total de 25 estudiantes con 1 abstención en esta pregunta, donde 6 personas evaluaron al curso como muy bueno, mientras 17; buena, y regular; 1, mientras mala y muy mala tienen 0. De esta manera, se concluye que la evaluación mayoritaria buena sobre la evaluación del sistema de inscripción.

Tabla 96 Pregunta 18 de la encuesta aplicada

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
		18	Señale la evaluación del contenido del material impreso	3	13	8	1

Fuente: Propia

Figura 191 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 18



Fuente: Propia

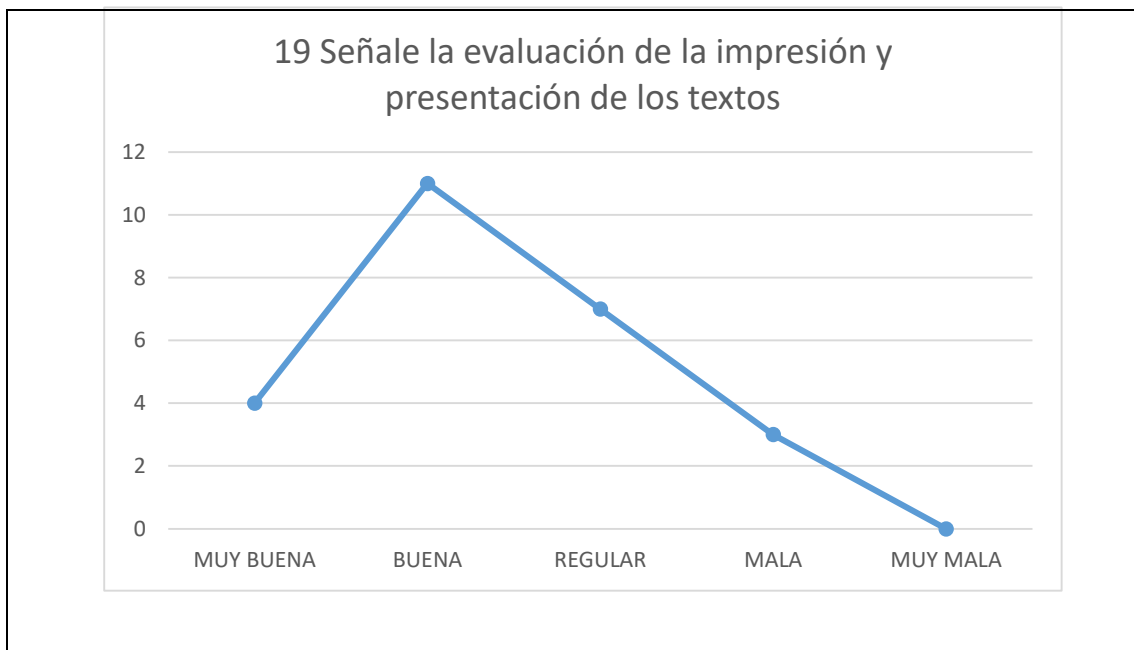
INTERPRETACIÓN: en la tabla 96 y Figura 191, podemos observar que la pregunta 18 posee un total de 25 estudiantes, donde 3 personas evaluaron al curso como muy bueno, mientras 13; buena, y regular; 8, mientras mala y muy mala tienen 0. De esta manera, se concluye que la evaluación mayoritaria buena sobre la evaluación del contenido del material impreso.

Tabla 97 Pregunta 19 de la encuesta aplicada

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
19	Señale la evaluación de la impresión y presentación de los textos	4	11	7	3	0	25

Fuente: Propia

Figura 192 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 19



Fuente: Propia

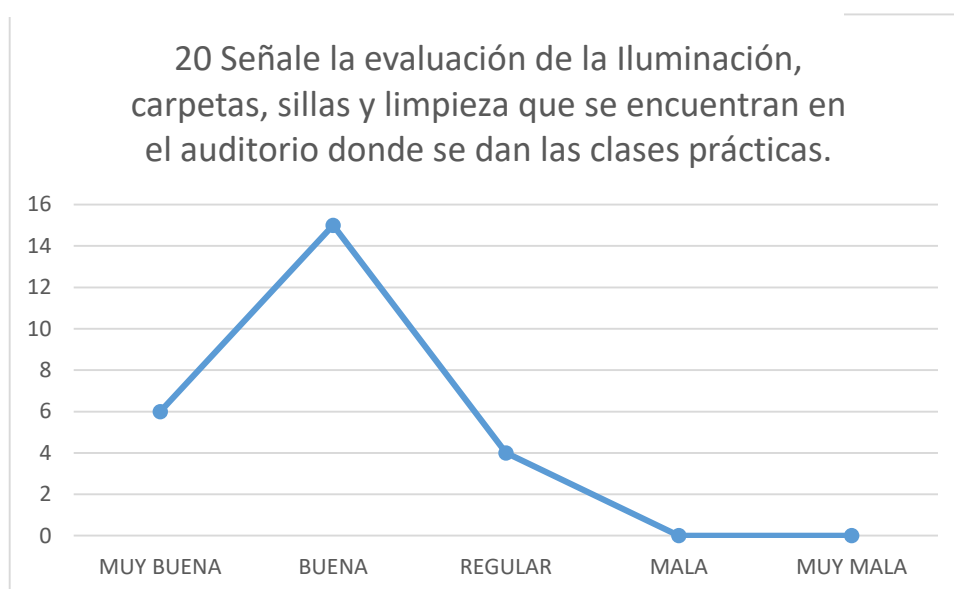
INTERPRETACIÓN: en la tabla 97 y Figura 192, podemos observar que la pregunta 19 posee un total de 25 estudiantes, donde 4 personas evaluaron al curso como muy bueno, mientras 11; buena, y regular; 7, mientras mala;3 y muy mala tienen 0. De esta manera, se concluye que la evaluación mayoritaria buena sobre la evaluación del de la impresión y presentación de los textos.

Tabla 98 Pregunta 20 de la encuesta aplicada

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
		20	Señale la evaluación de la Iluminación, carpetas, sillas y limpieza que se encuentran en el auditorio donde se dan las clases prácticas.	6	15	4	0

Fuente: Propia

Figura 193 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 20



Fuente: Propia

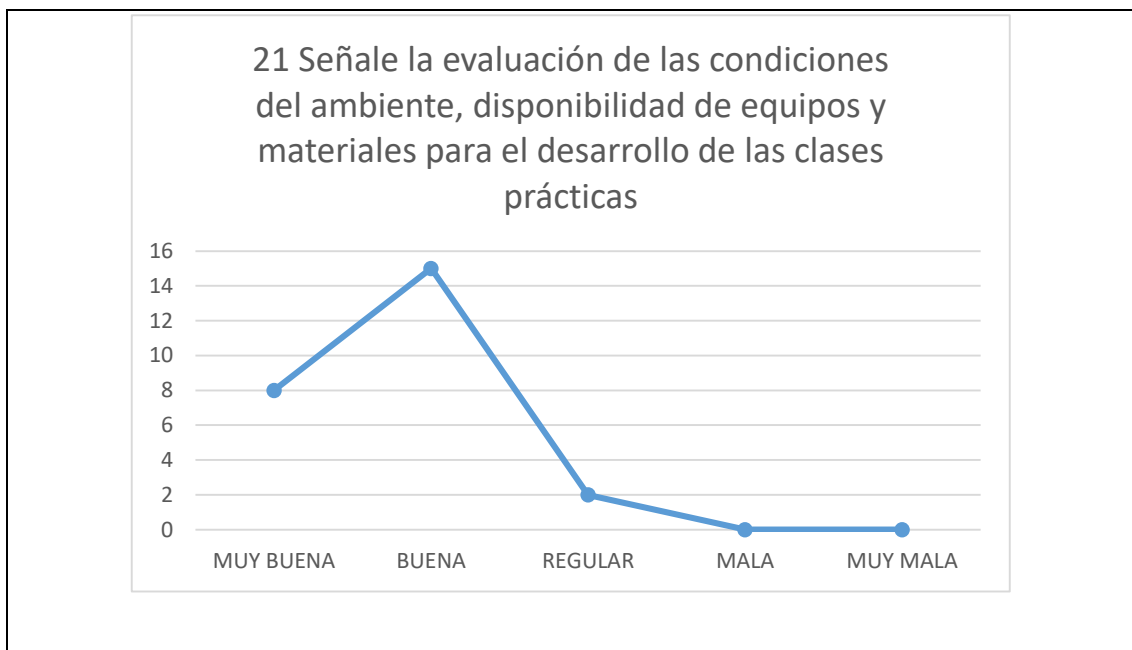
INTERPRETACIÓN: en la tabla 98 y Figura 193, podemos observar que la pregunta 20 posee un total de 25 estudiantes, donde 6 personas evaluaron al curso como muy bueno, mientras 15; buena, y regular; 4, mientras mala y muy mala tienen 0. De esta manera, se concluye que la evaluación mayoritaria buena sobre la evaluación de la Iluminación, carpetas, sillas y limpieza que se encuentran en el auditorio donde se dan las clases prácticas.

Tabla 99 Pregunta 21 de la encuesta aplicada

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
		21	Señale la evaluación de las condiciones del ambiente, disponibilidad de equipos y materiales para el desarrollo de las clases prácticas	8	15	2	0

Fuente: Propia

Figura 194 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 21



Fuente: Propia

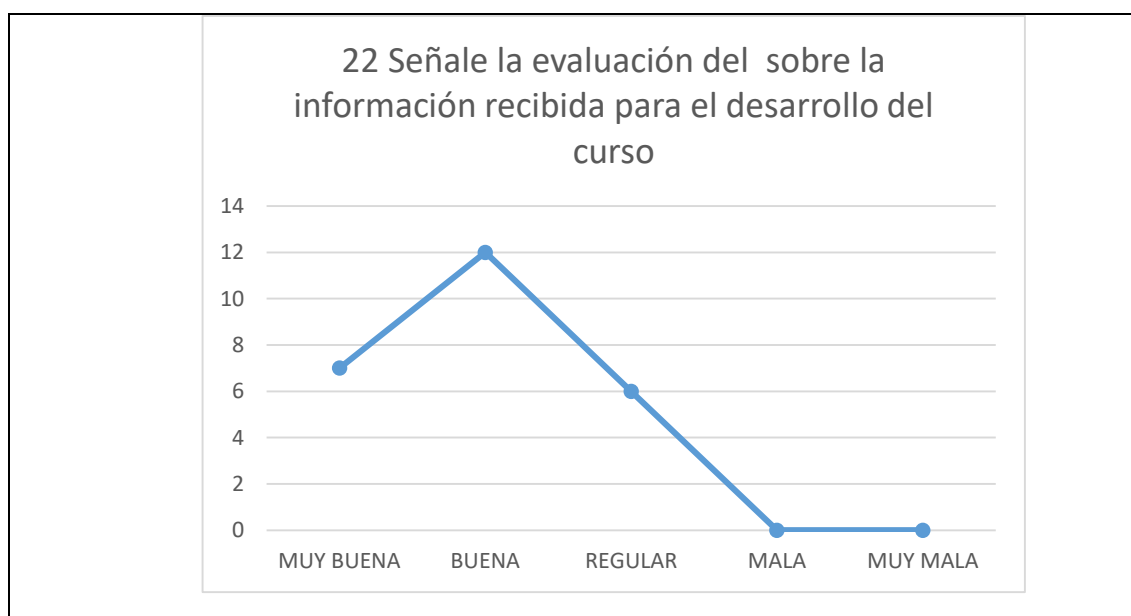
INTERPRETACIÓN: en la tabla 99 y Figura 194, podemos observar que la pregunta 21 posee un total de 25 estudiantes, donde 8 personas evaluaron al curso como muy bueno, mientras 15; buena, y regular; 2, mientras mala y muy mala tienen 0. De esta manera, se concluye que la evaluación mayoritaria buena sobre la evaluación de las condiciones del ambiente, disponibilidad de equipos y materiales para el desarrollo de las clases prácticas.

