



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

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO  
ESPECIALIZADO DE PAGOS EN EL DISTRITO AYNA SAN  
FRANCISCO AYACUCHO 2022”**

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

**PRESENTADO POR**

Bach. CAMPOS HUARANCCA, SALOMON  
<https://orcid.org/0000-0002-5807-848X>

**ASESOR**

Dr. CASTILLO PALACIOS, FREDDY WILLIAM  
<https://orcid.org/0000-0001-5815-6559>

**LIMA – PERÚ  
2022**

## **CAPITULO I**

### **PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO**

#### **1.1. Formulación de idea de negocio**

En la actualidad existen diversos sistemas de pagos entre los cuales tenemos: Sistemas bancarios de pagos que en definitiva son servicios que medio bancario realiza en referencia a los nombres de las entidades bancarias, siendo la fortaleza de dicho sistema los mecanismos de seguridad en las transacciones, en segundo lugar tenemos los pagos por intermedio de los agentes que es un innovador canal de atención implementada con la finalidad de satisfacer las necesidades de los usuarios en el ámbito de servicios de pagos en el sistema

bancario, ya que para la población no existe un centro de pagos cercano a sus hogares, en tercer lugar tenemos los pagos ONLINE, que no tienen gran acogida por los usuarios, debido a la desconfianza que genera este medio de servicio, ya que existe páginas clonadas en lo cual el usuario puede ser estafado. Finalmente, se encuentran los centros financieros especializado de pagos que son entidades privadas que tienen la facilidad de brindar diversas transacciones por medio de agentes y cajeros automáticos corresponsales de entidades bancarias en lugares que no cuentan con este medio por factores económico o geográficos, estos centros de pagos funcionan como agentes o intermediarios financieros respaldados por las empresas bancarias, además de que los usuarios dispongan de la confianza de realizar diversas operaciones en dichos intermediarios, cumpliendo con todas las medidas de seguridad y calidad de servicio para una respectiva atención fluida en las operaciones. (Monje y Velez, 2016)

Ayna San Francisco, es un distrito de Ayacucho que solo abarca 265,73 Km<sup>2</sup> y cuenta con 10,196 habitantes. Solo se cuenta con una agencia del banco de la nación y no hay ninguna otra agencia bancaria, por ello para que la población realice sus operaciones se han establecido en la localidad algunos agentes de bancos, sin embargo no abastecen la demanda por dichos servicios, por ello el objetivo del presente plan de negocios es analizar la implementación de un centro especializado de pagos en el mismo, el cual cuente con por lo menos dos agentes bancarios, un agente de cobro de diversos servicios públicos y como valor agregado se contará con el servicio de banca por internet en el cual

los clientes podrán realizar todo tipo de operaciones de cualquier institución financiera, en la cual tendrán el soporte de una persona de que realice dichas transacciones garantizando la efectividad y seguridad de la misma.

## **1.2. Descripción de la empresa**

Weinberger, (2009) estableció que la descripción de la empresa es un factor importante ya que será la base del plan de negocio con el fin de que este tenga éxito.

La Razón social de la empresa es “Redstar negocios & comunicaciones SAC” y operará como centro de pagos en la localidad Ayna San Francisco.

El servicio que brindará la empresa será en realizar pagos a diferentes entidades bancarias con una modalidad de banca por internet, banca móvil y tarjetas mediante POS y IZIPAY y algunos servicios que complementan la satisfacción de cliente.

## **1.3. Perfil de la empresa**

El centro de pagos “Redstar negocios & comunicaciones SAC” como razón social N.º RUC 20495082416 inscrita como REMYPE, además contiene personería jurídica bajo la modalidad de sociedad Anónima Cerrada (SAC) y está constituida por escritura pública. La empresa estará ubicada en el departamento Ayacucho, Provincia La Mar y en el distrito de Ayna San Francisco.

#### **1.4. Misión**

Somos una empresa que opera como centro especializado de pagos de empresas prestadoras de servicios, agente bancario y operador de banca por internet, caracterizándonos por brindar un servicio de calidad a los usuarios y garantizando seguridad en las operaciones realizadas por los mismos.

