



UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA ACTIVACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ASESORÍA Y CONSULTORÍA EN PROYECTOS DE INNOVACIÓN Y
GESTIÓN EMPRESARIAL MEDIANTE LA APLICACIÓN DE
METODOLOGÍAS ÁGILES”**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR EL
TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

PRESENTADO POR:

Bach. CARLA ELIZABETH MORANTE COLINA

<https://orcid.org/0000-0002-6139-0810>

ASESOR:

Dr. FREDDY WILLIAM CASTILLO PALACIOS

<https://orcid.org/0000-0001-5815-6559>

**LIMA, PERÚ
2022**

CAPÍTULO I

PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

1.1 Formulación de la Idea de Negocio:

M&C Consulting surge de la necesidad por parte de las empresas relacionadas con los sectores comerciales, industriales y de servicios, que desean mejorar el comportamiento de su personal, aplicar metodologías ágiles en sus procesos para dinamizar sus actividades, desarrollar nuevos enfoques de trabajo y así poder generar productos inexistentes en el mercado; como también innovadores que causen un efecto positivo en el mercado.

Nuestra empresa ayudará a los negocios a generar equipos auto organizados, promover el ritmo sostenible de trabajo, realizar cambios y mejora continua en las actividades productivas; como también, desarrollar un sistema de flujo flexible de procesos, activar la comunicación asertiva y entregar productos y servicios funcionales.

1.2 Descripción de la Empresa:

Tabla 1

Descripción de la Empresa

Empresa	Descripción
Razón Social	M&C Consulting E.I.R.L. Caller Chinchaysuyo No. 120, Urbanización
Dirección	Maranga, Distrito San Miguel
RUC	20606664398
Correo	carlaemorantec@gmail.com
Celular	999220197
Redes Sociales	https://www.linkedin.com/in/carla-morante-colina-0b9b67a7/

Nota. Elaboración propia.

1.3 Perfil de la Empresa

M&C Consulting es una empresa de asesoría y consultoría que brinda servicios de calidad mediante la aplicación de metodologías y herramientas ágiles en los procesos de las empresas y así aumentar su productividad. El servicio que brinda M&C Consulting es personalizado y esto se evidencia por un contacto permanente; asimismo, ofrecemos flexibilidad en los horarios, capacitación de calidad, servicio confiable, dinámicas creativas y una retroalimentación constante para activar la mejora continua.

Nuestro público está centrado en los sectores relacionados con la industria, logística, agentes de carga, centros de emprendimiento y la educación técnica como la superior. Los requerimientos que estos sectores demandan, se basan en la mejora de sus operaciones logísticas, manejo óptimo de la producción, dinamismo en las

ventas, mejoramiento del clima organizacional y creación de materiales académicos ahdoc con las demandas del mercado. Las metodologías ágiles que utiliza M&C Consulting son: *Design Thinking, Kanban, Lean UX, SCRUM, CANVAS, Customer Journey Map* y *SCOR*. Todas estas metodologías y herramientas ágiles se acondicionan a los requerimientos de los clientes para su aplicación en el negocio de manera inmediata mediante proyectos.

La propuesta de valor de M&C Consulting se basa en implantar de manera continua mesas ágiles para introducir un pensamiento creativo en la toma de decisiones como también formar a los colaboradores como agentes de cambio, los cuales tendrán un perfil innovador y aportarán al negocio con mayor motivación y obtendrán mejores resultados no solo en su centro laboral sino lo podrán aplicar en su vida personal.

1.4 Misión

M&C Consulting tiene como misión brindar servicios de consultoría y asesoría en temas de gestión y metodologías ágiles, a empresas del sector comercial, servicios, logística y de educación y así contribuir con su innovación, desarrollo y productividad empresarial.

1.5 Visión

Posicionarnos en la Región Lima al 2025 como una consultora que se diferencie por la prestación de servicios de capacitación y asesoría innovadora, con una propuesta de valor relacionada con la mejora continua, formando agentes de cambio y así los integrantes de cada negocio aumenten su productividad y su voluntad de seguir soñando, aprendiendo y creciendo.

1.6 Valores

- Integridad: brindamos la debida confianza a nuestros clientes, demostrándoles respeto, puntualidad, lealtad, disciplina y calidad en nuestro trabajo.
- Pasión: nuestra forma de trabajo es armoniosa, dinámica y sostenible, estamos en constante actualización para fortalecer nuestros procedimientos y siempre brindar lo mejor de nosotros.
- Creatividad: activar la imaginación, generar ideas y nuevos conceptos de trabajo brindará soluciones originales y nuevos retos por cumplir.
- Tenacidad: estamos siempre en busca de lo eficaz, eficiente y efectivo, superando lo conocido, mostrando ahínco y motivación para lograr lo propuesto.
- Innovación: mejorar y optimizar los procesos es nuestro patrón de trabajo y eso ayudará a incrementar la productividad y la competitividad de las empresas.
- Curiosidad: siempre estamos en busca de esquemas nuevos y flexibles para aplicarlo en los procesos y dinamizar el trabajo.

- Compromiso: trabajamos con pasión, demostrándolo día a día en nuestro desarrollo del trabajo, esforzándonos al máximo al momento de realizar todas nuestras actividades.

1.7 El Producto

M&C Consulting genera un diagnóstico del negocio que solicita la asesoría o la consultoría realizando una investigación tanto cualitativa como cuantativa del mismo y para poder identificar la metodología o herramienta ágil que se acomodará a sus requerimientos.

Se realizan diversas reuniones con las autoridades del negocio para establecer el programa a desarrollar y ajustar los horarios de capacitación, los temas a capacitar, los proyectos a ejecutar, el personal a asesorar, el presupuesto y los entregables de cada área que tendrán que aplicar para la mejora de su sección.

M&C Consulting brindará adicionalmente del asesoramiento, el servicio post venta con sus clientes, ya que se les generará un seguimiento a sus funciones, se les brindará la oportunidad de participar en comités consultivos en los diferentes sectores productivos a los cuales pertenecen e invitaciones a webinars de interés.

El manejo de las tarifas se realiza en función a los trabajos solicitados; es decir, se estipulará por proyectos, por horas que demanda la generación de las tareas y las

asesorías específicas. Las empresas cuentan con exigencias diversas y por tal motivo, se establecen diferentes escenarios para poder ofrecer el servicio y que encaje con las necesidades solicitadas y los presupuestos que cuentan.

1.8 Matriz FODA

Tabla 2

Matriz FODA

Matriz FODA y su gestión		Oportunidades	Amenazas
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Empresas que desean internacionalizarse. 2. Demanda en servicios de capacitación y asesoría para mejorar sus procesos. 3. Empresas que desean actualizarse de acuerdo a las mega tendencias. 4. Fuertes políticas de mejora continua. 5. Cursos online para potenciar a profesionales técnicos, operativos y administrativos. 6. Facilidad de mercado para generar cobertura regional, nacional e internacional. 7. Ampliación de cartera de clientes mediante redes sociales (linkedIn, whatssap) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ingresos de empresas con similar propuesta de valor. 2. Inestabilidad económica - social del país. 3. Poco conocimiento y motivación por los negocios para invertir en la aplicación de metodologías ágiles. 4. Escepticismo frente a las metodologías ágiles. 5. Conflictos armados en el ámbito internacional. 6. Pandemia existente.
Fortalezas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimiento y experiencia en la aplicación de metodologías ágiles. 2. Contar con socios estratégicos para complementar el servicio. 3. ADN emprendedor - vocación y pasión por la docencia. 4. Propuesta de valor enfocada al pensamiento creativo y de cambio. 5. Servicios flexibles y dinámicos. 6. Conocimiento y experiencia en diferentes sectores productivos. 7. Capacitaciones en diferentes modalidades (presenciales y virtuales). 8. Metodologías ágiles fáciles de aplicar. 	(F6.O3) Estudiar el mercado e identificar potenciales clientes en los diferentes sectores productivos. (F5.O7) Fortalecer estrategias de marketing mediante las redes sociales que manejan los futuros clientes. (F7.O5) Plan de trabajo en función a la modalidad presencial, virtual e híbrida. (F2.O4) Conseguir nuevos aliados estratégicos para fortalecer el servicio.	(F1.A3) Realizar estudios de mercado para analizar un nuevo buyer persona. (F3.A1) Aplicar el mystery shopper. (F3.A4) Fortalecer la fidelidad del cliente mediante el servicio post venta.
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tiempo reducido para la ejecución de los proyectos. 2. Preferencia de reuniones virtuales para la negociación las cuales generan una barrera al momento de transmitir lo que se desea vender. 3. Inestabilidad en las conexiones por la saturación de dispositivos electrónicos. 4. Recarga laboral por los cambios constantes que solicitan los clientes en sus pedidos. 5. Sobre carga laboral por los cambios de horario que generan agendas impredecibles. 	(D1.O1) Enfocar los proyectos en función a su margen de utilidad. (D1.O6) Generar base de datos de clientes, prospectos, proveedores y posibles socios. (D4.O2) Implementar metodologías que ayuden al cliente a identificar correctamente su necesidad y evitar cambios inesperados.	(D2.A2) Contratar personal especialista en ventas de metodologías ágiles y en gestión para mejorar la negociación. (D5.A6) Crear un portafolio de productos adhoc con la coyuntura económica, social y salud.
Debilidades		Iniciativas FO	Iniciativas FA
		Iniciativas DO	Iniciativas DA

Nota. Elaboración propia

1.9 Objetivos Estratégicos Generales

- Brindar Metodologías y Herramientas ágiles a las empresas, para que estas puedan generar soluciones creativas - innovadoras, aumentar la productividad, activar la competitividad y convertir a sus trabajadores en agentes de cambio y portadores de un pensamiento de mejora continua.
- Desarrollar nuevos paquetes de servicios de acuerdo a la demanda de los principales sectores productivos.
- Mejorar la funcionalidad de nuestro servicio ampliando nuestras estrategias y metodologías ágiles.
- Fomentar la cultura de innovación y de cambio en las empresas atendidas.
- Identificar nuevos sectores productos en donde se podría introducir el servicio de mejora de procesos mediante las metodologías ágiles.
- Optimizar el manejo de los ingresos para futuras inversiones en infraestructura como capacitación del personal.