Tabla 100 Pregunta 22 de la encuesta aplicada

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
		22	Señale la evaluación del sobre la información recibida para el desarrollo del curso	7	12	6	0

Fuente: Propia

Figura 195 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 4



Fuente: Propia

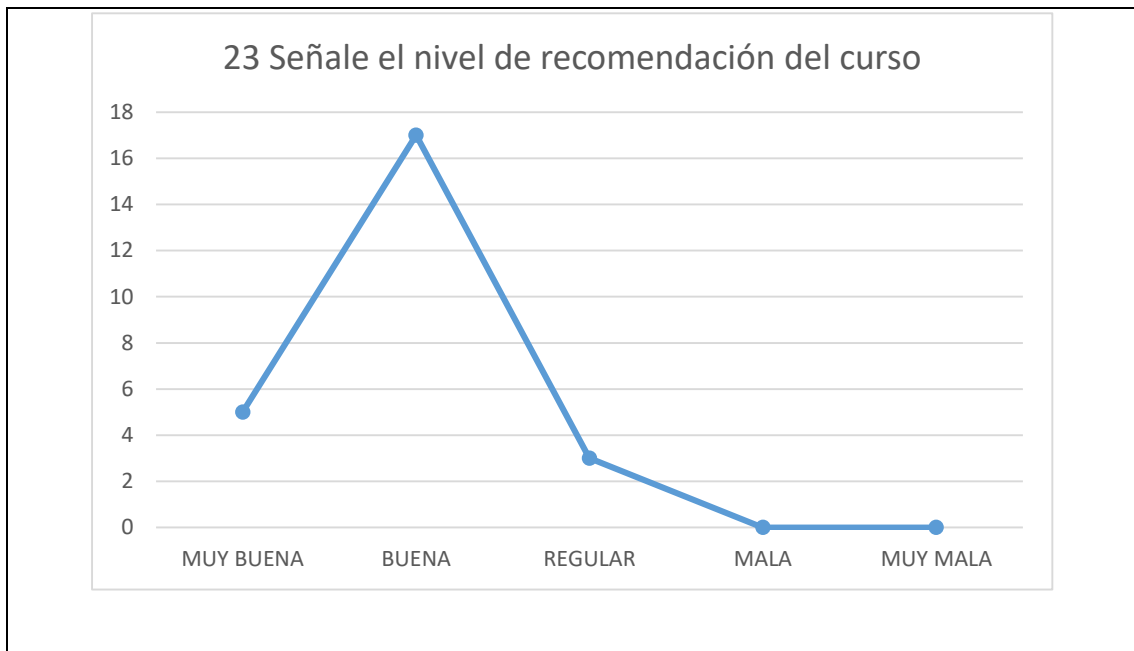
INTERPRETACIÓN: en la tabla 100 y Figura 195, podemos observar que la pregunta 22 posee un total de 25 estudiantes, donde 7 personas evaluaron al curso como muy bueno, mientras 12; buena, y regular; 6, mientras mala y muy mala tienen 0. De esta manera, se concluye que la evaluación mayoritaria buena sobre la información recibida para el desarrollo del curso.

Tabla 101 Pregunta 23 de la encuesta aplicada

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
		23	Señale el nivel de recomendación del curso	5	17	3	0

Fuente: Propia

Figura 196 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 23



Fuente: Propia

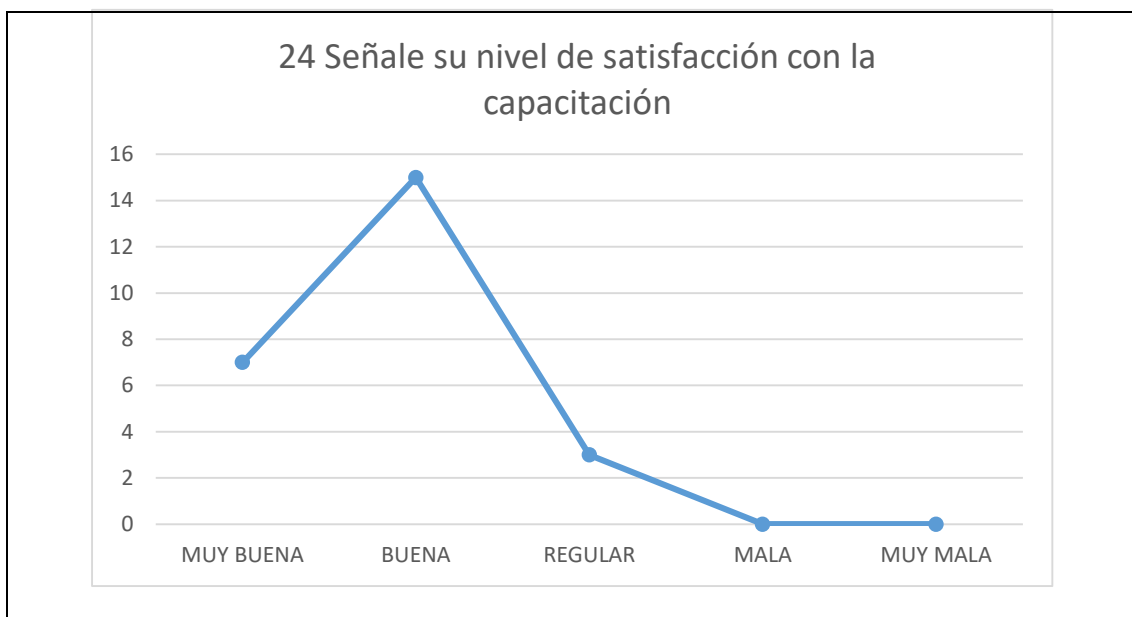
INTERPRETACIÓN: en la tabla 101 y Figura 196, podemos observar que la pregunta 23 posee un total de 25 estudiantes, donde 5 personas evaluaron al curso como muy bueno, mientras 17; buena, y regular; 3, mientras mala y muy mala tienen 0. De esta manera, se concluye que la evaluación mayoritaria buena sobre el nivel de recomendación del curso.

Tabla 102 Pregunta 24 de la encuesta aplicada

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
24	Señale su nivel de satisfacción con la capacitación	7	15	3	0	0	25

Fuente: Propia

Figura 197 Gráfico sobre la evaluación de la pregunta 24



Fuente: Propia

INTERPRETACIÓN: en la tabla 102 y Figura 197, podemos observar que la pregunta 24 posee un total de 25 estudiantes, donde 7 personas evaluaron al curso como muy bueno, mientras 15; buena, y regular; 3, mientras mala y muy mala tienen 0. De esta manera, se concluye que la evaluación mayoritaria buena sobre el nivel de satisfacción con la capacitación.

ENCUESTA N° 2

TEMA: Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)

INSTRUCCIONES: La siguiente encuesta tiene como finalidad llegar a saber su opinión sobre factores externos y esenciales de la empresa H&S consultoría en Seguridad Industrial SAC, en el curso de especialización en seguridad industrial y salud ocupacional, para desarrollar un diseño de un planeamiento estratégico.

1. ¿Conoce una empresa que ofrece los mismos servicios? (Si la respuesta es sí, puede pasar a la siguiente pregunta)
Sí b) No
2. ¿Quién considera Ud. como nuestra mayor competencia que ofrece el mismo servicio?
3. ¿Qué ofrecen?
4. ¿Cuáles son sus precios?
5. ¿Cómo se promocionan?
6. De los beneficios ofrecidos por la competencia, ¿Cuál cree Ud. que debe de adoptar la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC?
7. ¿En qué crees que la empresa H&S consultoría en seguridad industrial se diferencia de otras empresas?

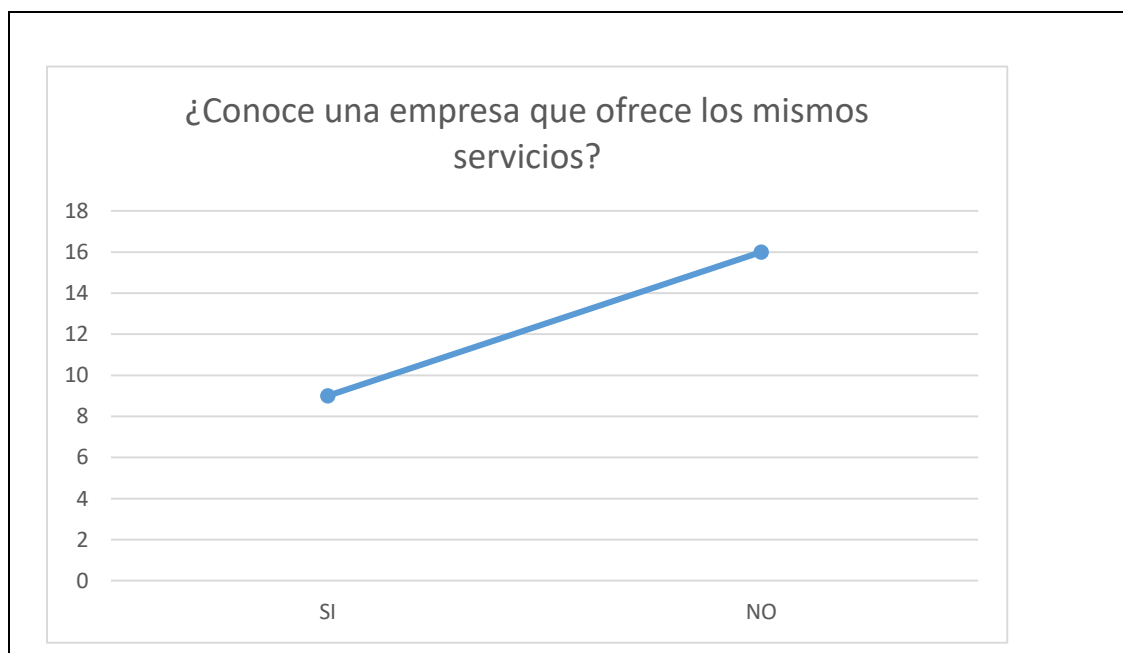
Tabla 103 Pregunta 1 de la encuesta sobre en entorno externo

Pregunta	SI	NO	Total
1. ¿Conoce una empresa que ofrece los mismos servicios?	9	16	25