#### **1.5. Visión**

Al 2027 seremos el primer centro de pagos del distrito Ayna San Francisco al contar como agente bancario de diversas entidades bancarias, posicionándonos además en otros distritos de Ayacucho.

#### **1.6. Valores**

- Respeto: El respeto prima en la empresa Redstar Negocios & Comunicaciones SAC, tanto en los clientes y el personal, además de ello se incentiva a tener un buen clima laboral, para que el negocio fluya y crezca.
- Honestidad: Una de las políticas del negocio Redstar Negocios & Comunicaciones SAC es la honestidad tanto con el personal y los clientes, ya que es un negocio muy delicado por el manejo de dinero, además las comisiones que se cobra por los servicios de pagos son accesibles.

- Puntualidad: La puntualidad es un factor primordial en el negocio Redstar Negocios & Comunicaciones SAC, esto permite a los clientes realizar pagos a bancos en un horario accesible que va desde el lunes a sábado desde las 9:00am hasta las 6:00pm.
- Lealtad: Ser leal significa estar comprometido, y en la empresa Redstar Negocios & Comunicaciones SAC, están comprometidos en brindar servicios de calidad hacia a los clientes, fidelizando y garantizando el servicio que se brinda.
- Trabajo en equipo: El trabajo en equipo es primordial para que la empresa Redstar Negocios & Comunicaciones SAC, ya que permite la efectividad del negocio dando mejores resultados, además de ello se genera más confianza entre los miembros de la empresa generando un buen clima laboral.

## 1.7. El Servicio

La empresa “Redstar negocios & comunicaciones SAC, será Centro especializado de pagos que contará con dos agentes bancarios, pago de servicios y de banca por internet, para los pobladores de Ayna San Francisco, garantizando un servicio de calidad, operaciones efectivas y seguras.

**Figura 1**

*Servicio*



*Nota. Google Fotos*

## 1.8. Matriz FODA

Villagómez, et. Al. (2014), determinó que el análisis FODA permite extraer datos relevantes de la situación interna y externa de la empresa con la finalidad de implantar estrategias para hacer frente a los retos del mercado, obteniendo con ello el éxito de la misma.

**Tabla 1**

*Matriz de estrategias FODA*

<b>FORTALEZAS (F)</b>		<b>DEBILIDADES (D)</b>
1. Conocimiento y experiencia en el rubro.	2. Contratos exclusivos con entidades financieras y empresas prestadoras de servicios.	1. Constante rotación de personal. 2. No se cuenta con suficiente capital.
3. Sistema interconectado de gestión de pagos.		
<b>OPORTUNIDADES (O)</b>	<b>FO</b>	<b>DO</b>
1. Falta de presencia de instituciones financieras y de recaudación.	Firmas nuevos contratos con instituciones financieras a fin de diversificar los servicios de agentes.	Ofrecer beneficios a los colaboradores a fin de disminuir la rotación.
2. Crecimiento urbanístico y poblacional.		
3. Poca competencia de negocios no especializados en el rubro.	Apertura de nuevos locales en otros lugares del distrito	Diversificar el negocio a fin de generar mayores ingresos
<b>AMENAZAS (A)</b>	<b>FA</b>	<b>DO</b>
1. Ingreso de nuevos competidores.	Ofrecer menores comisiones por los servicios a fin de aumentar la clientela	Implementar campañas publicitarias de bajo costo, a fin de dar a conocer los servicios ofrecidos
2. Inseguridad ciudadana.		
3. Migración de clientes a otros medios de pago.		

*Nota.* Elaboración Propia



### **1.9. Objetivos estratégicos generales**

- Incrementar los ingresos en un 10% con respecto al año anterior,
- Incrementar la magnitud de transacciones mensuales para mantener el posicionamiento en el mercado.
- Ampliar la base de datos de clientes potenciales para las campañas de fidelización.
- Ampliar la cartera de clientes-proveedores de servicios,
- Incrementar las alianzas con más socios estratégicos.