1.10 Modelo de Negocio CANVAS

Tabla 3

Modelo de Negocio CANVAS

Aliados Claves	Actividades Claves	Propuesta de valor	Relación con Clientes	Segmento de clientes
<ul style="list-style-type: none"> *Ideando *Cabo Business Management *Profesionales independientes *Centros de Emprendimiento en donde genero mentorías *Empresas del mismo sector 	<ul style="list-style-type: none"> *Reclutamiento de personal de apoyo *Seguimiento al cliente *Creación de materiales *Creación de contenido en redes *Capacitación en temas de nuevas metodologías y herramientas ágiles 	<ul style="list-style-type: none"> *Se basa en crear agentes de cambio en las empresas activando su lado innovador y creativo. De igual forma, adaptar a su forma de trabajo, al creativo. *Se brindará soporte continuo porque el cambio sea sostenible y escalable en el tiempo 	<ul style="list-style-type: none"> De acuerdo a su disponibilidad se les invitará a participar como: *Consejo consultivo *Expositores para webinars *Jurados en concursos de emprendimiento 	Empresas que se dedican a: *Comercio *Industria *Educación *Instituciones técnicas y superiores *Servicios de A&B Estas empresas pueden ser Mype, Pyme o corporaciones
	Recursos Claves		Canales	
Estructura de Costos	<ul style="list-style-type: none"> *Laptops *Celulares *Útiles de escritorio *Profesionales con especialidad en mentorías y de acuerdo a la especialidad que se requiera. 	Flujo de ingresos	Las redes sociales y el contacto directo con los clientes, ayudará a mantener el vínculo activo: *Linkedlin *Facebook *Whatsapp *Contacto directo por celular o visitas a las empresas Prestación del servicio: *Vía Zoom, Meet, Teams *Inhouse	
<ul style="list-style-type: none"> *Pago de comisiones *Transporte *Adquisición de útiles de escritorio 		<ul style="list-style-type: none"> Se obtendrán ingresos por: *Capacitaciones en Agile *Asesorías empresariales *Mentorías en emprendimiento *Creación de materiales académicos - Cursos MOOC Los pagos se generarán por transferencia bancaria. 		

Nota. Elaboración propia.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO

2.1 Análisis del Microentorno:

2.1.1 Clientes

Las empresas actualmente buscan adaptación y flexibilidad en su gestión, en los procesos de trabajo y en las estrategias a ejecutar en su negocio; en ese sentido, están optando por buscar herramientas que ayuden a lograrlo y así cubrir sus necesidades sea en elaboración de los productos, prestación de servicios, automatización de sus procesos, reducción del riesgo, optimización de presupuestos y obtención de la calidad de manera sostenida.

De la misma manera, las empresas buscan soluciones rápidas y fáciles de ejecutar y que abarquen todos los puntos fuertes y débiles del negocio, analizando los pros y contras, como también los posibles riesgos que podrían aparecer y para ello construir de manera oportuna diferentes planes de contingencia en función a distintos escenarios y recursos.

Los sectores más demandados para este servicio están concentrados en la industria, educación y logística. Estos requieren herramientas de trabajo sumamente valiosas; ya que al conocerlas, aprenderlas y aplicarlas abrirán las puertas a una forma de entender, comprender y crear estrategias desde una óptica ágil, fácil y rápida, lo cual generará buenos resultados para el negocio como también activa un mejor clima organizacional por estar rodeado de pensamientos innovadores y donde la opinión del colaborador es escuchada y valorada.

2.1.2 Proveedores

La búsqueda de proveedores y el poder de negociación con ellos, será vital para lograr una alianza estratégica; trabajar con empresas que cuentan con tus mismos intereses y convicción, aportará a elevar los estándares de calidad y la fidelidad de los clientes que apuesten por el trabajo en conjunto que cuenta M&C Consulting.

Existen dos socios estratégicos que apoyan a M&C Consulting cuando se solicitan proyectos específicos ligados a temas contables, financieros y de gestión empresarial; ya que existen empresas que no solo buscan innovación en sus procesos, sino también, buscan temas técnicos relacionados con presupuestos, planilla, inversiones, reclutamiento y administración.

2.1.3 Productos Sustitutos

En la actualidad existen diferentes empresas que brindan servicios de mejoramiento de calidad, mediante herramientas tradicionales y de optimización de procesos, sin aplicar metodologías ágiles. Estos procedimientos se ejecutan mediante las técnicas Lean, Six Sigma, Kaizen, 5S; las cuales apoyan al mejoramiento de procesos en las empresas relacionadas con los sectores industriales, comercio y servicios. El mercado exige cambios y estas técnicas apoyan a ese objetivo pero a mediano y largo plazo.

El contar con métodos de calidad es vital para los negocios y estos se mantienen en el tiempo, pero lo que propone M&C Consulting no solo es mejorar los procesos para obtener y sobrepasar las expectativas propuestas sino que activan la innovación de sus colaboradores como también la participación activa de los colaboradores en la empresa y no solo que se cumpla con un patrón de trabajo que busca la calidad.

2.1.4 Competencia

La oferta en el mercado relacionado con empresas que brindan la capacitación sobre metodologías ágiles es alta; ya que tanto las Universidades, Centros de Emprendimiento y empresas privadas se están dedicando a ofrecer estos servicios y poseen diferentes programas de corta, mediana y larga duración, pero ninguna facilita la propuesta de valor que brinda M&C Consulting concentrada en la innovación, pensamiento creativo y cambio.

Es necesario resaltar, que el mercado local está constantemente solicitando empresas que apoyen y brinden opciones para la mejora de sus procesos pero se generan de manera estándar; es decir, no es personalizado y por ende buscan una empresa para capacitación y otra para la consultoría, esto genera mucho más gasto para el negocio. La forma de trabajo de M&C Consulting rompe ese esquema y no solo brinda un diagnóstico del negocio, sino realiza las capacitaciones mediante una co creación y luego se plantea los futuros proyectos acompañado de un informe situacional final del negocio.

2.1.5 Competencia Entrante

Las mega tendencias nos indican que siempre el mercado es cambiante y exigente y por ende siempre habrá diferentes ofertas que ingresan y egresan del mercado; esto significa, que toda empresa debe estar alerta a la aparición de nuevos

competidores con la misma temática y metodologías de trabajo relacionadas con la capacitación en metodologías ágiles y quizás con mejores precios, pero lo que hace una empresa diferente a la otra y que pueda permanecer en el mercado de manera vigente es la fórmula de su propuesta de valor.

Toda empresa que se dedique al rubro de asesoría o consultoría y que utilice la metodologías ágiles como parte de sus temas a aplicar en los negocios, tendrá que formular su valor agregado y empatizar con los clientes para conseguir su aceptación, esto puede ser sencillo o quizás complicado, pero lo que debe prevalecer es la calidad del servicio para mantenerse vigente. M&C Consulting está preparado para batallar con la competencia existente y entrante, ya que conoce el mercado, las necesidades, empatiza con el cliente y cuenta con una propuesta de valor diferencial.

2.2 Análisis del Macroentorno:

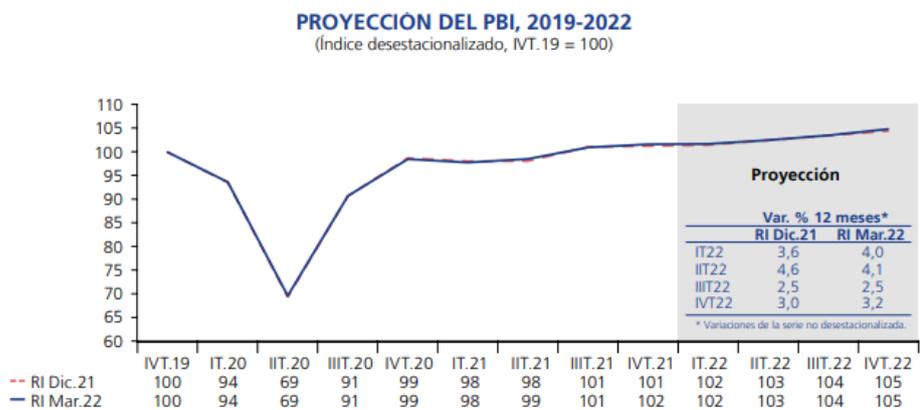
2.2.1 Económico

El factor determinante para un país es la economía, la cual se debe mantener y enriquecer mediante permanente activación de los diferentes agentes económicos y de acuerdo a la proyección del Banco Central de Reserva (BCR), nuestra economía registrará un crecimiento de 3,4% en el 2022 aunque con un grado de incertidumbre mayor. Asimismo, el Presidente del BCR, Julio Velarde, precisó que “Este año

esperamos que el Producto Bruto Interno (PBI) crezca 3,4%, el año pasado crecimos 13,3%, e inclusive, se estima que el crecimiento pudo haber sido algo mayor” (BCR, 2022).