249

Fuente: Propia

Figura 198 Gráfico de evaluación de la pregunta 1 del entorno externo



Fuente: Propia

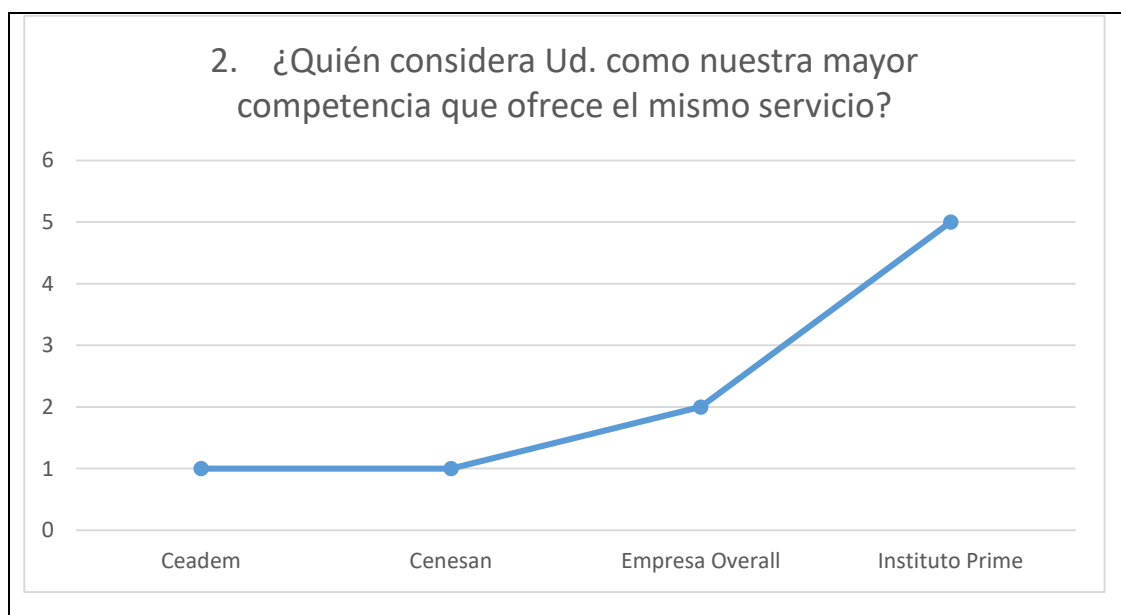
INTERPRETACIÓN: en la tabla 1043y Figura 198, podemos observar que la pregunta 1 de un entorno externo posee un total de 25 estudiantes, donde 9 personas no conocen a una empresa que ofrece los mismos servicios; mientras 16 personas respondieron que no. De esta manera, las 9 personas pasan a responder las siguientes preguntas, concluyendo que menos del 50% conoce a la competencia de la empresa.

Tabla 104 Pregunta 2 de la encuesta sobre en entorno externo

Pregunta	Ceadem	Cenesan	Empresa Overall	Instituto Prime
2. ¿Quién considera Ud. como nuestra mayor competencia que ofrece el mismo servicio?	1	1	2	5

Fuente: Propia

Figura 199 Gráfico de evaluación de la pregunta 2 del entorno externo



Fuente: Propia

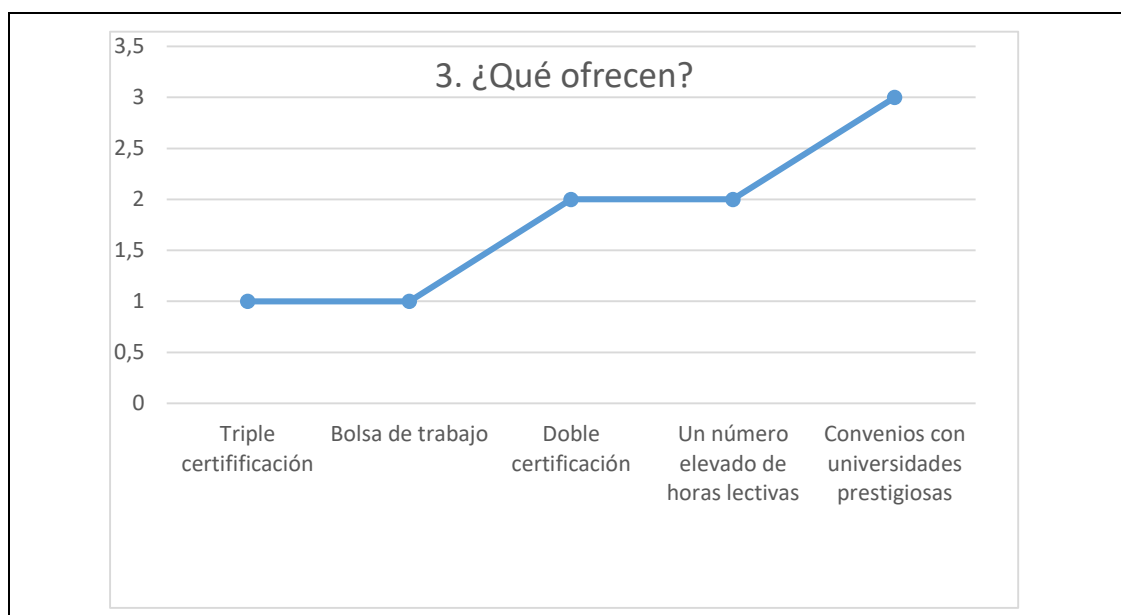
INTERPRETACIÓN: en la tabla 104 y Figura 199, podemos observar que la pregunta 2 de un entorno externo posee un total de 9 estudiantes, donde 1 persona considera a Ceadem como la mayor competencia que ofrece el mismo servicio; mientras 1 persona menciona Cenesan, 2 a la empresa Overall y 5 al instituto Prime. De esta manera, concluyendo que menos del 50% conoce a la competencia de la empresa.

Tabla 105 Pregunta 3 de la encuesta sobre en entorno externo

Pregunta	Triple certificación	Bolsa de trabajo	Doble certificación	Un número elevado de horas lectivas	Convenios con universidades prestigiosas
3. ¿Qué ofrecen?	1	1	2	2	3

Fuente: Propia

Figura 200 Gráfico evaluación de la pregunta 3 del entorno externo



Fuente: Propia

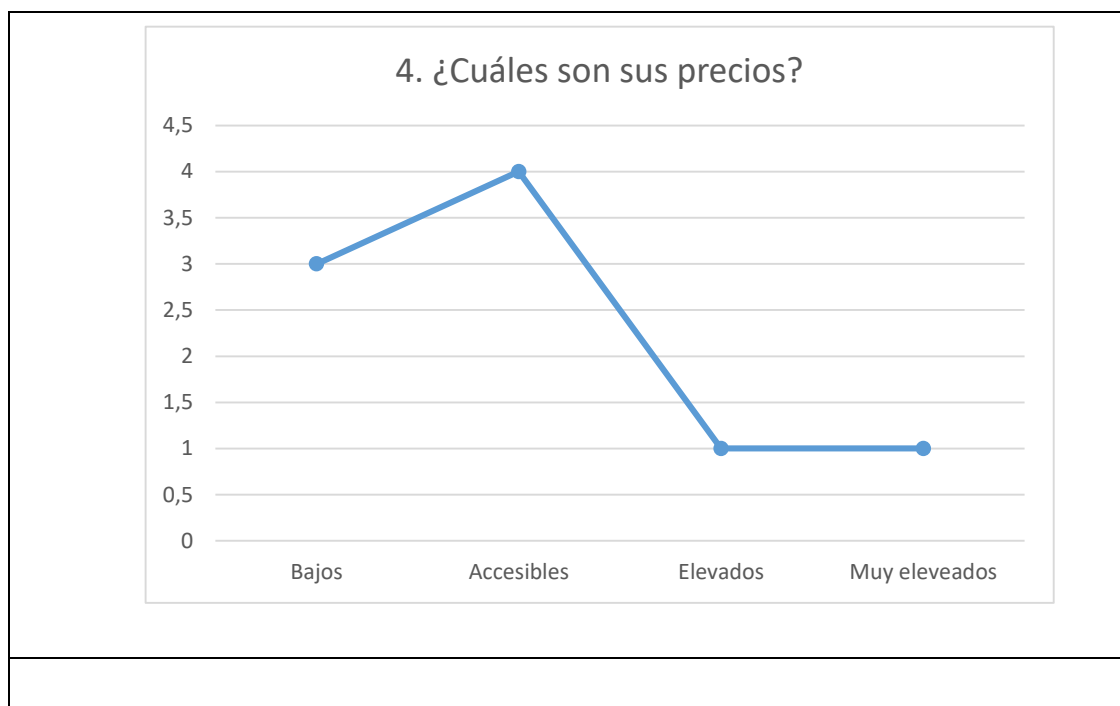
INTERPRETACIÓN: en la tabla 105 y Figura 200, podemos observar que la pregunta 3 de un entorno externo posee un total de 9 estudiantes, donde 1 persona respondió la triple certificación como uno de los beneficios que ofrecen otras empresas; mientras 1 persona menciona bolsa de trabajo, 2 a doble certificación, 2 como un número elevado de horas electiva y 3 personas como convenios con universidades prestigiosas De esta manera, concluyendo que los convenios con otras instituciones son las más utilizadas por las competencias.

Tabla 106 Pregunta 4 de la encuesta sobre en entorno externo

Pregunta	Bajos	Accesibles	Elevados	Muy elevados
4. ¿Cuáles son sus precios?	3	4	1	1

Fuente: Propia

Figura 201 Gráfico de evaluación de la pregunta 4 del entorno externo



Fuente: Propia

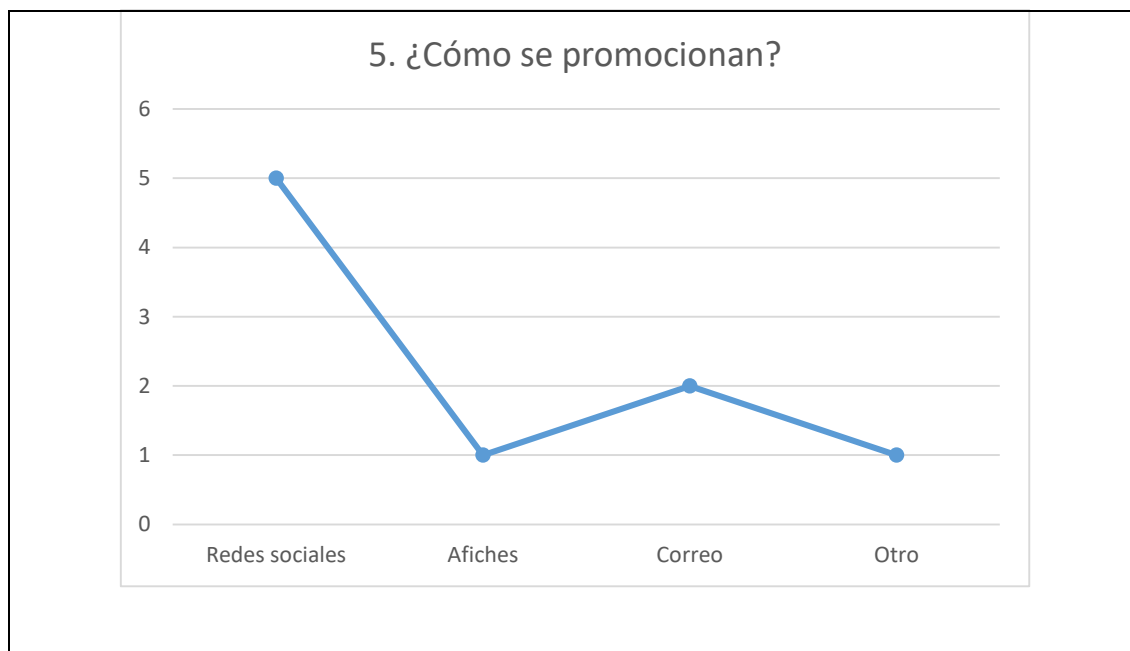
INTERPRETACIÓN: en la tabla 106 y Figura 201, podemos observar que la pregunta 4 de un entorno externo posee un total de 9 estudiantes, donde 3 personas respondieron que los precios de la competencia son bajos; mientras 4 personas; accesibles, 1 persona; elevado y 1 personas; muy elevados. De esta manera, concluyendo que los precios de la competencia es n su mayoría accesibles.