### **1.10. Modelo Canvas**

El modelo de negocio Canvas es una herramienta de gestión estratégica diseñada por Alexander Osterwalder, que permite examinar y crear ideas de negocio de forma intuitiva y dinámica. Gracias a su formato de lienzo, esquematizado en 9 bloques, el modelo Canvas brinda un panorama holístico y simplificado de la empresa.

**Tabla 2**

*Lienzo Canvas*

<b>ASOCIACIONES CLAVE</b>	<b>ACTIVIDADES CLAVE</b>	<b>PROPUESTA DE VALOR</b>	<b>RELACIÓN CON CLIENTES</b>	<b>SEGMENTO DE CLIENTES</b>
Empresas prestadoras de servicios.  Instituciones Financieras.	Calidad en la atención de los clientes	Atención personalizada para realizar operaciones de banca por internet, banca móvil y POS para todas las entidades bancarias.	- Interacción con los usuarios por medio de las redes sociales y otros medios de comunicación.	Pobladores de entre 18 y 55 años.
	<p align="center"><b>RECURSOS CLAVE</b></p> Personal calificado  Redes sociales del negocio		<p align="center"><b>CANALES</b></p> - Redes sociales  - Publicidad tradicional	
<p><b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b></p> Costos Fijos: - Alquiler de Local - Sueldos de personal Costos Variables: - Pago de servicios - Pago de crédito bancario			<p><b>FUENTES DE INGRESO</b></p> - Comisiones por los servicios brindados	

*Nota.* Elaboración propia

## **CAPITULO II**

### **DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO**

#### **2.1. Análisis del Microentorno**

##### **2.1.1. Clientes**

Referente al análisis microentorno de los clientes, se estableció que nuestros clientes potenciales serán los moradores del distrito de Ayna San Francisco que oscila entre las edades de 18 y 55 años de edad.

### **2.1.2. Competidores**

Respecto a la rivalidad competitiva tenemos a los siguientes:

- Agente Multipagos Mavidi
- Agente Multipagos Perú:
- Agente Thalia:
- Agente Sicha servicios & telecomunicaciones.
- Agente mundo Novedades todo en un solo lugar

### **2.1.3. Proveedores**

Se consideran los siguientes proveedores:

- Instituciones financieras (Bancos)
- Empresas de telefonía (Claro)
- Empresas proveedoras de recursos tecnológicas

### **2.1.4. Intermediarios**

El negocio no cuenta con intermediarios, ya que el servicio se brinda directamente a los usuarios finales.

### **2.1.5. Productos Sustitutos**

En el distrito de Ayna San Francisco solo se cuenta con dos oficinas del Banco De la Nación. Sin embargo, en esta institución no se pueden realizar todo tipo de operaciones ya que no es un banco comercial, por ello se afirma que no existen sustitutos directos para este tipo de negocio.

## **2.2. Análisis del Macro entorno**

### **2.2.1. Factor Político**

Perú es un país caracterizado por constantemente vivir con turbulencias políticas y sociales, Martin Vizcarra fue destituido a partir del año 2020 con la aprobación de moción de vacancia por la inmutable incapacidad moral, el efímero gobierno de Manuel Merino y el flojo gobierno interino de Francisco Sagasti obligaron a los inversionistas y a las empresas corporativas a analizar el riesgo país de Perú en el corto plazo. (Urrutia, 2021).

Frente a todos el desastroso Panorama político peruano, Pedro Castillo asumió la presidencia en Julio del 2021, más allá de las críticas, las discrepancias entre los miembros del ejecutivo, el aprovechamiento de la lengua Quechua para brindar mensajes poco eco amigables a los medios de comunicación, el nombramiento de los ministerios a razón de beneficio propio y el poco conocimiento del mando al país hacia un futuro incierto, han creado un ambiente incierto para la inversión privada de las grandes corporaciones (Parodi, 2021).

En la actualidad al mirar noticias en Perú se encontrarán malabaristas, acompañados de silbatos y tambores de hierro, anunciando sus inventos para resolver crisis políticas: jueces destituyendo a un presidente en funciones, reduciendo el número de votos para destituirlo, sin segunda vuelta entre dos candidatos, pero entre tres, etc. Algunas fórmulas llevan su tiempo, como la "negación real de confianza" en el gobierno o el fraude electoral en las urnas.