La situación del Perú puede mostrarse de similar forma en su crecimiento para el año 2023, ya que Julio Velarde refirió que mantienen su estimación para el próximo año, pero esta situación de la misma manera incluye un grado de incertidumbre y se espera mantener un 3.2% de crecimiento aproximadamente. El BCR mantiene las proyecciones de expansión del PBI señaladas en el Reporte de Inflación de diciembre del 2021 (BCR, 2022).

Figura 1
Proyección del PBI



Nota. BCR 2022

De acuerdo a las estadísticas presentadas, se espera que la economía crezca 3,4% este año. La realidad que vivimos en función a la inmunización de la mayor parte de la población permitiría que la actividad económica continúe recuperándose poco a poco y si las medidas sanitarias se mantienen, se logrará impulsar la apertura total de

todos los sectores productivos, lo cual generará crecimiento del mercado y activación nuevamente del mercado laboral (BCR, 2022).

Tabla 4
PBI por sectores económicos

PBI POR SECTORES ECONÓMICOS (Variaciones porcentuales reales)						
	2021	2022*			2023*	
		Enero	RI Dic.21	RI Mar.22	RI Dic.21	RI Mar.22
PBI primario	5,5	1,7	5,3	5,3	5,8	5,8
Agropecuario	3,8	5,0	2,7	2,7	2,8	2,8
Pesca	2,8	-30,3	4,4	4,4	4,4	4,4
Minería metálica	9,7	3,6	5,9	5,9	8,4	8,4
Hidrocarburos	-4,6	9,8	13,4	13,4	4,0	4,0
Manufactura	1,9	-6,8	4,1	4,1	3,5	3,5
PBI no primario	15,6	3,2	2,9	2,9	2,5	2,5
Manufactura	24,6	0,5	1,4	1,4	3,3	3,3
Electricidad y agua	8,6	3,1	1,7	2,3	5,0	5,0
Construcción	34,9	-0,6	0,5	0,5	2,5	2,5
Comercio	17,8	2,3	2,4	2,4	2,5	2,5
Servicios	11,8	4,3	3,7	3,7	2,3	2,3
Producto Bruto Interno	13,3	2,9	3,4	3,4	3,2	3,2

RI: Reporte de Inflación
*Los dos últimas columnas corresponden a la proyección anual del RI previo v el actual.

Nota. BCR 2022

El movimiento económico en los sectores primarios y secundarios se mantiene pero aún existe poca confianza en relación a la decisión de invertir, es decir, los negocios están analizando la actual situación del país por los cambios constantes tanto en el territorio nacional como en el mundo que afectan, generando incertidumbre y por ende optan por mantenerse en su mismo nivel, evitando arriesgarse (BCR, 2022).

2.2.2 Político – Legales

El aparato político en el Perú se ha venido deteriorando día a día, se evidencia que existen grupos de interés que están cubriendo las posiciones más influyentes y conseguir el poder. Esta situación es preocupante, ya que no se evidencia ninguna reacción por parte del gobierno para arreglar lo que está sucediendo en los diferentes sectores económicos. Esta inestabilidad y riesgo político, genera una gran preocupación en los gremios empresariales, los cuales sienten que existe una fragilidad en el gobierno y en las entidades públicas que representa (RPPTV, entrevista al presidente de la SNI, 2022).

Por otro lado, nos encontramos en una constante crisis política, la cual genera incertidumbre y aleja a futuros inversionistas extranjeros, existen muchas barreras que obstaculizan el desarrollo eficiente de las actividades. La corrupción, las obsecaciones en los designamientos equivocados en cargos públicos, el manejo equivocado en las licitaciones con los proyectos del estado y el cambio constante del equipo ministerial, la falta de diálogo por parte del presidente de la república, las censuras e interpelaciones a los ministros, los intentos de vacancias, reducen las oportunidades de desarrollo (RPPTV, entrevista al presidente de la SNI, 2022).

El panorama político se percibe inestable y no se observa mejora inmediata o planes de contingencia que lo apoye, brindando una esperanza de mejora. Pero esto tiene que cambiar y así contar con una mejor imagen hacia el mundo y poder conseguir resultados diferentes a lo que estamos viviendo. La informalidad en los

procesos, en las decisiones, en la generación de empresas, en las personas que rodean al gobierno, debe de mejorar e ingresar a una transformación en pro del país (Instituto Peruano de Economía, 2022).

2.2.3 Social – Cultural

La pandemia activó una nueva normalidad, la cual ha impulsado al cambio no solo en las personas en sus estilos de vida sino también en el sector empresarial; en ambos casos, la necesidades, comportamientos, hábitos de consumo, tendencias, influencias de mercados extranjeros sobre los productos o servicios son rápidamente cambiantes o modificables.

Esta realidad llegó para quedarse y el sector empresarial de los distintos rubros está trabajando en poder identificar, cubrir y sobrepasar las expectativas del mercado de productos y servicios. De acuerdo con la Asociación de Agencias de Medios se mantendrán en los siguientes años diferentes actividades que se adoptaron desde inicios de pandemia como: la preferencia frente a las actividades laborales remotas, las compras on line por parte de los consumidores, el manejo de redes, la adaptación de los canales de compra digitales en las empresas de todo sector como parte de su servicio fijo, la fidelización a marcas reconocidas porque los consumidores son cada vez más exigentes, el consumo de productos que cuenten con responsabilidad social, y la confianza frente a productos que muestran calidad y seguridad (Andina 2022).

De acuerdo con la empresa IPSOS el gran desafío será el mantenerse en el mercado en función a los cambios simples o radicales de los consumidores. El crecimiento en el comercio digital a abierto una puerta agresiva a la competitividad, ya que el consumidor busca distintos canales o vías para encontrar el servicio o producto que encaje con lo que tiene en mente contratar o utilizar. El trabajo se torna mucho más exigente, ya que se busca la perfección y la multi variedad con precios económicos o por debajo de lo que se presentan en las licitaciones o cotizaciones.

Las exigencias por parte de las empresas en contar con un buen marketing, manejo correcto de marca, potenciar la propuesta de valor, afinar las estrategias de encaje, crecer en el portafolio de productos/servicios, y contar con presencia tanto virtual como presencial, apoyarán a cautivar su segmento para mantener fieles y a captar a nuevos clientes para su futura fidelización (IPSOS, 2022).

2.2.4 Tecnológico

El manejo de la tecnología en estos dos últimos años ha tomado gran protagonismo en nuestra sociedad; la pandemia ha acelerado el paso de la transformación digital, lo que ha llevado a una expansión de canales digitales, puntos de contacto, servicios y experiencias del cliente que difícilmente dejarán ir o cambiar por la metodología tradicional.

Casi un tercio (31 %) de las personas escogen la compra, negociación o trabajo en línea, esto resulta un gran reto para las empresas, ya que la transformación digital exige contar con infraestructura adecuada, capacidad instalada correcta, ambientes digitales dinámicos y una constante interacción con los consumidores. Cabe mencionar, que la investigación de Ipsos muestra que, cuando se opera en el entorno digital, la gente a veces extraña el toque humano.

Estos cambios han afectado en algún porcentaje la conveniencia, la motivación dominante detrás de la mayoría de las compras en línea, no necesariamente equivale a humanidad, la negociación entre proveedores y el cierre de proyectos carecen de este factor sensorial y que en ocasiones pierde la magia para conseguir clientes o ganar licitaciones. El ofrecer una experiencia de cliente fluida y defender el enfoque centrado en el cliente, ya no es suficiente por parte de los minoristas. De igual forma, la demanda en aplicar la omnicanalidad, impulsa a la mejor gestión de datos, manejar estadísticas que apoyen a la toma de decisiones, realizar proyecciones de la demanda/oferta aterrizadas para conseguir mejores o nuevos ingresos .

La investigación de Ipsos, nos indica que la tecnología puede impulsar el progreso, pero el cliente aún solicita experiencias cercanas mediante la presencialidad, el contacto directo entre proveedor y cliente genera relaciones estrechas, vínculos difícil de romper como también relevantes para su vida; adicionalmente, la innovación y la modernidad activa la curiosidad del cliente, la cual impulsa a su consumo y preferencia para obtener lo que está buscando (IPSOS, 2022).