Tabla 107 Pregunta 5 de la encuesta sobre en entorno externo

Pregunta	Redes sociales	Afiches	Correo	Otro
5. ¿Cómo se promocionan?	5	1	2	1

Fuente: Propia

Figura 202 Gráfico de evaluación de la pregunta 5 del entorno externo



Fuente: Propia

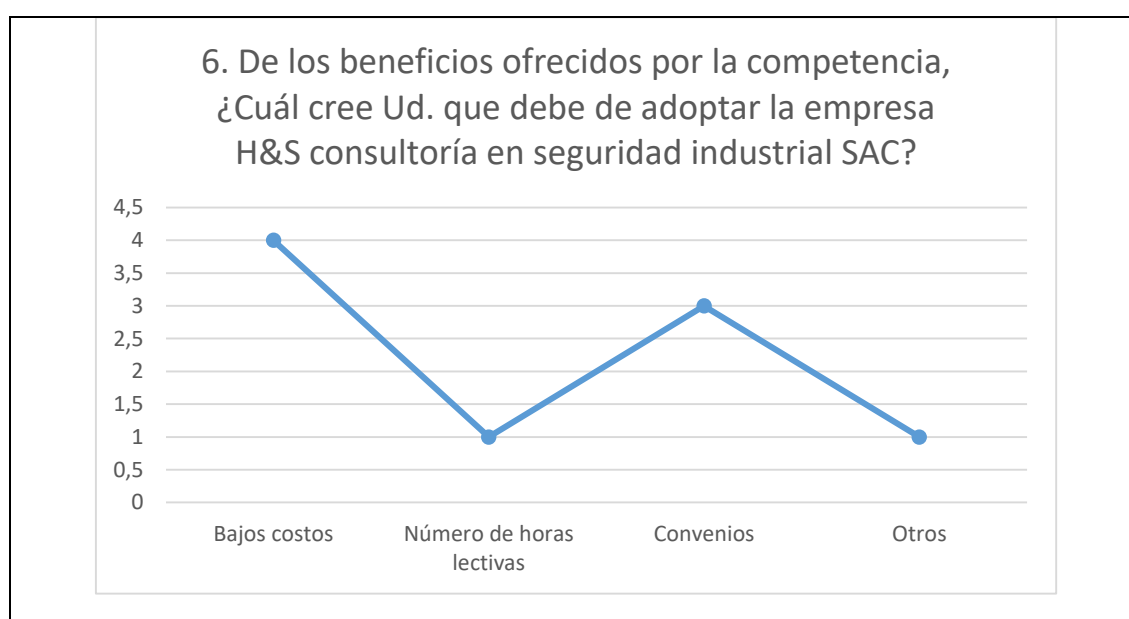
INTERPRETACIÓN: en la tabla 107 y Figura 202, podemos observar que la pregunta 5 de un entorno externo posee un total de 9 estudiantes, donde 5 personas respondieron que la competencia se promociona por las redes sociales; mientras, 1 personas; por afiches, 2 personas; por correo y 1 persona por otro medio. De esta manera, concluyendo que la competencia se promociona en su mayoría por red social.

Tabla 108 Pregunta 6 de la encuesta sobre en entorno externo

Pregunta	Bajos costos	Número de horas lectivas	Convenios	Otros
6. De los beneficios ofrecidos por la competencia, ¿Cuál cree Ud. que debe de adoptar la empresa H&S consultoría en seguridad industrial SAC?	4	1	3	1

Fuente: Propia

Figura 203 Gráfico de evaluación de la pregunta 6 del entorno externo



Fuente: Propia

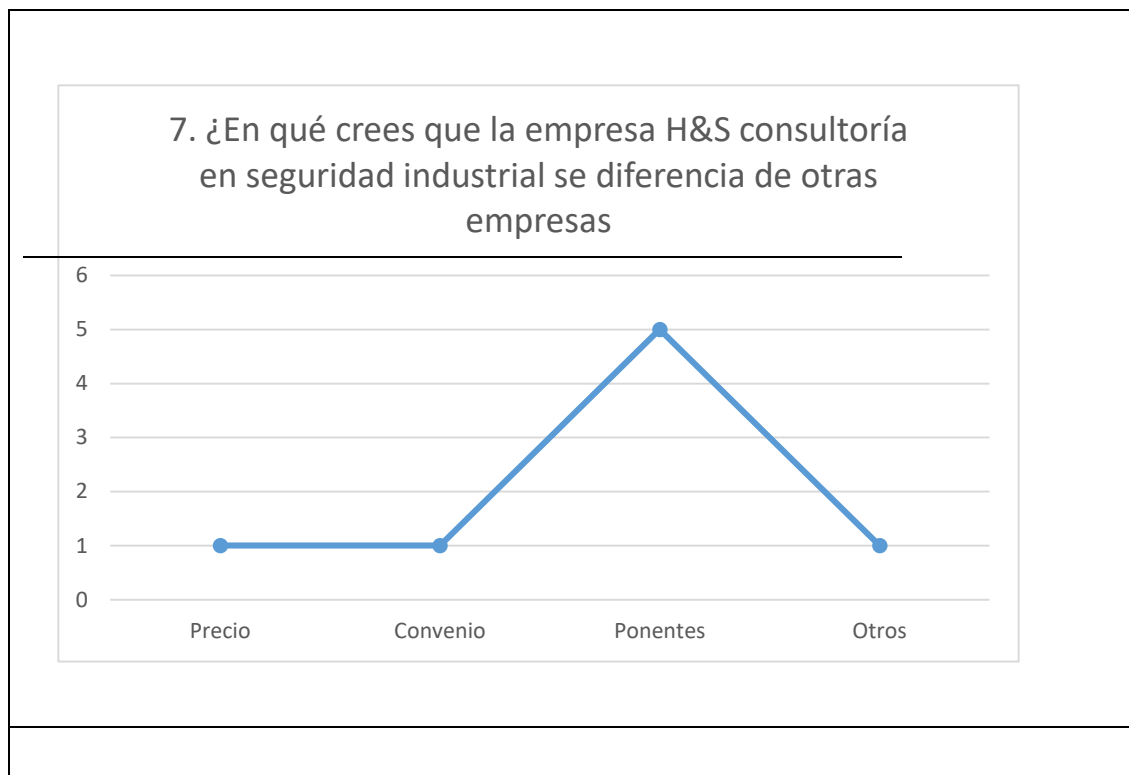
INTERPRETACIÓN: en la tabla 108 y Figura 203, podemos observar que la pregunta 6 de un entorno externo posee un total de 9 estudiantes, donde 4 personas respondieron que de los beneficios que ofrece la competencia, cuál debería adoptar la empresa H&S consultoría en seguridad industrial, podrían ser los bajos costos; 1 persona respondió el número de horas lectivas; 3 personas, los convenios y 1 persona otros. De esta manera, concluyendo que la empresa podría optar por bajar sus costos como la competencia.

Tabla 109 Pregunta 7 de la encuesta sobre en entorno externo

Pregunta	Precio	Convenio	Ponentes	Otros
7. ¿En qué crees que la empresa H&S consultoría en seguridad industrial se diferencia de otras empresas	1	1	5	1

Fuente: Propia

Figura 204 Gráfico de evaluación de la pregunta 7 del entorno externo



Fuente: Propia

INTERPRETACIÓN: en la tabla 109 y Figura 204, podemos observar que la pregunta 7 de un entorno externo posee un total de 9 estudiantes, donde 1 persona respondió que la diferencia de la empresa H&S consultoría en seguridad industrial con la competencia son los precios; 1 persona, respondió el convenio; 5 personas respondieron que son los ponentes; mientras 1 persona que son otros factores. De esta manera, concluyendo que la empresa tiene como diferencia la calidad de los ponentes que ofrece.

ENCUESTA N° 3

TEMA: Proveedores

INSTRUCCIONES: La siguiente encuesta tiene como finalidad llegar a saber su opinión sobre factores externos y esenciales de la empresa H&S consultoría en Seguridad Industrial SAC, que le ofrece a Ud. para ejecutar sus clases, debido a que su opinión es importante para nosotros.

Marque con una (x) la opción de su preferencia	MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA
SOBRE EL CURSO					
Señale la apreciación sobre el transporte (si Ud. ha viajado al interior del país para dar un curso)					
Señale la apreciación sobre el hospedaje (si Ud. ha viajado al interior del país para dar un curso)					
Señale la apreciación acerca de las coordinaciones para la ejecución de su viaje a la ciudad o la dirección donde se programa sus clases.					
Señale la apreciación sobre el recurso humano de la empresa que facilita la ejecución de su trabajo.					
Señale la apreciación sobre los materiales impresos que se le entregan para ejecutar su clase.					
Señale la apreciación sobre los recursos tecnológicos que se le entregan para ejecutar su clase.					
Señale la apreciación sobre el sistema de evaluación de exámenes					
Señale la apreciación sobre el sistema de publicación de notas					
Señale su apreciación sobre el tiempo de duración de sus clases					

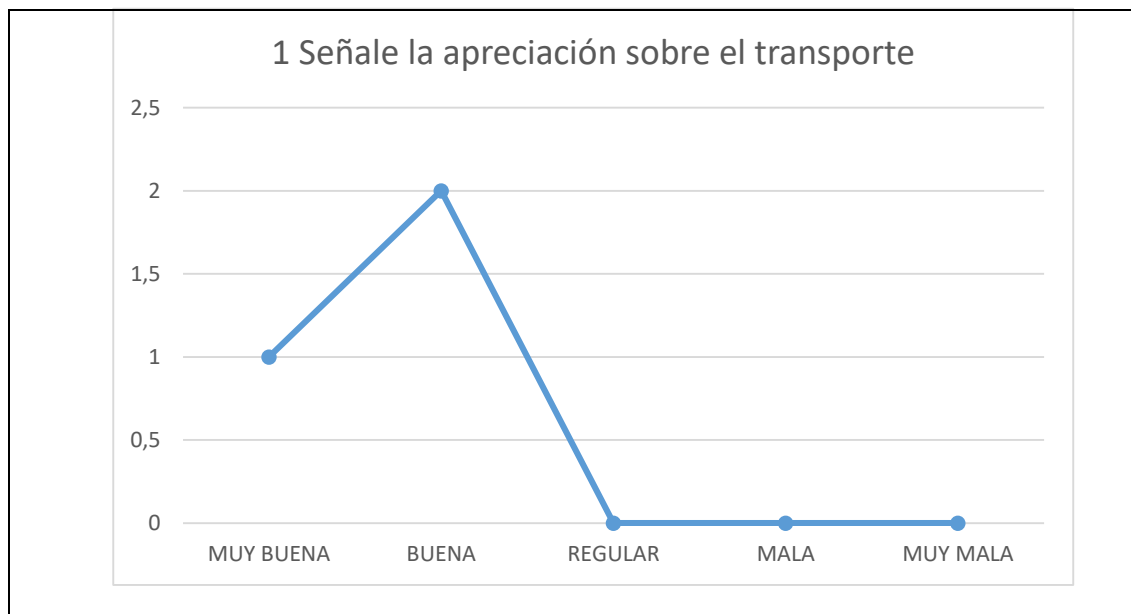
¿Tiene alguna sugerencia?