En las democracias tradicionales, los políticos y sus grupos tendrían que asumir los costos de sus decisiones, pero esta es la tierra de los irresponsables. Asimismo, efectivos colaboradores de la Fiscalía han hecho acusaciones muy

graves sobre la participación del presidente en otorgar cargos a personas de baja calidad y sus relaciones, así como aceptar transferencias de dinero. (Castro, 2022).

Ante esta situación se pedía a gritos la vacancia del presidente. Es una figura hasta ahora esquiva, la misma demanda que la evacuación de Castillo, pero es la única manera de dar paso a un nuevo período reconfigurando el poder político. Por supuesto, hay miembros del Congreso que se oponen porque creen que se han ganado el derecho a ser elegidos. Sin embargo, después de todo lo sucedido, el surgimiento de nuevas ideologías debe primar ante el interés de todos los involucrados en la soberanía nacional (Castro, 2022).

Lo mencionado anteriormente muestra claramente que el Perú está lejos de ser reconocido como un país políticamente estable, ya que la corrupción es el común denominador de todos los gobiernos de las últimas 3 décadas.

### **2.2.2. Factor Económico**

Al inicio del segundo periodo de la pandemia de COVID-19, la perspectiva epidemiológica mundial se ha visto afectado por el surgimiento de nuevas variantes del virus, lo que ha contribuido a mutaciones cíclicas la gran cantidad de contagios y fallecidos en los países que no establecieron restricciones antes de tiempo. Sin embargo, Asia, Europa y varios países de Oriente Medio han comenzado a vacunar contra la enfermedad, empezando por los más vulnerables y expuestos.

Infectados como trabajadores médicos y de primeros auxilios, policías, etc. Así, en 2021, las economías se suman a programas masivos de inmunización mientras flexibilizan o levantan medidas sanitarias como el impedimento de

ejecución de actividades en determinados sectores de la economía, cuarentenas, medidas empresariales, toques de queda, etc. (BCRP; 2021).

La reanudación de las economías y el cumplimiento de vacunación, combinado con estímulos fiscales y monetarios, conllevó a la reapertura de las actividades primordiales de ciertos sectores económicos de forma global de 6,0% en 2021, superando la diferencia del descenso de 3,1% sucedido en 2020. Sin embargo, este progreso ha sido desigual y limitado por los persistentes desafíos del suministro global en 2020, como costos de flete más altos y dificultades en la cadena de suministro, así como la aparición de nuevos shocks, como precios elevados del fluido eléctrico y los alimentos. Asimismo, de los medios de transporte, a consecuencia del aumento de los precios en el combustible, que en efecto vulnera directamente a la distribución de los alimentos de la canasta básica familiar que cada vez son escasos, todo ello refleja mayores presiones inflacionarias globales, lo que llevó a la supremacía monetaria mundial a revisar las medidas de estímulo ofrecidas en la segunda mitad del año debido a la crisis. (BCRP ; 2021).

La actividad económica al interior del país refleja un crecimiento económico al superar los drásticos resultados de la crisis del COVID-19, este incremento fue del 13,3% referente al 2020 y de 0.9% correspondiente al 2019. Estas acciones se llevaron a cabo, debido al cumplimiento de las vacunas en mayoría de la población, dado que se flexibilizó las restricciones sanitarias en diversos sectores económicos, los cuales permitieron la reanudación de actividades primarias y el por el estímulo de políticas monetarias y fiscales expansivas. El crecimiento paulatino de la economía tuvo dos panoramas diferentes en el 2021: en los primeros seis meses, el PBI tuvo un alza de 20,8% por los factores ya

mencionados, en tanto que, los seis meses restantes, la tasa de crecimiento fue de 7,1%. Esto último aspecto radica por la desconfianza de los agentes económicos sobre el futuro incierto de la economía asociado a la incertidumbre política que cada vez se va agravando, lo cual es una perspectiva poco propicia para las inversionistas privadas. (BCRP;2021).