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

El manejo de mercado siempre ha sido complejo y más aún en esta coyuntura cambiante y de incertidumbre; por ende, el estudio que se ha ejecutado está relacionado con el usuario directo; es decir, se toma un proceso ligado a un producto o a un servicio, el cual cuenta con un usuario que necesita algo diferente, una mejor alternativa de solución frente a su requerimiento o algo que impulse a un mejor ambiente o situación en la cual se obtenga un resultado a favor del equipo y de la empresa. Estos puntos de dolor que cuentan las empresas pueden necesitar nuevas alternativas de desarrollo desde la más simple hasta la más compleja.

Toda información obtenida del estudio de mercado, está ligada a explotarse para poder utilizarla como mecanismo u herramienta y así obtener soluciones innovadoras, que aumenten el valor de lo que se tiene, mediante diferentes pasos, de

los cuales se puede resaltar: la empatía, observación y la experimentación, tres de los cuales cubren lo básico para contar con una idea de los que se desea y de lo que se puede proponer para ofrecer al mercado.

3.1 Oferta

La oferta que ofrece el mercado, se basa en empresas que cuentan con características similares en función a los servicios que ofrecen como activar la creatividad, incentivar la investigación, la innovación y la modernidad. Estas empresas cubren las necesidades cambiantes de las personas o empresas mediante las metodologías ágiles acompañadas de herramientas tecnológicas y con estrategias ad hoc con los requerimientos de los clientes.

La postura de M&C Consulting frente a ello, presenta una estrategia viable de negocio, la cual se convierte en una propuesta de valor potente para el cliente y esto abre nuevas oportunidades para su desarrollo ya que día a día, estos son cada vez mucho más exigentes.

A continuación, se mencionarán las ofertas que se encuentran en el mercado, las cuales cuenta con puntos en común con M&C Consulting:

USIL VENTURES

Es la incubadora y aceleradora respaldada por el grupo San Ignacio de Loyola, que tiene incorporado un modelo educativo emprendedor que fomenta la innovación, tecnología y sostenibilidad con la finalidad de crear startups globales. Asimismo, ofrece los servicios de co work, comunidad de emprendedores, mentorías, difusión del emprendimiento y vinculación empresarial.

Figura 2
USIL Ventures



Nota. <https://www.usilventures.com/> .Fuente:

<https://images.app.goo.gl/GgpFqGTDTWaEE6Ay6>

CIDPUCP

El Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor (CIDE-PUCP) es la unidad de la PUCP dedicada a la promoción de la cultura emprendedora y la innovación dentro y fuera de la comunidad universitaria. El CIDE promueve la creación y el

desarrollo de empresas que generen valor haciendo uso del conocimiento como una forma de aportar al desarrollo del país.

El CIDE actúa específicamente desde que el emprendedor identifica un sueño por alcanzar mediante una actividad empresarial, y pasa por la creación de la empresa y su acompañamiento los primeros cinco años de operación, tiempo en el que las empresas se consolidan, y los emprendedores que las lanzan haciendo uso de la innovación como herramienta, las convierten en empresas de alto impacto.

Figura 3
Cide PUCP



Nota. <https://cide.pucp.edu.pe/nuestra-historia/> . Fuente:

<https://images.app.goo.gl/xTyoVSf1cgFs5G5w8>

INNOVA ESAN

Es una nueva incubadora dedicada al fortalecimiento, validación y desarrollo de modelos de negocios innovadores, sostenibles y escalables. Estos están orientados al cuidado del medio ambiente, renovación de recursos naturales, desarrollo de energía limpia, mejora de la calidad de vida de poblaciones vulnerables, tecnología, entre otros.

INNOVA ESAN brinda un staff de excelencia académica y empresarial, eventos y acceso a la red global de Erasmus, rondas de inversión, laboratorios, capacitaciones, modelamiento y validación de proyectos. Ofrecen un paquete integral de servicios para la consolidación de tus negocios, minimizando los riesgos técnicos, de mercado y financieros para el emprendedor.

Figura 4
Innova ESAN



Nota. <https://www.ue.edu.pe/incubadora-innova-esan>. Fuente:

<https://images.app.goo.gl/qS6aaKsE7fqk8oz7>

FUTURE STARTUP HERO

Se encarga de promover el emprendimiento para transformar a los países de economías emergentes en motores de cambio del mundo, convirtiéndolos, así, en los mejores lugares para generar soluciones e impactar a más de mil millones de personas.

Future Startup Hero fomenta el emprendimiento e intra emprendimiento en países emergentes, desarrolla estrategias para conocer el comportamiento y motivar emprendedores, aplica herramientas que sirven como guía para desarrollar emprendimiento y brinda la posibilidad de ser parte de los facilitadores del programa Future Startup Hero.

Figura 5
Future Startup Hero



Nota. <https://sites.google.com/e-quipu.pe/landing-fc01-sct/p%C3%A1gina-principal> .

Fuente: <https://images.app.goo.gl/HeKJt6ikN1zqx6mR8>

SWITCH LAB

Buscan poner al alcance de todos, desde nuevos emprendedores hasta empresas consolidadas, buenas prácticas y herramientas que necesitan para mantenerse vigentes en este entorno de negocios cambiante. A través de un modelo de transformación guían a sus clientes a un cambio de *mindset* orientado hacia la innovación y agilidad en su día a día.

Su propuesta de valor se basa en la premisa que la persona es primero, activa su experiencia y conocimiento en cada caso que se le presenta, aplica agilidad en procesos y trabaja de la mano con la tecnología. Los servicios de capacitación que brindan están centrados en temas de certificación Agile Coach, certificación en Design Thinking y la certificación de Agile HR.

Figura 6
Switch LAB



Nota. <https://switchlab.pe/>. Fuente:

<https://images.app.goo.gl/heUYHqyCbMVNyXHJ6>

IDEANDO

Empresa especializada en desarrollar cursos y programas de formación para empresas, los cuales permiten estandarizar los conocimientos de los participantes a través de una metodología ágil que incluye casuística real para el logro de los objetivos. Al finalizar, el participante podrá gestionar sus actividades de forma práctica, aplicando lo aprendido y utilizando la información de la organización para los ejercicios, casos y discusiones. Esto brindará a los participantes más herramientas

para seguir desarrollándose como profesionales de alto rendimiento en sus centros de labores.

Figura 7
Ideando



Nota. <http://ideandoperu.com.pe/>. Fuente:

<https://images.app.goo.gl/2qF8RemBFpSEGzEdA>

Conclusión

Se puede concluir que M&C Consulting, brinda una experiencia de usuario diferente, ya que el cliente tomará el papel de protagonista, en el sentido de generar una búsqueda por lo que realmente desea y tratar de identificar si lo que se propone sea sostenible, escalable y rentable en el tiempo, ya que en cada trabajo se desarrolla una co creación y día a día verá el cambio en su empresa.

Es importante recalcar, que no es fácil complacer a un usuario y mantenerlo contento se hace una tarea puntualmente complicada, pero si se cuenta con alternativas de solución apoyadas en metodologías ágiles, las cuales impulsan a pensar que nada está dicho de manera definitiva o escrito en piedra o que nada es imposible de lograr, el panorama se verá mucho más claro y al final lo que se necesita es conocimiento, experiencia, constancia y perseverancia para poderlo lograr.

3.2 Demanda

Analizar la demanda es un proceso necesario, complejo e indispensable para lograr identificar los dolores, gustos, preferencias, aspiraciones, miedos y comparaciones que generan los consumidores frente al producto o servicio que ofrecen las empresas al mercado. El manejo de los datos que se pueden conseguir frente al estudio de la demanda, apoyará a todo negocio a identificar si la propuesta de valor desarrollada encaja con las necesidades de los consumidores; como también, ayuda a establecer la posibilidad de participación en el mercado, sostenibilidad del producto o servicio al igual que su escalamiento.

M&C Consulting trabaja en su estudio de la demanda de manera periódica acompañado de mapas de empatía en los cuales aterriza las características de su buyer persona y así generar el encaje respectivo para activar un vínculo con el cliente y este se fidelice en un corto o mediano lapso de tiempo.

3.2.1 Objetivos de la Demanda

Este estudio de mercado cuenta con los siguientes objetivos:

- Identificar el nivel de aceptación que cuentan las empresas en relación a solicitar un servicio de consultoría y asesoría para mejorar sus procesos mediante las metodologías ágiles.

- Medir la frecuencia que cuentan las empresas frente a la contratación de una empresa de consultoría y asesoría en metodologías ágiles.
- Conocer el interés que tienen las empresas en solicitar apoyo de una empresa de consultoría y asesoría en metodologías ágiles.
- Identificar el mejor medio de comunicación para difundir la publicidad de la empresa.
- Conocer los procesos que desean mejorar las empresas mediante la contratación de una empresa de consultoría y asesoría en metodologías ágiles.

3.2.2 Fuentes de Información

Las fuentes de información que se utilizarán en este estudio se basan en datos que se pueden encontrar en la Sociedad Nacional de Industrias, el Instituto Nacional de Estadística e Informática, IPSOS, Banco Central de Reserva, páginas web y revistas digitales.

3.2.3 Metodología

La metodología utilizada para este estudio, se basa en la generación de encuestas mediante un formulario de 15 preguntas entre abiertas, cerradas y de respuestas sugeridas, las cuales se realizaron entre el 20 y 30 de junio del 2022. Las encuestas se realizaron mediante el envío un URL que lo llevará al formulario directamente para su llenado. Este URL se envió a través del correo, mensajería y whatsApp.