Tabla 110 Pregunta 1 de la encuesta para ponentes

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
1	Señale la apreciación sobre el transporte	1	2	0	0	0	3

Fuente: Propia

Figura 205 Gráfico de evaluación de la pregunta 1 de la encuesta para



Fuente: Propia

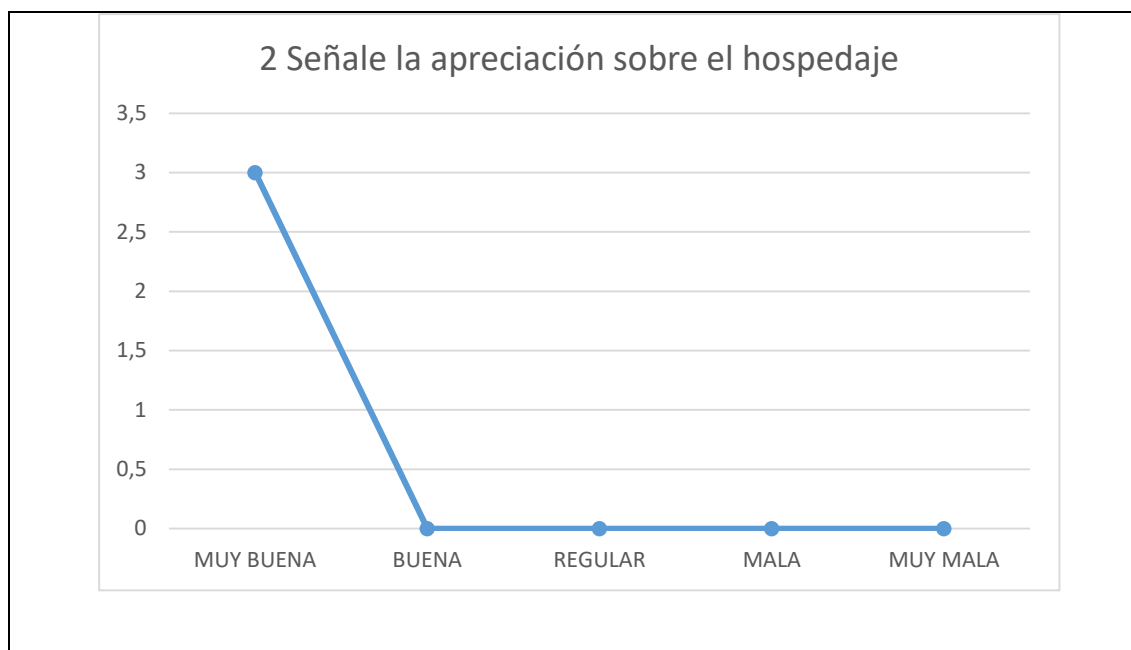
INTERPRETACIÓN: en la tabla 110 y Figura 205, podemos observar que la pregunta 1 de la encuesta para ponentes posee un total de 3 ponentes entrevistados, donde 1 ponente respondió que su apreciación sobre el transporte es muy buena; 2 ponentes respondieron que su apreciación es buena; 0 ponentes que es regular; 0 ponentes que es mala y 0 que es muy mala. De esta manera, concluyendo que la apreciación de los ponentes sobre el transporte es buena.

Tabla 111 Pregunta 2 de la encuesta para ponentes

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
2	Señale la apreciación sobre el hospedaje	3	0	0	0	0	3

Fuente: Propia

Figura 206 Gráfico de evaluación de la pregunta 2 de la encuesta ponentes



Fuente: Propia

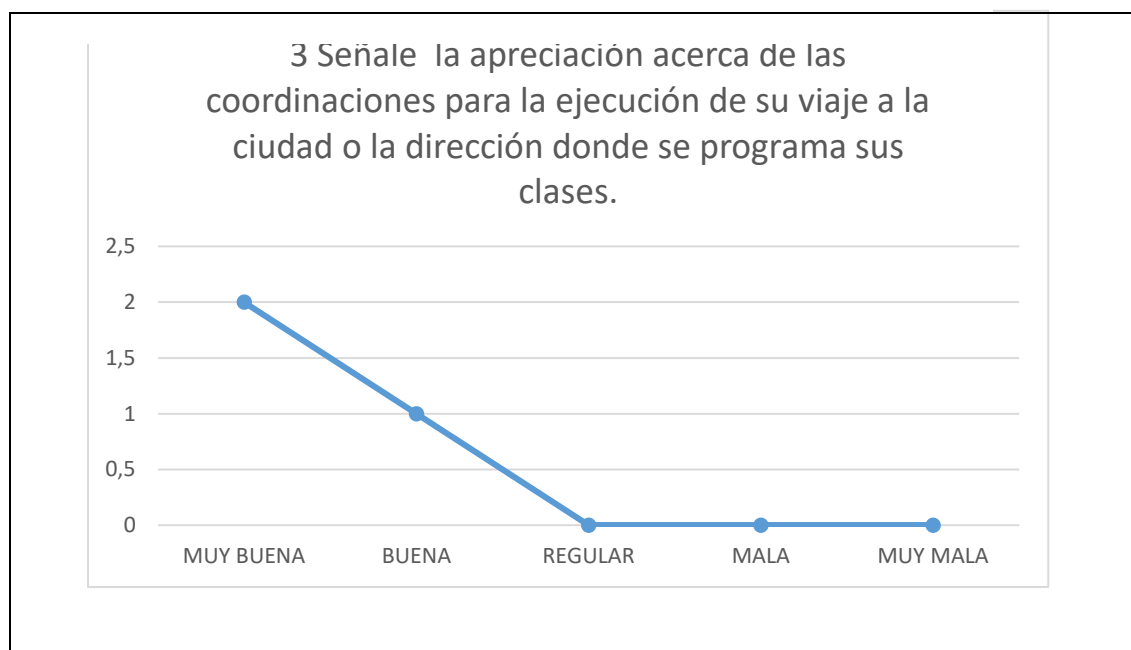
INTERPRETACIÓN: en la tabla 111 y Figura 206, podemos observar que la pregunta 2 de la encuesta para ponentes posee un total de 3 ponentes entrevistados, donde 3 ponentes respondió que su apreciación sobre el hospedaje es muy buena; 0 ponentes respondieron que su apreciación es buena; 0 ponentes que es regular; 0 ponentes que es mala y 0 que es muy mala. De esta manera, concluyendo que la apreciación de los ponentes sobre el hospedaje es muy buena.

Tabla 112 Pregunta 3 de la encuesta para ponentes

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
3	Señale la apreciación acerca de las coordinaciones para la ejecución de su viaje a la ciudad o la dirección donde se programa sus clases.	2	1	0	0	0	3

Fuente: Propia

Figura 207 Gráfico de evaluación de la pregunta 3 de la encuesta para ponentes



Fuente: Propia

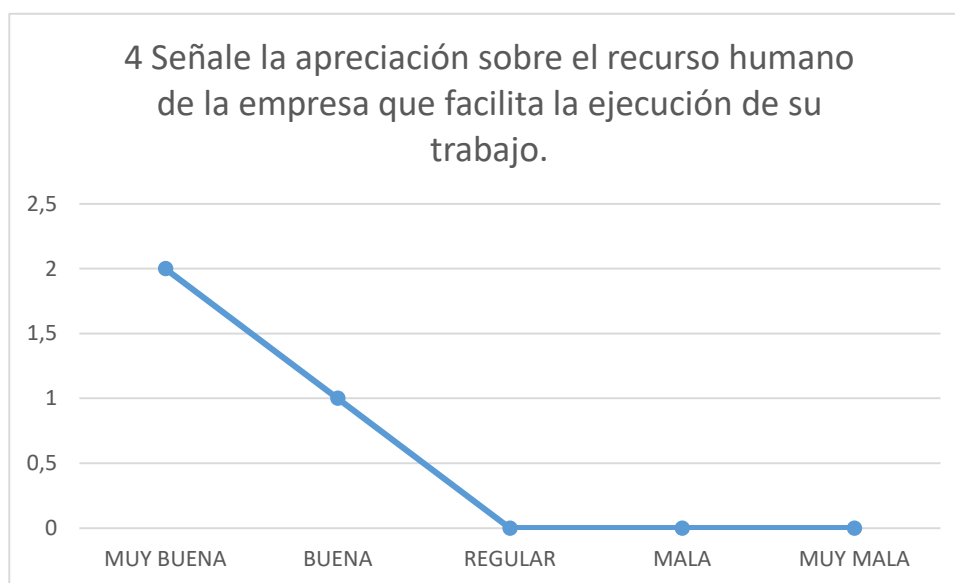
INTERPRETACIÓN: en la tabla 112 y Figura 207, podemos observar que la pregunta 3 de la encuesta para ponentes posee un total de 3 ponentes entrevistados, donde 2 ponentes respondió que su apreciación sobre acerca de las coordinaciones para la ejecución de su viaje a la ciudad o la dirección donde se programan sus clases es muy buena; 1 ponente respondió que su apreciación es buena; 0 ponentes que es regular; 0 ponentes que es mala y 0 que es muy mala. De esta manera, concluyendo que la apreciación de los ponentes en su mayoría sobre coordinaciones para su desplazamiento es muy buena.