### **2.2.3. Factor Social**

El Perú por muchos años mostró un aparente crecimiento sostenido, sin embargo, en base la crisis sanitaria ha perfilado desigualdades sociales, dado que los resultados económicos no mostraron homogeneidad, situación que releva en ser el país con más muertes, se estima que hay alrededor de 190,000 muertos a consecuencia del virus, cifras que indican que es la mayor crisis de toda la historia republicana.

Al respecto, se considera que el país gozó por muchos años de una estabilidad sostenible económicamente, en lo cual fue denominado como el milagro peruano en diversos escenarios internacionales, aunque, los resultados no se reflejaron en el desarrollo económico – social, razón por la cual fue un complejo sostener la economía del país en los indicadores de salud, educación, pobreza y empleo primordialmente. (Ganoza y Stiglich, 2015).



#### **2.2.4. Factor Tecnológico**

El factor tecnológico es primordial para el cumplimiento de las metas empresariales y hacer un análisis exhaustivo de los mismos, puesto que facilita los recursos principales para la innovación, según el Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (CONCYTEC), el Perú dispone con un plan nacional estratégico de ciencia, tecnología e innovación para la competitividad y el desarrollo de la industria e humana 2006 – 2021, en el que sostiene que la innovación fortalece la calidad en los procesos productivos de los bienes y servicios, en definitiva la calidad de vida de las personas (2006). Asimismo, la tecnología es estrechamente relacionada con el avance del internet, de cierta forma existen empresas que disponen de internet de fibra óptica, que permite una estabilidad y eficaz conectividad, sin embargo, el internet es un recurso limitado que no todos tienen la capacidad de disponer de ello, de hecho, existen zonas que aún no se han implementado, por lo que están confinados a todo acceso de información.

#### **2.2.5. Factor Ecológico**

Cada vez más, las empresas dan importancia a establecer una cultura de reciclaje en sus actividades, ya que permite reutilizar los materiales, sin perjudicar al medio ambiente o causar daños en la salud de las personas, asimismo es preciso señalar que el cuidado el medio ambiente es muy delicado, debido a que son las mismas que permitirán realizar las actividades.

## **CAPITULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. Oferta**

Para determinar la oferta debemos considerar que dado que existen 5 centros de pago en la localidad que atiende de 9:00 am a 6: 00 pm (No se considera la hora de refrigerio) y que solo cuentan con una persona para atender y que durante una hora se pueden realizar un promedio de 7 atenciones entonces en las 8 horas de atención por día cada centro realizaría 56 atenciones diarias.

Por consiguiente, para calcular la capacidad máxima de atención de los competidores, se multiplica el número de atenciones por 6 días a la semana y esto por 52 semana al año., teniendo entonces que la capacidad de atención anual es de 87,360 personas.

**Tabla 3***Oferta del servicio*

<b>Centros de pagos de la localidad</b>	<b>Capacidad de atención diaria</b>	<b>Días de atención por semana</b>	<b>Oferta anual</b>
Agente Multipagos Mavidi	56	6	17472
Agente Multipagos Perú:	56	6	17472
Agente Thalia:	56	6	17472
Agente Sicha servicios & telecomunicaciones.	56	6	17472
Agente mundo Novedades todo en un solo lugar	56	6	17472
<b>Total</b>	<b>280</b>		<b>87360</b>

*Nota.* Elaboración propia

**3.2. Demanda**

Rodríguez (2018), indicó como demanda la cantidad de producción de bienes, en lo que debe indicar si son productos finales o en proceso para el respectivo consumo, pero ante todo debe haber productos en Stock y un servicio óptimo, para que el usuario no se pierda, ya que la finalidad es satisfacer la necesidad del público objetivo.

Para determinar la demanda se toma en cuenta en primera instancia la población objetivo.

La población objetivo son los moradores del distrito de Ayna San Francisco entre 18 a 55 años (esto representa el 51.15% del total poblacional) la cual asciende a 10,194 personas según datos obtenidos de CPI y el INEI.