3.2.4 Población

Esta investigación de mercado va dirigida a las empresas del sector Industrial, Comercial y Educativo que se ubican en Lima y Callao. Estas empresas cuentan con diferentes procesos tanto simples como complejos, los cuales podrían optimizar su operación mediante las metodologías ágiles y así elevar la productividad del negocio.

3.2.5 Muestra

El muestreo será no probabilístico por conveniencia, el cual se basará en entrevistar a cinco (05) empresas del sector Industrial, diez (10) empresas del sector Comercio y cinco (05) empresas del sector educativo.

3.2.6 Formato de la Encuesta

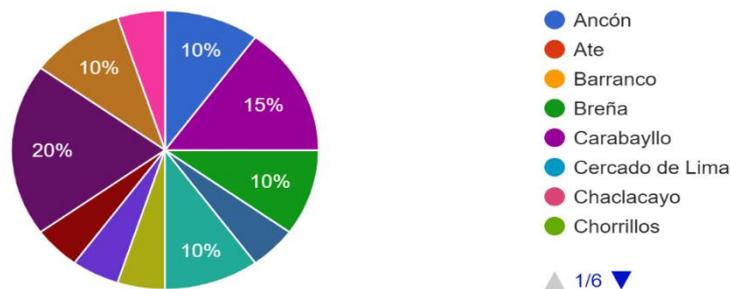
El formato de la encuesta se desarrolló en un Google form, el cual se envió mediante un URL a las empresas de los sectores antes mencionados para su llenado. Este formato nos brinda de manera fácil, contar con los resultados, ya que se generan gráficos que apoyan a una rápida interpretación. (Ver anexo 1) .

3.2.7 Interpretación de Resultados

Figura 8

Distrito al que pertenecen las empresas encuestadas

1. Señale el distrito al que pertenece
20 respuestas



Nota: Datos recogidos a través del cuestionario.

Las empresas encuestadas se encuentran relativamente cerca en función a su ubicación ya que el 20% de las empresas están situadas en el distrito de Los Olivos, el 15% en el Distrito de San Miguel y el 10% se encuentran los distritos de Miraflores, Breña, Independencia y San Juan de Lurigancho.

Figura 9

Giro de negocio de las empresas encuestadas

2. Señale el giro de negocio al cual se dedica:
20 respuestas

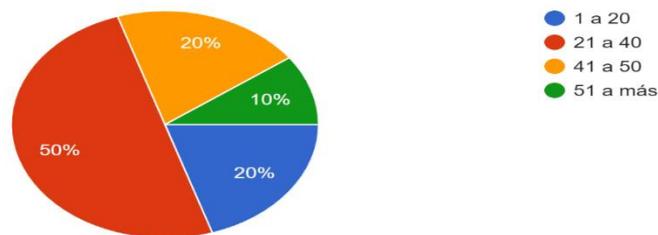


Nota: Datos recogidos a través del cuestionario.

Los sectores a los que pertenecen las empresas encuestadas son en un 50% al sector comercial y un 25% para el sector educativo e industrial respectivamente.

Figura 10
Cantidad de colaboradores de las empresas encuestadas

3. Indique la cantidad de colaboradores que cuenta su negocio:
20 respuestas



Nota: Datos recogidos a través del cuestionario.

Del total de las empresas encuestadas, diez (10) empresas cuentan entre 21 a 40 colaboradores, cuatro (04) empresas cuentan de 1 a 20 colaboradores, cuatro (04) empresas cuentan entre 41 a 50 colaboradores y solo dos (02) empresas tienen de 51 a más colaboradores.

Figura 11
Empresas que han recibido servicios de consultoría

4. ¿Alguna vez su negocio ha tenido alguna consultoría o asesoría en metodologías ágiles?
20 respuestas



Nota: Datos recogidos a través del cuestionario.

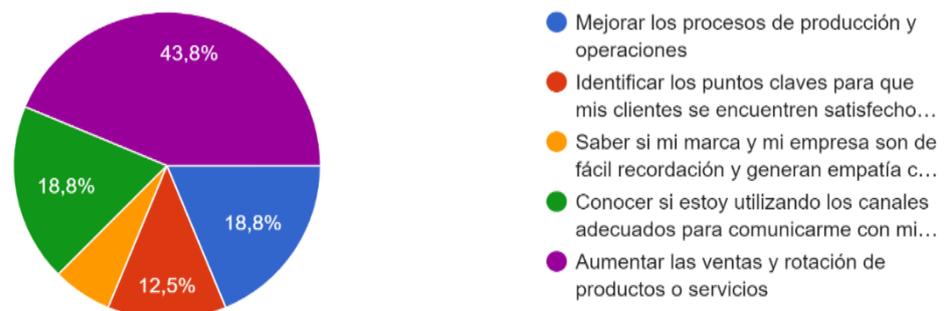
En función a las empresas encuestadas, dieciséis de ellas han tenido alguna consultoría o asesoría en metodologías ágiles y solo 4 empresas no han solicitado el servicio, es decir, el 80% de empresas encuestadas han solicitado una consultoría o asesoría en metodologías ágiles y solo un 20% de empresas no lo han generado.

Figura 12

Problemas que las empresas buscan solucionar con apoyo de una consultoría

5. Si respondió "SI". ¿Qué esperaban conocer, solucionar o ajustar realizando la consultoría o asesoría?

16 respuestas

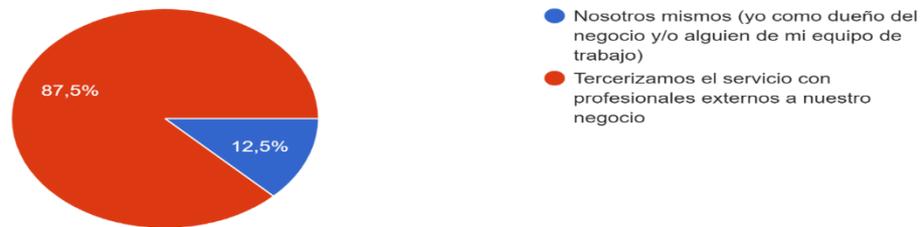


Nota: Datos recogidos a través del cuestionario.

Los servicios que solicitaron las empresas estuvieron relacionados en un 43.8% en aumentar las ventas y rotación de productos y servicios, un 18.8% en conocer si se están utilizando los canales adecuados para comunicarse con sus clientes, un 18.8% en mejorar los procesos de producción y operaciones, un 12.5% en identificar los puntos clave para que los clientes se encuentren satisfechos y un 6.3% en saber si su marca y su empresa son de fácil recordación y generan empatía con sus clientes.

Figura 13
Empresa que realizó la asesoría

6. Si respondió que "SI" ha realizado alguna consultoría o asesoría en metodologías ágiles para su negocio. ¿Quién la realizó?
16 respuestas



Nota: Datos recogidos a través del cuestionario.

Las empresas encuestadas han tercerizado el servicio de consultoría en un 87.5% y solo el 12.5% ha generado de manera interna su consultoría para mejorar sus procesos.

Figura 14
Empresas que aplicaron las recomendaciones de la consultora

7. ¿Pudo aplicar las recomendaciones que la consultoría o asesoría le brindó para las mejoras del negocio?
16 respuestas



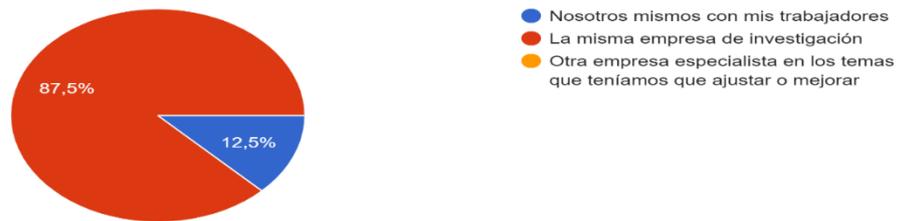
Nota: Datos recogidos a través del cuestionario.

El 100% de las empresas encuestadas lograron aplicar las recomendaciones que la consultora les brindó para mejorar sus procesos.

Figura 15

Apoyo que recibió la empresa para aplicar las recomendaciones de la empresa consultora

8. Y si respondió que "SI", ¿quién le dió el apoyo para poner en marcha las recomendaciones de la consultoría o asesoría?
16 respuestas



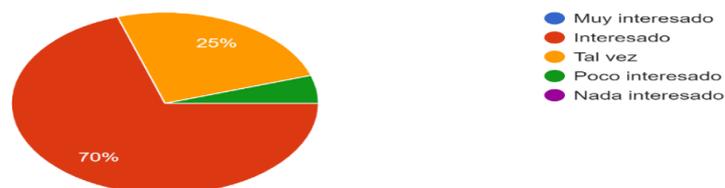
Nota: Datos recogidos a través del cuestionario.

En función a las empresas que tomaron el servicio de la consultoría en un 87.5% solicitaron el apoyo de la misma empresa consultora para poner en marcha las recomendaciones y un 12.5% lo generaron con su propio equipo de trabajo.