Tabla 113 Pregunta 4 de la encuesta para ponentes

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
4	Señale la apreciación sobre el recurso humano de la empresa que facilita la ejecución de su trabajo.	2	1	0	0	0	3

Fuente: Propia

Figura 208 Gráfico de evaluación de la pregunta 4 de la encuesta para ponentes



Fuente: Propia

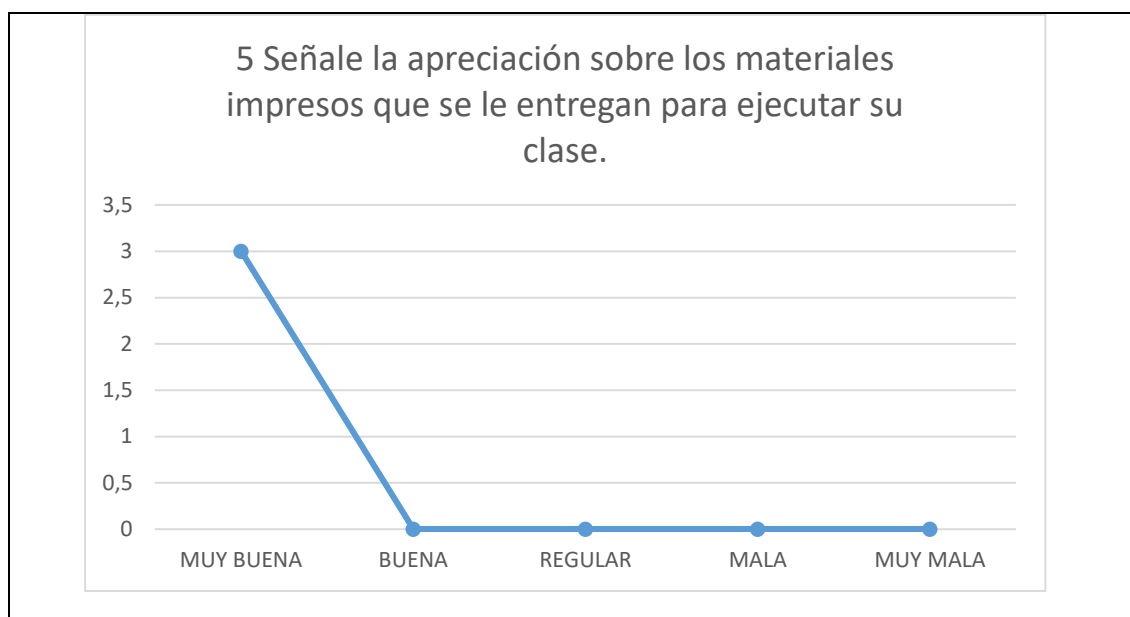
INTERPRETACIÓN: en la tabla 113 y Figura 208, podemos observar que la pregunta 4 de la encuesta para ponentes posee un total de 3 ponentes entrevistados, donde 2 ponentes respondió que su apreciación sobre el recurso humano de la empresa que facilita la ejecución de su trabajo donde la calificación es muy buena; 1 ponente respondió que su apreciación es buena; 0 ponentes que es regular; 0 ponentes que es mala y 0 que es muy mala. De esta manera, se concluye que la apreciación de los ponentes en su mayoría, sobre el recurso humano de la empresa, es muy buena.

Tabla 114 Pregunta 5 de la encuesta para ponentes

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
5	Señale la apreciación sobre los materiales impresos que se le entregan para ejecutar su clase.	3	0	0	0	0	3

Fuente: Propia

Figura 209 Gráfico de evaluación de la pregunta 5 de la encuesta para ponentes



Fuente: Propia

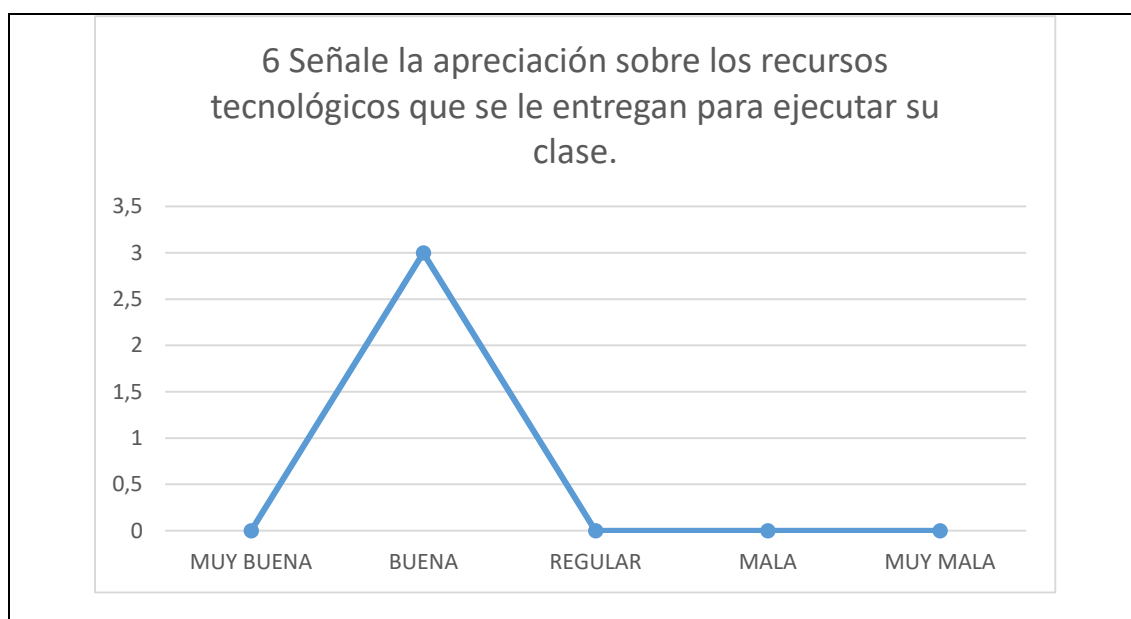
INTERPRETACIÓN: en la tabla 114 y Figura 209, podemos observar que la pregunta 5 de la encuesta para ponentes posee un total de 3 ponentes entrevistados, donde 3 ponentes respondió que su apreciación sobre los materiales impresos que se le entregan para ejecutar su clase, es muy buena; 0 ponentes respondieron que su apreciación es buena; 0 ponentes que es regular; 0 ponentes que es mala y 0 que es muy mala. De esta manera, se concluye que la apreciación de los ponentes en su mayoría, sobre los materiales impresos que se le entregan para ejecutar su clase, es muy buena.

Tabla 115 Pregunta 6 de la encuesta para ponentes

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
6	Señale la apreciación sobre los recursos tecnológicos que se le entregan para ejecutar su clase.	0	3	0	0	0	3

Fuente: Propia

Figura 210 Gráfico de evaluación de la pregunta 6 de la encuesta para ponentes



Fuente: Propia

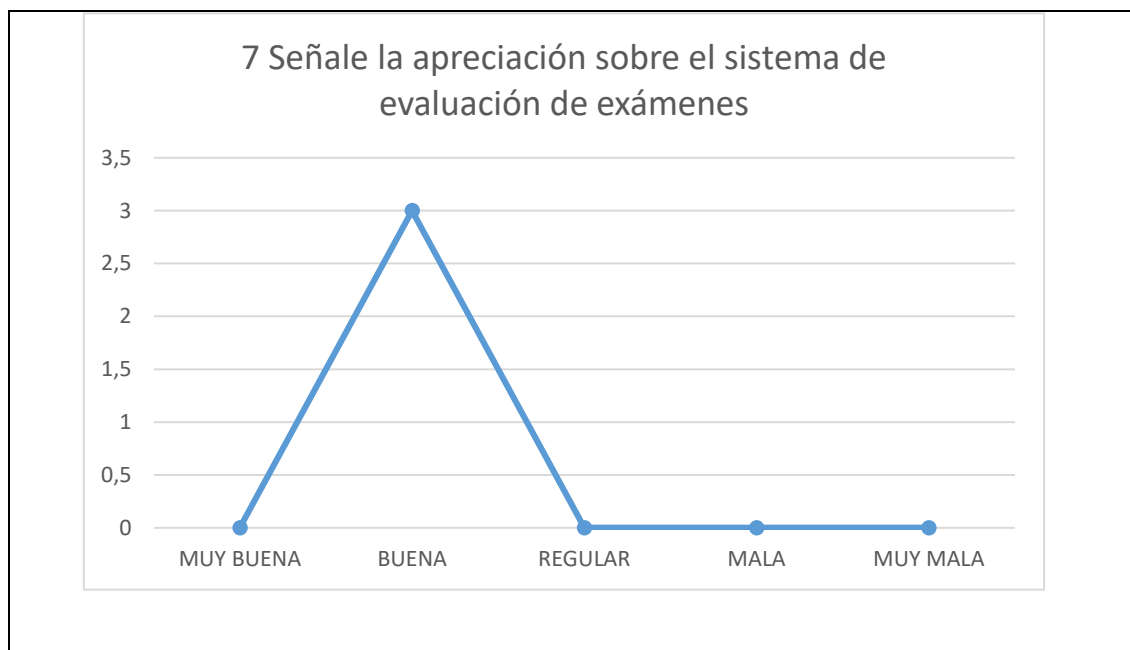
INTERPRETACIÓN: en la tabla 115 y Figura 210, podemos observar que la pregunta 6 de la encuesta para ponentes posee un total de 3 ponentes entrevistados, donde 0 ponentes respondieron que su apreciación sobre los recursos tecnológicos que se le entregan para ejecutar su clase, es muy buena; 3 ponentes respondieron que su apreciación es buena; 0 ponentes que es regular; 0 ponentes que es mala y 0 que es muy mala. De esta manera, se concluye que la apreciación de los ponentes en su mayoría, sobre los recursos tecnológicos que se le entregan para ejecutar su clase, es buena.

Tabla 116 Pregunta 7 de la encuesta para ponentes

Preguntas		MUY BUENA	BUE NA	REGUL AR	MA LA	MUY MALA	TOT AL
7	Señale la apreciación sobre el sistema de evaluación de exámenes	0	3	0	0	0	3

Fuente: Propia

Figura 211 Gráfico de evaluación de la pregunta 7 de la encuesta para ponentes



Fuente: Propia

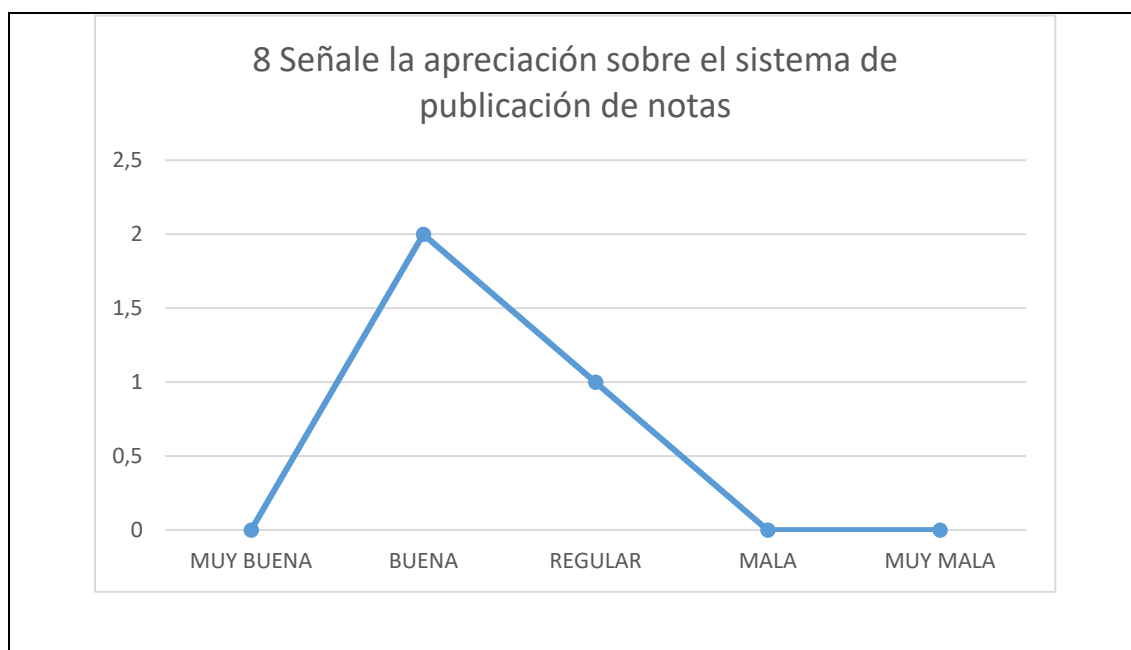
INTERPRETACIÓN: en la tabla 116 y Figura 211, podemos observar que la pregunta 7 de la encuesta para ponentes posee un total de 3 ponentes entrevistados, donde 0 ponentes respondieron que su apreciación sobre el sistema de evaluación de exámenes, es muy buena; 3 ponentes respondieron que su apreciación es buena; 0 ponentes que es regular; 0 ponentes que es mala y 0 que es muy mala. De esta manera, se concluye que la apreciación de los ponentes en su mayoría, sobre el sistema de evaluación de exámenes, es buena.