#### **Tabla 4**

##### *Población objetivo*

<b>Población de referencia año 2022</b>		
Ayna San Francisco		<b>10,194</b>
<b>Demanda potencial</b>		
Edades 18 - 55 años	51.15%	<b>5,214</b>

*Nota.* CPI, INEI

#### **Tabla 5**

##### *Población proyectada*

<b>POBLACIÓN PROYECTADA DE AYNA SAN FRANCISCO</b>	
<b>2023</b>	5.266
<b>2024</b>	5.319
<b>2025</b>	5.372
<b>2026</b>	5.426
<b>2027</b>	5.480

*Nota.* Elaboración Propia

Para el análisis de la demanda proyectada se toma en cuenta una tasa de crecimiento poblacional del 1%.

Para establecer la demanda proyectada, se considera la población proyectada por el promedio de transacciones al mes y luego se multiplica por los meses del año.

**Tabla 6***Determinación de la demanda*

<b>AÑOS</b>	<b>Población</b>	<b>Utilización del servicio por persona al mes</b>	<b>Total Demanda Annual</b>
<b>2023</b>	5.266	4	252.786
<b>2024</b>	5.319	4	255.314
<b>2025</b>	5.372	4	257.867
<b>2026</b>	5.426	4	260.446
<b>2027</b>	5.480	4	263.050

*Nota.* Elaboración Propia**Tabla 7***Balance Demanda – Oferta*

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
<b>2023</b>	252.786	87.360	165.426
<b>2024</b>	255.314	87.360	167.954
<b>2025</b>	257.867	87.360	170.507
<b>2026</b>	260.446	87.360	173.086
<b>2027</b>	263.050	87.360	175.690

*Nota.* Elaboración propia**Tabla 8***Demanda a atender*

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>DEMANDA A ATENDER</b>
<b>2023</b>	165.426	62.050
<b>2024</b>	167.954	62.050
<b>2025</b>	170.507	62.050
<b>2026</b>	173.086	62.050
<b>2027</b>	175.690	62.050

*Nota.* Fuente Elaboración Propia

El negocio pretende atender entre el 35% y 38% de la demanda insatisfecha ya que está directamente relacionada a su capacidad de atención, tomando en consideración que se van a contratar dos personas para brindar el servicio.

### 3.2.1. Determinación del tamaño de la muestra

Para hallar el tamaño de muestra tenemos que tener en cuenta que la muestra debe ser representativo y confiable de acuerdo al estudio de mercado, para ello se desarrolló un cuestionario, en la que se aplicó la fórmula de muestra de una población finita:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times N - 1 + Z^2 \times p \times q}$$

En donde:

Z = Nivel de confianza = 95 % de confianza = 1.96

P = 90% de Probabilidad de aceptación

Q = 10% de Probabilidad de rechazo

E = Error muestra desde 0.05

N = 5,214 (Población en estudio)

$$n = 135$$

Por consiguiente, se puso en marcha el cuestionario, por lo que participaron 135 personas, habitantes del distrito de Ayna San Francisco, obteniendo los siguientes resultados.

## Figura 2

### Primer ítem del cuestionario

¿Ud realiza operaciones bancarias?



---

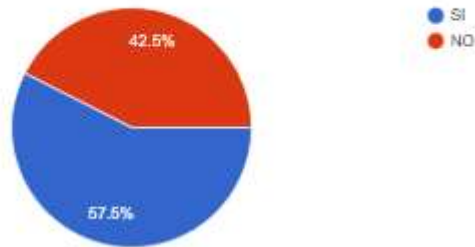
Nota. Encuesta a pobladores

**Interpretación:** La figura 2 muestra que el 98,1% de los encuestados manifiesta que realiza operaciones bancarias, lo cual muestra que existe un gran mercado potencial para brindar el servicio.

### Figura 3

#### Segundo ítem del cuestionario

¿Ud cuenta con apps de bancos en su dispositivo móvil?



*Nota.* Encuesta a pobladores

**Interpretación:** La figura 3 muestra que el 42,5% de los encuestados manifiesta que no cuenta con apps de bancos en su dispositivo móvil, esto corrobora lo explicado anteriormente que existe un mercado potencial para brindar el servicio.