Figura 16

Interés de contratar una empresa de servicios de consultoría

10. ¿Estaría interesado en contratar los servicios de una empresa que brinde consultoría o asesoría en metodologías ágiles para mejorar los procesos de su negocio?
20 respuestas



Nota: Datos recogidos a través del cuestionario.

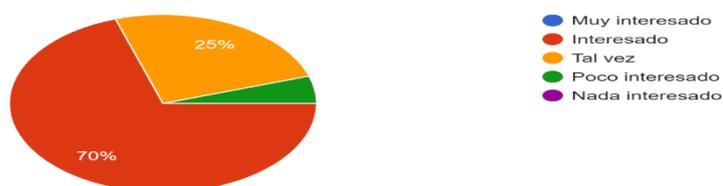
El estudio ha evidenciado que las empresas en un 70% estarían interesados en contratar los servicios de una empresa que brinde consultoría en metodologías ágiles para mejorar los procesos del negocio y en un 25% tal vez estaría interesados y solo un 5% estaría poco interesado.

Figura 17

Interés de las empresas para solicitar un servicio de consultoría

11. ¿Estaría interesado en contratar este servicio en el plazo máximo de 1 año o en el transcurso del año?

20 respuestas



Nota: Datos recogidos a través del cuestionario.

Las empresas encuestadas indican que estarían interesados en un 70% tomar el servicio en un plazo máximo de un año o en transcurso del año, en un 25% tal vez lo tomarían y solo 5% estaría poco interesado.

Figura 18

Frecuencia en el que tomarían las empresas un servicio de consultoría

12. ¿Con qué frecuencia tomaría un servicio de consultoría o asesoría en metodologías ágiles al año?

20 respuestas



Nota: Datos recogidos a través del cuestionario.

Las empresas encuestadas en un 55% tomarían el servicio dos veces al año y en un 45% lo tomarían una vez al año.

Figura 19

Preferencia de las empresas por recibir una consultoría

13. De decidir contar con los servicios de una empresa de consultoría o asesoría en metodologías ágiles. ¿Dónde preferiría tener las reuniones para poder conversar de sus necesidades como emprendimiento?

20 respuestas



Nota: Datos recogidos a través del cuestionario.

El estudio arrojó que en un 55% las empresas desean generar las reuniones vía virtual y en un 45% desean que los visiten en su negocio.

Figura 20

Medios de comunicación que prefieren las empresas para informarse sobre los servicios de consultoría

14. ¿Qué medios de comunicación prefiere para informarse sobre los servicios de consultoría o asesoría en metodologías ágiles para los negocios?

20 respuestas

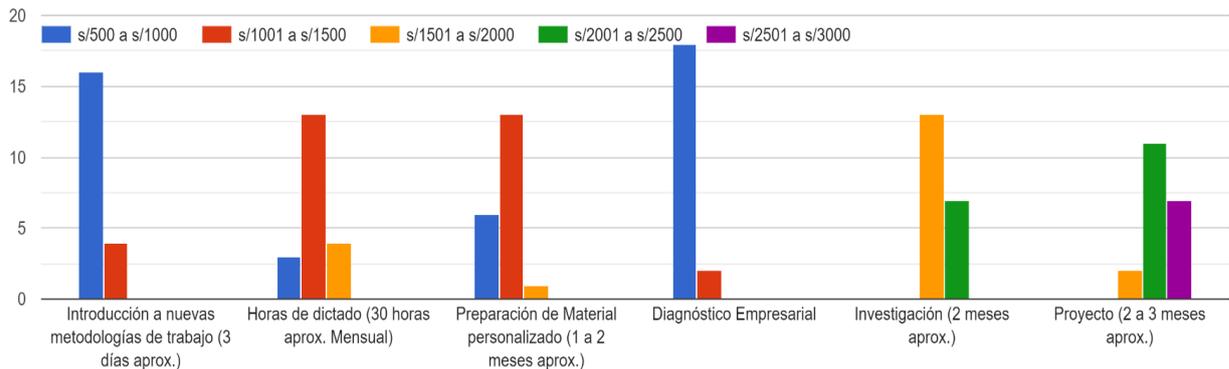


Nota: Datos recogidos a través del cuestionario.

El 100% de las empresas encuestadas desean recibir información mediante redes sociales.

Figura 21
Cuanto estaría dispuesto a pagar

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de consultoría o asesoría en metodología ágiles para los negocios?



Nota: Datos recogidos a través del cuestionario.

Las empresas indicaron que pagaría entre 500 a 1000 soles por el servicio de Introducción a nuevas metodologías de trabajo, entre 1000 a 1500 soles por el pago de horas de dictado, entre 1500 a 2000 soles por la preparación de materiales, entre 2000 a 2500 soles por un diagnóstico empresarial y de 2500 a 3000 soles por una investigación y proyectos específicos.

3.2.8 Conclusiones del Estudio de Mercado

De acuerdo con el estudio generado, en función a las respuestas brindadas por las empresas, se puede concluir lo siguiente:

- Un 80% de las empresas contratan los servicios de una empresa de consultoría y asesoría en metodologías ágiles, para lograr aumentar sus ventas y rotación de productos y servicios; como también, desean conocer si se están utilizando los canales adecuados para comunicarse con sus clientes y mejorar los procesos de producción y operaciones.
- El 100% de las empresas aplica todo lo sugerido por las empresas de consultoría para mejorar sus procesos y aumentar su productividad.
- El 87.5% de las empresas se apoyan en la empresa de consultoría para poner en marcha las recomendaciones sugeridas y que todo el equipo de la empresa esté involucrado.
- Existe un 70% de interés por parte de las empresas por mejorar sus procesos mediante consultorías, lo cual muestra que el mejoramiento continuo ha tomado fuerza y por ende optarían por hacerlo en el transcurso de un año.
- Las empresas en función a la nueva forma de hacer negociaciones, prefieren generar las reuniones de manera virtual y que la información esté al 100% en las redes sociales.
- Las empresas están dispuestas a pagar por una asesoría en introducción a las metodologías ágiles entre 500 a 1000 soles, si solicitan un programa de dictado de clases pagaría entre 1000 a 2000 soles y de igual forma pagarían ese monto por la generación de material académico relacionado con las metodologías ágiles, por un diagnóstico empresarial pagarían entre 500 a 1000 soles, por una investigación pagarían entre 1500 a 2000 y por un proyecto que duraría 2 a 3 meses en función a la solución de un problema pagarían de 2000 a 2500 soles.

CAPÍTULO IV

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

4.1 Mercado

El mercado en la actualidad exige un excelente desempeño por parte de las empresas por la situación difícil que estamos viviendo en los temas políticos, sociales y económicos. En ese sentido las empresas deben asumir retos y abordarlos de manera diferente desarrollando entornos y espacios dedicados a la construcción de nuevas experiencias para los clientes, alternativas de solución innovadoras que se diferencien de la competencia; como también, estrategias que apoyen a cumplir los objetivos, metas, procesos, sistemas o cualquier situación que se desea mantener o mejorar en relación a su cliente interno o externo.

En ese sentido, el manejo y aplicación de metodologías ágiles en las empresas, ha apoyado a micro, pequeños, medianos y grandes empresarios a poder sobrevivir y supervivir en la crisis que estamos viviendo. Estas metodologías se adecúan a cualquier sector y puede aplicarse para generar nuevos, mejorar los procesos, eliminar la duplicidad de tareas, investigar el mercado y compartir datos de manera colaborativa incentivando el trabajo en equipo, comunicación asertiva y la empatía.

4.1.1 Segmentación

La empresa M&C Consulting generó su segmentación de la siguiente manera:

- **Geográfica:** Empresas que se encuentran ubicadas en los distritos Los Olivos, Independencia, Breña, San Miguel, Pueblo Libre, Miraflores, Lince y San Juan del Lurigancho, las cuales pertenecen a los sectores industriales, comerciales y educativos.
- **Demográfica:** Las empresas cuentan con años de experiencia en sus rubros, son conocidos en su sector y tienen respaldo económico.
- **Psicográfica:** Las estrategias de trabajo que cuentan son tradicionales y desean mejorar sus procesos mediante diferentes estrategias o metodologías ágiles que apoyen a elevar su productividad, rendimiento y rentabilidad.

- **Conductual:** Muestran apertura frente a experimentar diferentes formas de trabajo en los diferentes niveles que cuentan sus colaboradores, es decir, desean mejorar en el nivel gerencial, jefaturas, coordinaciones y operaciones. Manifiestan que la agilidad en los procesos ayudará a activar el pensamiento creativo, autónomo e innovador de sus colaboradores, viendo resultados en un corto o mediano plazo.

4.2 Marketing Mix

La empresa M&C Consulting ha generado su marketing mix de la siguiente manera:

a) Producto: M&C Consulting es una empresa de consultoría y asesoría en metodologías ágiles, las cuales apoya a la transformación de las actividades para obtener diferentes alternativas de solución frente a diversas necesidades o situaciones problemáticas que presentan las empresas relacionadas con sus procesos productivos.