Tabla 117 Pregunta 8 de la encuesta para ponentes

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
8	Señale la apreciación sobre el sistema de publicación de notas	0	2	1	0	0	3

Fuente: Propia

Figura 212 Gráfico de evaluación de la pregunta 8 de la encuesta para ponentes



Fuente: Propia

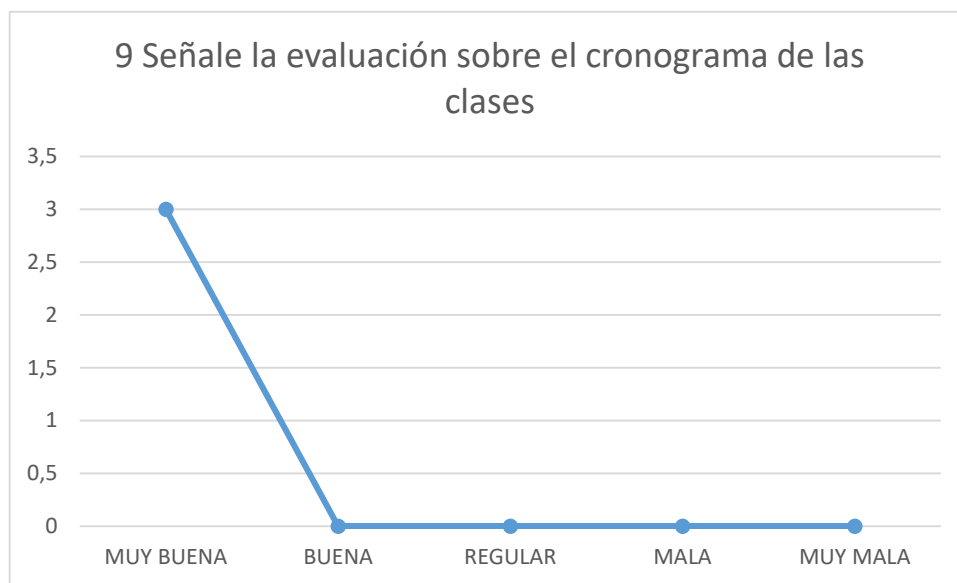
INTERPRETACIÓN: en la tabla 117 y Figura 212, podemos observar que la pregunta 8 de la encuesta para ponentes posee un total de 3 ponentes entrevistados, donde 0 ponentes respondieron que su apreciación sobre el sistema de publicación de notas, es muy buena; 2 ponentes respondieron que su apreciación es buena; 1 ponente que es regular; 0 ponentes que es mala y 0 que es muy mala. De esta manera, se concluye que la apreciación de los ponentes en su mayoría, sobre el sistema de publicación de notas, es buena.

Tabla 118 Pregunta 9 de la encuesta para ponentes

Preguntas		MUY BUENA	BUE NA	REGUL AR	MAL A	MUY MALA	TOT AL
9	Señale la evaluación sobre el cronograma de las clases	3	0	0	0	0	3

Fuente: Propia

Figura 213 Gráfico de evaluación de la pregunta 9 de la encuesta para ponentes



Fuente: Propia

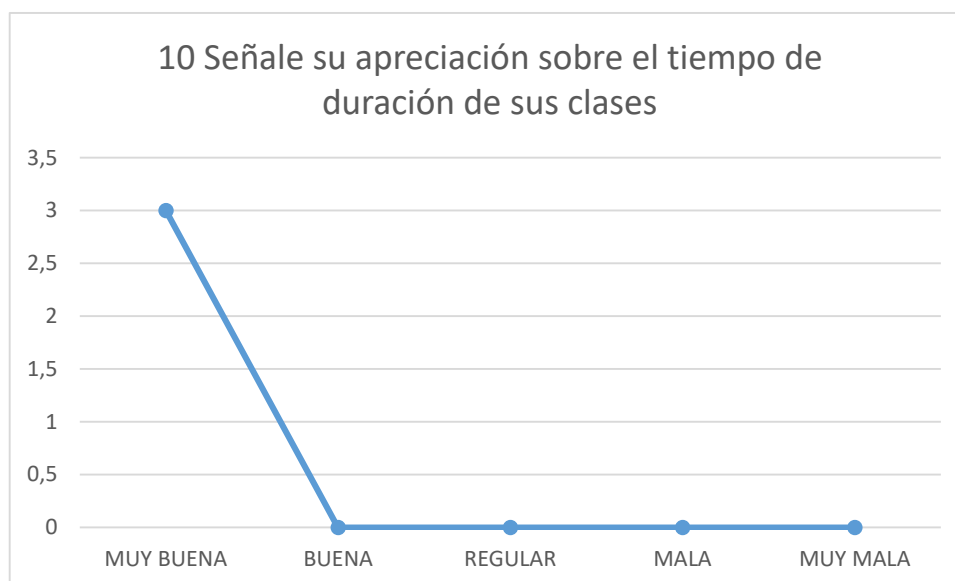
INTERPRETACIÓN: en la tabla 118 y Figura 213, podemos observar que la pregunta 9 de la encuesta para ponentes posee un total de 3 ponentes entrevistados, donde 3 ponentes respondieron que su apreciación sobre el cronograma de clases, es muy buena; 0 ponentes respondieron que su apreciación es buena; 0 ponentes que es regular; 0 ponentes que es mala y 0 que es muy mala. De esta manera, se concluye que la apreciación de los ponentes en su mayoría, sobre el cronograma de las clases, es muy buena.

Tabla 119 Pregunta 10 de la encuesta para ponentes

Preguntas		MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	TOTAL
10	Señale su apreciación sobre el tiempo de duración de sus clases	3	0	0	0	0	3

Fuente: Propia

Figura 214 Gráfico de evaluación de la pregunta 10 de la encuesta para ponentes



Fuente: Propia

INTERPRETACIÓN: en la tabla 119 y Figura 214, podemos observar que la pregunta 9 de la encuesta para ponentes posee un total de 3 ponentes entrevistados, donde 3 ponentes respondieron que su apreciación sobre el tiempo de duración de sus clases, es muy buena; 0 ponentes respondieron que su apreciación es buena; 0 ponentes que es regular; 0 ponentes que es mala y 0 que es muy mala. De esta manera, se concluye que la apreciación de los ponentes en su mayoría, sobre el tiempo de duración de las clases, es muy buena.

BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN N°1

TEMA: Contabilidad y Finanzas

Encargado: Yadira Medalith Pacheco Echevarria

Estados financieros de la empresa.

Ganancias anuales por servicio.

Costos fijos

Costos variables

La empresa H&S facilitó esta información para la correcta realización del trabajo de investigación.

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

01/01/2018 AL 31/12/2018 (Expresado en Nuevos Soles)

I.- ACTIVO:

Activo Corriente:

10	Caja y Bancos	14,903.00
12	Ctas. Por Cobrar Comerciales Terceros	920.00
20	Mercaderías	359.00

Total Activo Corriente 16,182.00

Activo no Corriente:

33	Inmueble Maq. Y Equipo	9,334.00
39	Depreciación y Amort. Acumulada	(1,055.00)
37	Activo Diferido	233.00

Total Activo no Corriente 8,512.00

TOTAL ACTIVO S/. 24,694.00

=====

II.- PASIVO:

Pasivo Corriente:

40	Tributos Por Pagar	215.00
44	Ctas. Por pagar Accionistas	18,900.00

Total Pasivo Corriente 19,115.00

Total Pasivo 19,115.00

III.- PATRIMONIO:

50	Capital	5,000.00
59	Resultados Acumulados	(294.00)
89	Resultado del Ejercicio	873.00
		<hr/>
	Total Patrimonio	5,579.00
		<hr/>
	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO S/.	24,694.00
		=====

Fuente: (7)

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL

DEL 01/01/2018 AL 31/12/2018

(Expresado en Nuevos Soles)

70	VENTAS	28,995.00
69	COSTO DE VENTAS	3,910.00
	Utilidad Bruta	<u>25,085.00</u>
94	GASTOS ADMINISTRATIVOS	(10,975.00)
95	GASTOS DE VENTAS	(12,574.00)
	Utilidad de Operación	<u>1,536.00</u>
Otros Ingresos y Gastos		
76	GANANCIA POR MEDICIÓN DE ACTIVOS	4.00
97	GASTOS FINANCIEROS	(597.00)
66	CARGAS EXEPCIONALES	(2.00)
	Utilidad Antes de Impuesto y Participación	<u>941.00</u>
	Impuesto a la Renta	(68.00)
	Utilidad Neta del Ejercicio	<u>873.00</u> =====

Fuente: (7)

Por otro lado; la empresa ha elaborado un plan de trabajo para presentarlo antes de comenzar un curso (7):

PLAN DE TRABAJO

I. DATOS INFORMATIVOS:

- 1.1. NOMBRE DE PROYECTO: Especialización en Formación de Supervisores de Seguridad y Salud Ocupacional
- 1.2. FECHA INICIO : 18/05/19
- 1.3. LOCALIDAD : Cerro de Pasco
- 1.4. MODALIDAD : Presencial
- 1.5. DURACIÓN : 5 horas (Cada clase) 8 módulos
- 1.6. HORARIO : 2:00 pm a 7:00 pm MODULO
- 1.7. PONENTE: : Ing. Luis Huaytan Suazo

II. PRESENTACIÓN:

H&S CONSULTORÍA EN SEGURIDAD INDUSTRIAL S.A.C., es una empresa peruana especializada en brindar, consultoría y asesoría en temas de seguridad, salud en el trabajo, medio ambiente, optimización de los procesos e implementación de sistemas de gestión; aplicados a todos los sectores de producción y servicios, tanto en el sector público como el privado.