## Figura 4

### Tercer ítem del cuestionario

¿Ud utiliza los servicios de agentes y centros de pago de su localidad?



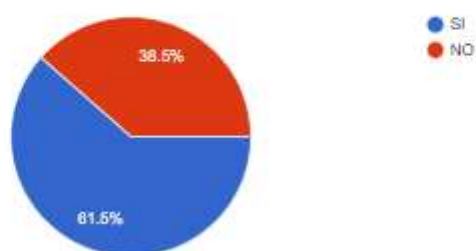
Nota. Encuesta a pobladores

**Interpretación:** La figura 4 muestra que el 96,3% de los encuestados manifestó que utiliza los servicios de agentes y centros de pagos, ello implica que los pobladores de la comunidad utilizan cotidianamente este tipo de servicios.

## Figura 5.

### Cuarto ítem del cuestionario

Los centros de pago que existen en su localidad ¿satisfacen todas sus expectativas y en ellos se pueden realizar todas las operaciones que Ud. requiere?



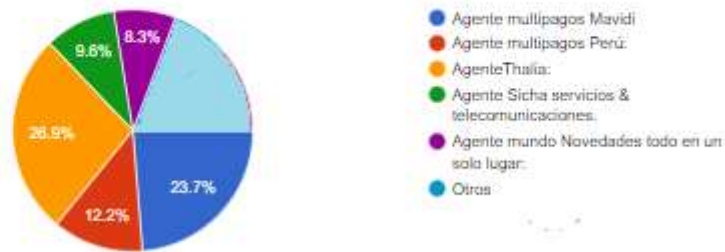
Nota. Encuesta a pobladores

**Interpretación:** La figura 5 muestra que el 61,5% de los centros de pago satisfacen sus expectativas, pero el 38,5% manifiesta que no lo hacen por ello se puede decir que existe un nicho de mercado que puede ser atendido por Redstard Negocios & Comunicaciones SAC.

## Figura 6

### Quinto ítem del cuestionario

¿A que centro de pagos agente bancario acude regularmente?



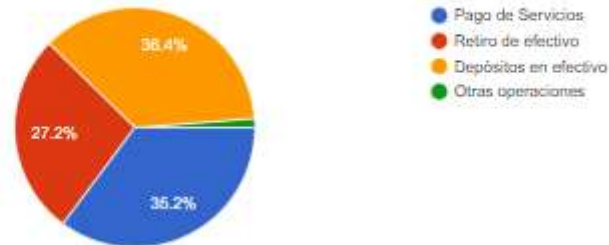
Nota. Encuesta a pobladores

**Interpretación:** La figura 6 muestra que el agente bancario que tiene mayor clientela es el agente Thalia ya que el 26,9% de los encuestados manifiestan que acuden regularmente a dicho negocio, el 23,7% acude a agente Multipagos Mavidi, el 12,2% acude a Agente Multipagos Perú, el 9,6% prefiere el agente Sicha Servicios & Comunicaciones, y el 8,3% prefiere nuevo mundo.

## Figura 7

### Sexto ítem del cuestionario

¿Qué tipo de operaciones realiza regularmente cuando acude a un centro de pagos?



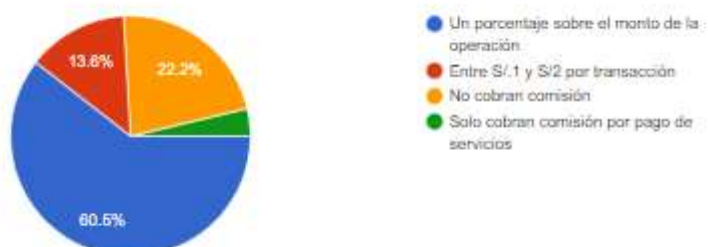
*Nota.* Encuesta a pobladores

**Interpretación:** La figura 7 muestra que el 36,4% de los encuestados realiza depósitos, el 27,2% realiza retiros, el 35,2% realiza pago de servicios y la diferencia realiza otro tipo de operaciones lo cual será considerado como operaciones de banca por internet.