M&C Consulting genera agentes de cambio en las empresas, potencia las actitudes y aptitudes de los colaboradores, brindando apertura al cambio y evitar barreras en la construcción de nuevas formas de trabajo, manejo de riesgos, problemas o dudas. De la misma manera, ayudamos a las empresas a mejorar su sistema de

comunicación y trabajo en equipo, ya que pensarán y actuarán de manera colaborativa.

***Logo:** El logo está inspirado en llevar conocimiento en un maletín con colores cálidos y compatibles, los cuales serán compartidos con las empresas que deseen activar su adaptación al cambio y la mejora continua de procesos.

Figura 22
Logo



Nota. Elaboración propia.

***Slogan:** M&C Consulting decide colocar su slogan de “Sueña – aprende – crece”, ya que toda empresa siempre sueña con posicionarse en el mercado, para ello debe prepararse y mantenerse actualizado para aplicar todo lo aprendido y crecer de una manera sostenible, escalable y rentable.

b) Precio: Los precios establecidos son de acuerdo a la referencia del mercado.

Tabla 5

Precios establecidos

Servicios M&C Consulting	500 a 1000	1000 a 1500	1500 a 2000	2000 a 2500	2500 a 3000
	soles	soles	soles	soles	soles
Introducción a nueva metodologías de trabajo (03 días aproximadamente)	X				
Horas de dictado (30 horas aproximadamente mensual)	X				
Preparación de material personalizado (01 a 02 meses aproximadamente)	X	X			
Diagnóstico empresarial	X				
Investigación (02 meses aproximadamente)			X		
Proyecto (02 a 03 meses aproximadamente)				X	X

Nota. Elaboración propia

c) Plaza: Las actividades relacionadas con asesoría se generan por diferentes plataformas como zoom, meet y teams. En caso de que se solicite el trabajo presencial, la ubicación de las empresas se centra en la zona norte y este de Lima, las cuales son de fácil acceso.

d) Promoción: la promoción que genera la empresa se basa en las redes sociales tanto en LinkedIn y Facebook, armando una red de contactos las cuales generan recomendación con su entorno y son los embajadores de M&C Consulting.

CAPÍTULO V

PLAN TÉCNICO

5.1 Localización de la Empresa

La oficina fiscal de M&C Consulting está ubicada en Calle Chinchaysuyo No. 120, Urbanización Maranga, en el Distrito de San Miguel. La oficina será solo administrativa y exclusivamente para reuniones puntuales, en caso el cliente lo desee, porque el servicio de consultoría y asesoría se genera de manera virtual o en su defecto de ser presencial, se realiza en las instalaciones de los clientes.

5.2 Tamaño del Negocio

La oficina de M&C Consulting cuenta con un área de 10m², con iluminación y ambientación correcta, tiene espacio para que tres personas como máximo puedan reunirse y está implementada para la realización de reuniones de manera cómoda y segura.

5.3 Necesidades

M&C Consulting cuenta con los siguientes requerimientos tangibles e intangibles como sigue:

Tabla 6
Muebles y Enseres

Muebles y Enseres				
Item	Cantidad	Categoría	Costo Unitario	Costo Total
Parlantes	1	Muebles y Enseres	75	75
Lámpara	1	Muebles y Enseres	100	100
Silla	1	Muebles y Enseres	700	700
Escritorio	1	Muebles y Enseres	800	800
Ventilador de Piso	1	Muebles y Enseres	80	80
Cuadros	1	Muebles y Enseres	50	50
Conector de interruptor	1	Muebles y Enseres	50	50

Nota. Elaboración propia

Para la realización de la empresa, se adquirieron diferentes mobiliarios para cubrir los requerimientos necesarios para la puesta en marcha de la oficina de M&C Consulting.

Tabla 7
Equipo informático

Equipo Informático				
Item	Cantidad	Categoría	Costo Unitario	Costo Total
Computadora	1	Equipo informático	2,500.00	2,500.00
Computadora	1	Equipo informático	2,800.00	2,800.00
Equipo de cómputo (ventilador)	1	Equipo informático	100	100
Impresora	1	Equipo informático	800	800
Celular	1	Equipo informático	700	700
Audífono simple	1	Equipo informático	25	25
Audífono inalámbrico	1	Equipo informático	150	150
Disco externo	1	Equipo informático	400	400
Televisor	1	Equipo informático	1,500.00	1,500.00
Mouse	1	Equipo informático	50	50

Nota. Elaboración propia

En esta tabla se detalla los equipos informáticos que se han adquirido para realizar todas las actividades que se desarrollan en M&C Consulting y así cubrir con los requerimientos de calidad para la puesta en marcha de la empresa.

Tabla 8
Intangible

Intangible				
Item	Cantidad	Categoría	Costo Unitario	Costo Total
Certificación	1	Intangible	1000	1000

Nota. Elaboración propia

Contar con una empresa de asesoría y consultoría en metodologías ágiles, es necesario estar actualizados en los temas que demanda el mercado relacionado con

la agilidad y por ende se cuenta con la certificación de Scrum Master para validar la calidad del trabajo que se realiza.

5.4 Costos

M&C Consulting cuenta con diferentes costos indirectos, mano de obra y materiales que apoyan a la realización de las actividades de consultoría y asesoría en metodologías ágiles que brinda a sus clientes.

Tabla 9
Costos Indirectos, Mano de Obra y Materiales

Costos indirectos, mano de obra y materiales				
Item	Cantidad	Categoría	Costo unitario	Costo total
Antivirus	1	Costo indirecto	120	120
Licencia	1	Costo indirecto	1,200.00	1,200.00
Adaptadores	4	Costo indirecto	5	20
Luz		Costo indirecto	12	12
Internet		Costo indirecto	12.16	12.16
Tintas de Impresora	4	Costo indirecto	320	320
Honorarios		Mano de obra	12,300.00	12,300.00
Materiales de Oficina		Materiales	120	120

Nota. Elaboración propia

CAPÍTULO VI

PLANIFICACIÓN FINANCIERA

6.1 Inversiones

La inversión de M&C Consulting se distribuye en Inversión Tangible e Intangible y se describe en las siguientes tablas:

Tabla 10
Inversión Fija Tangible

Muebles y enseres			
Item	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Parlantes	1	75	75
Lámpara	1	100	100
Silla	1	700	700
Escritorio	1	800	800
Ventilador	1	80	80
Cuadro	1	50	50
Conector de interruptor	1	50	50
Total muebles y enseres	7	1855	1855

Nota. Elaboración propia

Tabla 11
Inversión Fija Tangible

Maquinaria y Equipo			
Item	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Computadora	1	2,500.00	2,500.00
Computadora	1	2,800.00	2,800.00
Equipo de cómputo (ventilador)	1	100	100
Impresora	1	800	800
Celular	1	700	700
Audífono simple	1	25	25
Audífono inalámbrico	1	150	150
Disco externo	1	400	400
Televisor	1	1,500.00	1,500.00
Mouse	1	50	50
Total Maquinaria y Equipo	10	9,025.00	9,025.00

Nota. Elaboración propia

Tabla 12
Inversión Fija Intangible

Intangible			
Item	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Certificación	1	1000	1000
Total Intangibles	1	1000	1000

Nota. Elaboración propia

6.2 Ingresos y Egresos

Los ingresos que percibirá M&C Consulting, se basarán en las consultorías que brindará mensualmente; teniendo como referencia que el primer año se generarán 12 consultorías, el segundo año con 13 consultorías, el tercer año con 14 consultorías, el cuarto año con 15 consultorías y el quinto año con 16 consultorías; este es un

escenario pesimista, ya que la coyuntura que se vive actualmente, impulsa a ser cauteloso con la inversión y la proyección.

Tabla 13
Proyección de ingresos

	Proyección de Ingresos				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por consultorías	6000	6825	7717.5	8682.1875	9724.05
Cantidad	12	13	14	15	16
Precios	500	525	551.25	578.8125	607.75313

Nota. Elaboración propia

Los egresos de M&C Consulting se basan en la adquisición de materiales, mano de obra, costos indirectos de producción o servicio; como también los gastos administrativos y gastos de ventas. Cabe mencionar que no se cuenta con préstamos o créditos con alguna entidad financiera.

Tabla 14
Egresos

Egresos/Gastos o Consumos	1,247.09	1,309.45	1,374.92	1,443.67	1,515.85
Costos de Producción o servicio	456.84	479.68	503.67	528.85	555.29
Materiales	12.00	12.60	13.23	13.89	14.59
Mano de obra	287.00	301.35	316.42	332.24	348.85
Costos indirectos de producción o servicio	157.84	165.73	174.02	182.72	191.86
Gastos	790.25	829.77	871.25	914.82	960.56
Gastos Administrativos	127.88	134.27	140.99	148.04	155.44
Gastos de Ventas	191.82	201.41	211.48	222.06	233.16
Gastos Financieros	0	0	0	0	0
Impuestos	470.55	494.08	518.79	544.72	571.96

Nota. Elaboración propia

6.3 Flujo de Caja

M&C Consulting cuenta con una proyección de ingresos y egresos, los cuales apoyan a poder contar con saldo a favor al terminar cada ejercicio.