III. INTRODUCCIÓN:

El actual auge de la industria en nuestro país, se perfila importante y gravitante principalmente porque se constituye en una de las primordiales fuentes de generación de empleo. Sin embargo, esta actividad sin lugar a dudas, resulta también sumamente peligrosa, debido a la alta incidencia de los accidentes de trabajo y, sobre todo, de aquellos con consecuencias mortales o seriamente incapacitantes. Es cierto que se cuenta con legislación suficiente y aparente en la materia, pero las oportunidades de sufrir un accidente de trabajo con daños severos continúan siendo proporcionalmente mayores en los trabajos de alto riesgo. La situación lleva por consiguiente a la necesidad de tomar acciones más efectivas y congruentes, la principal de ellas plantea el indispensable fortalecimiento de la capacidad técnica y de liderazgo del personal que debe ser asignado a la conducción de las actividades de prevención y control de los peligros, que aún no han sido atendidas con la amplitud y rigurosidad requeridas (8)

IV. FINALIDAD:

Formar COMPETENCIAS (habilidades + conocimientos) para realizar una SUPERVISIÓN EFECTIVA en diferentes unidades productivas a favor de la disminución de la probabilidad de ocurrencia de accidentes.

V. OBJETIVOS:

Conocer las herramientas de prevención de accidentes y aplicarlas con efectividad en los diversos procesos productivos.

Saber implementar Sistemas de Gestión de Seguridad en base a La Ley 29783 Ley General de Seguridad y Salud en el trabajo, norma ISO 45001 DS: 023 – EM Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional en Minería.

Responder con eficacia de las auditorías de Seguridad y Salud Ocupacional

Aprender a elaborar y hacer seguimiento de Planes y Programas de Seguridad y Salud Ocupacional.

VI. DIFUSIÓN:

La difusión del evento estará a cargo del Colegio de Ingenieros - Departamental Junín a través de su portal institucional y sus redes sociales.

La empresa H&S Consultoría en Seguridad contribuirá con los afiches, publicación en su página web y fan page de Facebook:

Página Web: www.seguridadminerahs.com

Facebook: H&S Consultoría en Seguridad Industrial SAC

VII. ORGANIZACIÓN:

El curso será dictado por ponentes especialista en Seguridad y Salud Minera, actualmente en actividad laboral minera.

Coordinador General: Ing. Luis Huaytan

Administración: administrador@seguridadminerahs.com

VIII. REFERENCIAS LEGALES:

Ley N° 29783, Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo.

D.S. N° 005-2012-TR: Reglamento de la Ley N° 29783, Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo.

Norma G.050, Seguridad Durante la Construcción.

D.S. N° 42-F, Reglamento de Seguridad Industrial.

D.S. N° 023-2016-EM, Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional y otras medidas complementarias en minería.

Normas Técnicas de Prevención (NTP) del Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo.

IX. METODOLOGÍA:

Las clases serán expositivas y prácticas, se usará el método de estudio de casos, el debate y la lluvia de ideas.

Se hará uso de medios audiovisuales como proyector multimedia, papelógrafos, videos, etc.

X. RECURSOS:

H&S Consultoría en Seguridad Industrial SAC, estará encargado de proveer los materiales de estudios, se encargará de contratar a los ponentes, capacitadores y sus viáticos.

El CIP- Pasco estará encargado de conceder las instalaciones, equipos audiovisuales y de facilitar la promoción y publicidad mediante los canales internos y medios de comunicación (página web, mural, paneles, correo electrónico de los agremiados, redes sociales, entre otros)

XI. CERTIFICACIÓN:

A nombre del Colegio de Ingenieros del Perú – Consejo Departamental PASCO .por 120 horas (80 teóricas y 40 prácticas).

XII. COSTO:

Inscripción:	S/. 50.00
Certificado:	S/. 70.00

Precio en Cerro de Pasco

Estudiantes 04 cuotas de S/.200.00	S/. 800.00
Colegiados 04 cuotas de S/.216.00	S/. 864.00
Profesionales y público en general 04 cuotas de S/.300.00	S/. 1200.00

Para colegiados y habilitados se debe descontar el 20% por orden del Decano CIP

Nota: Enviar carnet o constancia de estudio, o carnet del CIP en caso de ser estudiante o colegiado respectivamente.

Para la inscripción se debe seguir los siguientes pasos:

Pago al Banco de Crédito del Peru
Nro. de cuenta BCP Soles: 191-2499007-0-93

A nombre de: **H&S CONSULTORÍA EN SEGURIDAD INDUSTRIAL S.A.C.**

Enviar voucher escaneado o foto a **administrador@seguridadminerahs.com** o al WhatsApp de los siguientes números:

955 878 831

Llenar ficha de inscripción y enviar escaneada al correo: **administrador@seguridadminerahs.com**
Se le responderá de inmediato confirmando su inscripción

Existen modalidades de pago opcionales:

XIII. Al pago del 50% del costo total obtiene un descuento de 10%

Al pago del 100% del costo total obtiene un descuento de 15%

XIV. VENTAJAS COMPETITIVAS:

La empresa cuenta con un staff de ponentes

Todos los expositores se encuentran en actividad profesional minera.

Tiene un enfoque sistémico basado en experiencias reales.

Manejamos eficientemente y de manera óptima la metodología educativa. Nuestras estrategias de enseñanza y aprendizaje son 100% prácticas.

El expositor va más de la simple exposición de conceptos. Es 100% aplicativo.

La experiencia y el currículum vitae de cada expositor se expondrá en lo siguiente:

CRONOGRAMA DE MÓDULOS

Mes de inicio del plan ▶				abril-19				
H&S Consultoría en Seguridad Industrial SAC				Cronograma de desarrollo de clases				
Num	Tarea	Inicio	Final	abril-19	mayo-19	junio-19	julio-19	agosto-19
1	Módulo 1	4-5-19	4-5-19	█				
2	Módulo 2	18-5-19	18-5-19		█			
3	Módulo 3	1-6-19	1-6-19			█		
4	Módulo 4	15-6-19	15-6-19				█	
5	Módulo 5	29-6-19	29-6-19					█
6	Módulo 6	13-7-19	13-7-19					█
7	Módulo 7	27-7-19	27-7-19					█
8	Módulo 8	10-8-19	10-8-19					█

MALLA CURRICULAR

Módulo 1: ISO 45001- **SISTEMA DE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO**

1. Objetivos
2. Introducción a ISO 45001
3. Alcance
4. Términos y definiciones
5. Contexto de la organización
6. LIDERAZGO: Funciones, responsabilidad, participación
7. PLANIFICACIÓN: IPERC, requisitos legales, objetivos y planes
8. APOYO: Conciencia, competencia, información y comunicación, recursos
9. OPERACIÓN: Planificación del control Operativo, gestión del cambio, preparación de respuesta ante emergencias.
10. SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN: Seguimiento, medición y análisis, auditoría, revisión por la dirección.
11. MEJORA: Incidencias, no conformidades y acciones correctivas
12. Conclusiones
13. Recomendaciones

Módulo II: Matriz IPERC

1. Introducción/Estadísticas
2. Objetivos
3. Definición
4. IPERC: Marco Normativo
5. Desarrollo de conceptos I PER C
6. Conceptos del IPER C
 - Identificación de peligros
 - Evaluación de riesgos
 - Aplicación de controles
7. Tipos de IPER C
 - IPER C línea base
 - IPER C continuo

Módulo III: SEGURIDAD BASADA EN VALORES

1. Evaluación cultural: “Curva de Bradley” – Dupont
2. Pirámide de Frank Bird: “Teoría de la accidentabilidad”
3. La seguridad basada en el Comportamiento como herramienta de Gestión de Seguridad.
4. 7 principios de la SBC
5. Taxonomía del “error humano”
6. Modelo ACC-ABC Análisis fundamental
7. Pirámide de Maslow
8. Teoría tricondicional para la seguridad
9. Factores que influyen en los comportamientos inseguros
10. Cómo implementar y hacer seguimiento a un programa de Seguridad Basado en el comportamiento.
11. Taller de revisión de casos propuestos.

Módulo IV: NOTIFICACION, REPORTE E INVESTIGACIÓN DE INCIDENTES Y ACCIDENTES

1. Definiciones
2. La investigación de los accidentes
3. Metodología de investigación de los accidentes.
4. Pasos de la investigación.
5. Determinación de las medidas de control
6. Informe de investigación

Módulo V: TRABAJOS DE ALTO RIESGO

Trabajos en Espacios Confinados

1. Definición del espacio confinado
2. Tipos de espacio confinado.
3. Identificación de los espacios confinados
4. Normas de trabajos con riesgos en espacios confinados
5. Riesgos en trabajos con espacios confinados
6. El permiso de entrada al espacio confinado
7. Procedimientos de trabajo y recomendaciones de seguridad para trabajos en espacios confinados.
8. EPPs usados en los espacios confinados.
9. Controles al trabajar con espacios confinados
10. Emergencias y primeros auxilios en E.C.

Trabajos en altura

1. Definición de trabajos en altura
 - Caída libre
 - Riesgos de trabajo en altura

- Causas de caídas desde altura
 2. Medidas de seguridad para trabajos en altura
- Salud compatible en trabajadores en altura
- Formación de trabajadores
- Sistemas de protección contra caídas
- Inspección de: Arnés, línea de vida, línea de anclaje, conectores y puntos de anclaje.
 3. Escaleras
 - Tipos
 - Riesgos en el uso de escaleras
 - Estándares en el uso de escaleras
 - Inspección de escaleras

Trabajos de Izaje

1. Conceptos de izaje
2. Tipos de Izaje
3. Permiso de trabajo
4. Accesorios para izaje

Trabajos en Caliente

1. Tipos de trabajo en Caliente
2. Permiso de trabajo en caliente
3. EPP en los trabajos en caliente

Módulo VI: SALUD OCUPACIONAL

1. Introducción
2. Objetivos
3. Definiciones Generales
4. Marco Técnico Legal de la Salud Ocupacional en el Perú
5. Enfermedades Ocupacionales
6. Vigilancia Médica
7. Programa de Salud Ocupacional

Módulo VII: APLICACIÓN DE LEYES Y REGLAMENTOS DE SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL (LEGISLACIÓN EN SEGURIDAD INDUSTRIAL Y MINERA)

1. Orden de prelación de las normas en nuestro sistema legal
2. La constitución
3. Ley de Seguridad y Salud en el trabajo
 - D.S. N. 005-2012-TR: Reglamento de Ley de SST
 - de aplicación
 - Organización del sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.
 - Constitución del comité de SST.
 - Documentación del sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.

4. Derechos y obligaciones de los empleadores.
5. Derechos y obligaciones de los trabajadores.
6. Políticas en el plano de las empresas y centros médicos asistenciales.
7. Facultades de los inspectores de trabajo
8. Origen de las actuaciones inspectivas y requerimientos en caso de infracción.
9. Incorporación de la figura penal del delito de atentado contra las condiciones de seguridad e higiene.

Módulo VIII: IMPLEMENTACIÓN Y AUDITORÍA DE SISTEMAS DE GESTIÓN

1. Objetivos
2. Definición
3. Tipos de auditorías
4. Principios de la auditoría
5. Ejes de la auditoría
6. Etapas de la auditoría
7. Competencias de la auditoría

Fuente: (7)