Tabla 15
Flujo de Caja

ESTADO DE RESULTADOS					
	1	2	3	4	5
Ingresos/Ventas	5482.08	5756.18	6043.99	6346.19	6663.50
Ventas	5482.08	5756.18	6043.99	6346.19	6663.50
Egresos/Gastos o consumos	1247.09	1309.45	1374.92	1443.67	1515.85
Costo de producción o servicios	456.84	479.68	503.67	528.85	555.29
Materiales	12.00	12.60	13.23	13.89	14.59
Mano de obra	287.00	301.35	316.42	332.24	348.85
Costos indirectos de producción	157.84	165.73	174.02	182.72	191.86
Gastos	790.25	829.77	871.25	914.82	960.56
Gastos Administrativos	127.88	134.27	140.99	148.04	155.44
Gastos de Ventas	191.82	201.41	211.48	222.06	233.16
Gastos Financieros	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Impuestos	470.55	494.08	518.79	544.72	571.96
Saldo	4234.98	4446.73	4669.07	4902.52	5147.65

Nota. Elaboración propia

6.4 Evaluación Económica y Financiera

En función al Flujo de Caja realizado por M&C Consulting con un proyectado a 5 años y utilizando las fórmulas financieras TIR y VAN de acuerdo al siguiente cuadro podemos indicar lo siguiente:

Tabla 16
Evaluación económica y financiera

Evaluación Económica y Financiera	
VAN	17,577.69
TIR	29%

Nota. Elaboración propia

El Valor actual neto fue de S/17,577.69, es decir, el valor es positivo y por lo tanto el proyecto es rentable y viable de realizar porque la utilidad será positiva. Asimismo, el TIR cuenta con una tasa alta del 29% y por consiguiente es un proyecto de inversión realizable porque la tasa cuenta con un valor considerable para que el proyecto cuento con una gran oportunidad a tener éxito en su desarrollo y ejecución.

6.5 Estados Financieros Proyectados

M&C Consulting ha generado sus estados financieros proyectados por cinco años, contando con resultados positivos para la ejecución del proyecto de inversión.

Tabla 17
Estado de Resultados

M&C CONSULTING EIRL

RUC: 20606664398

ESTIMACIÓN DE ESTADO DE RESULTADOS



	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	5482.08	5756.18	6043.99	6346.19	6663.50
(-) Costo de ventas	-456.84	-479.68	-503.67	-528.85	-555.29
Utilidad bruta	5025.24	5276.50	5540.32	5817.34	6108.21
Gastos de ventas	-191.82	-201.41	-211.48	-222.06	-233.16
Gastos Administrativos	-127.88	-134.27	-140.99	-148.04	-155.44
Utilidad Operativa	4705.54	4940.81	5187.85	5447.25	5719.61
Gasto Financiero	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Otros					
Utilidad antes de impuesto o par	4705.54	4940.81	5187.85	5447.25	5719.61
Impuesto a la renta MYPE					
15 UIT 10%	-470.55	-494.08	-518.79	-544.72	-571.96
Utilidad neta	4234.98	4446.73	4669.07	4902.52	5147.65

Nota. Elaboración propia

Tabla 18
Estado de Situación Financiera

M&C CONSULTING EIRL

RUC: 20606664398

Estimación de estado de situación financiera



ACTIVO

ACTIVO CORRIENTE					
Capital de trabajo	4234.983468	4446.732642	4669.069274	4902.522738	5147.648875

ACTIVO NO CORRIENTE					
Activo Fijo	11880.00	11880.00	11880.00	11880.00	11880.00
Depreciacion	-67.85	-67.85	-67.85	-67.85	-67.85
TOTAL ACTIVO	16047.13	16258.88	16481.22	16714.67	16959.80

PASIVO

PASIVO CORRIENTE					
Impuesto	470.55	494.08	518.79	544.72	571.96

PASIVO NO CORRIENTE					

TOTAL PASIVO	470.55	494.08	518.79	544.72	571.96
---------------------	--------	--------	--------	--------	--------

Patrimonio

Capital	11341.59	11318.07	11293.36	11267.42	11240.19
Resultados	4234.98	4446.73	4669.07	4902.52	5147.65
Total Patrimonio	15576.57	15764.80	15962.43	16169.94	16387.83

Pasivo + Patrimonio	16047.13	16258.88	16481.22	16714.67	16959.80
----------------------------	----------	----------	----------	----------	----------

Nota. Elaboración propia

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

De acuerdo a los objetivos que se plantea este plan de negocios para la reactivación de M&C Consulting, se llegaron a las siguientes conclusiones:

- Se formularon y se desarrollaron todas las herramientas estratégicas para M&C Consulting y se llegó a la conclusión a partir del análisis FODA y CANVAS, que la empresa cuenta con todas las condiciones, metodologías, estrategias ágiles para poder desarrollar sus actividades en un mercado competitivo.

- En función al estudio del microentorno y macroentorno, se puede concluir que el mercado solicita un cambio en formas de trabajo, en optimización de recursos, en optar por la responsabilidad social, en manejar metodologías ágiles en todos los campos para ahorrar tiempo, dinero y recurso, lo cual es beneficioso para M&C Consulting ya que cuenta con todas las herramientas necesarias para brindar a las empresas y así forjarse un futuro prometedor.
- De acuerdo al estudio de mercado, existen empresas que brindan servicios de asesoría y capacitación en metodologías ágiles, pero M&C Consulting, brinda una experiencia de usuario diferente, ya que el cliente tomará el papel de protagonista, en el sentido de generar una búsqueda por lo que realmente desea y tratar de identificar si lo que se propone sea sostenible, escalable y rentable en el tiempo, ya que en cada trabajo se desarrolla una co creación y día a día verá el cambio en su empresa, a diferencia de la competencia que maneja el servicio de manera tradicional sin contar con un tema de seguimiento de resultados ligado a la empresa.
- La reactivación de M&C Consulting es comercialmente viable, ya que la información obtenida del mercado, la segmentación y el marketing mix, nos brindan oportunidades de activación y desarrollo en este mundo de las metodologías ágiles aplicadas a las empresas, ya que con ello podrán construir nuevas experiencias, crear soluciones innovadoras para sus procesos y cumplir con sus objetivos administrativos, comerciales y operativos de mejor manera.

- Se puede evidenciar que la reactivación de M&C Consulting es viable de realizar ya que existen diferentes condiciones favorables que ayudan a ello, es decir, cubre sus necesidades básicas y futuras para poder crecer, porque cuenta con tecnología, oficina virtual, socios estratégicos, conocimiento del mercado que cubren los estándares de calidad exigidos por el mismo.
- Las proyecciones relacionadas con la evaluación económica y financiera, indican que el VAN es positivo y por lo tanto el proyecto es rentable y viable de realizar porque la utilidad será positiva. Asimismo, el TIR cuenta con una tasa alta del 29% y por consiguiente es un proyecto de inversión realizable porque la tasa cuenta con un valor considerable para que el proyecto cuente con una gran oportunidad a tener éxito en su desarrollo y ejecución.

7.2 Recomendaciones

De acuerdo a lo desarrollado en las conclusiones en función a la reactivación de M&C Consulting, se puede recomendar lo siguiente:

- En relación con el análisis FODA y CANVAS, se recomienda fortalecer los vínculos con los socios estratégicos para poder activar una mejor alianza con ellos y así estar preparados para cualquier cambio del mercado, ya que se podrá contar con distintas herramientas y metodologías ágiles para cubrir la demanda exigente y existente.

- M&C Consulting deberá mostrar un portafolio de productos ad hoc con las exigencias del mercado para lograr ser competitivo, fortalecer su propuesta de valor y cumplirla al 100% y así conseguir la fidelidad de los clientes como también su recomendación, los productos y servicios que brinden deberán activar la atención, interés, deseo y acción de sus clientes y así obtener los resultados que desee.
- La actualización tanto en herramientas tecnológicas, certificaciones ágiles, metodologías innovadoras, son piezas fundamentales para que M&C Consulting mantenga un lugar en el mercado de consultorías y asesorías, por ende, esto se debe de darse en forma gradual y publicado en sus redes para que de esa manera, las empresas puedan observar sus logros y activar la confianza, como también solicitar sus servicios.
- El manejo del marketing mix no es estático, siempre está en una constante mejora continua y adaptación al cambio en relación a los productos que se brindan como también el personal que lo ejecuta; en ese sentido, M&C Consulting, deberá estar a la par con las tendencias, alcances que solicita y exige el mercado en sus diferentes sectores y así encajar con las necesidades del mismo.
- En función a la calidad del producto y servicio, M&C Consulting deberá mantener los estándares de calidad siempre en el mismo nivel, el grado de exigencia por parte de las empresas que atiende es alto, por ende, debe contar con los equipos y los medios modernos para conectar, desarrollar y experimentar nuevas

experiencias con sus clientes que los hagan sentir que M&C Consulting se preocupa por ellos y se reinventan para poderles brindar un mejor servicio.

- Las proyecciones económicas y financieras son favorables, pero para que este punto se mantenga, deberá afianzar los vínculos con sus socios estratégicos, buscar mayores productos atractivos para sus clientes, actualización continua y conseguir mayores proyectos para obtener los ingresos necesarios para su mantenimiento y crecimiento como empresa consultora y asesora en metodologías ágiles.