## Figura 8

### Séptimo ítem del cuestionario

¿Cuanto es la comisión que le cobran por sus operaciones ?



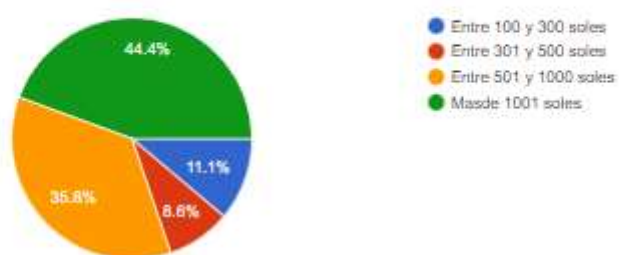
*Nota.* Encuesta a pobladores

**Interpretación:** La figura 8 muestra que el 60,5% de los encuestados manifiesta que al utilizar los centros de pagos les cobran una comisión sobre el monto de la operación, el 22,2% manifiesta que no cobran comisión (cabe indicar que esto es porque el banco paga directamente al agente la comisión), el 13,6% manifiesta que pagan entre 1 y 2 soles y la diferencia manifiesta que solo cobran comisión por pago de servicios.

## Figura 9

### Octavo ítem del cuestionario

¿Cuál es el monto de las operaciones que realiza regularmente en el centro de pagos?



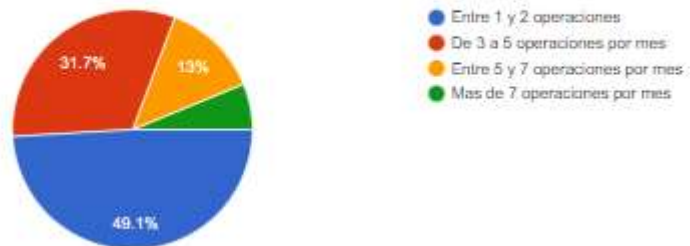
*Nota.* Fuente encuesta a pobladores

**Interpretación:** La figura 9 muestra que el 44,4% de los encuestados realiza operaciones por montos superiores a S/. 1001, el 35,8% manifiesta que realiza operaciones entre 501 y 1000 soles, el 11,1% manifiesta que realiza operaciones entre 100 y 300 soles y el 8,6% manifiesta que realiza operaciones entre 301 y 500 soles.

## Figura 10

### Noveno ítem del cuestionario

¿Cuántas operaciones por mes realiza regularmente?



Nota. Encuesta a pobladores

**Interpretación:** La figura 10 muestra que el 49,1% de los encuestados realiza entre 1 y 2 operaciones, el 31,7% manifiesta que realiza entre 3 y 5 operaciones, el 13 manifiesta que realiza entre 5 y 7 operaciones y la diferencia manifiesta que realiza más de 7 operaciones, por lo tanto, al ser más del 50% de personas que realiza más de 2 operaciones se asumirá que las operaciones realizadas por mes por los usuarios son de 4 operaciones.

## Figura 11

### *Décimo ítem del cuestionario*

Si se apertura un nuevo centro de pagos en el cual no solo existan agentes bancarios sino que se puedan realizar cualquier tipo de transacción para cualquier institución financiera a través de banca por internet. ¿Ud utilizaría los servicios de dicho centro de pagos?



*Nota.* Encuesta a pobladores

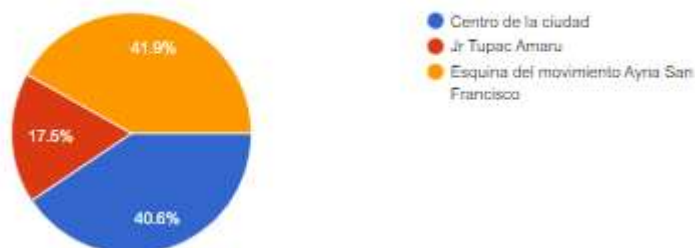
**Interpretación:** La figura 11 muestra que el 98,1% de los encuestados manifiesta que utilizarían los servicios ofrecidos del centro de pago, ello muestra que existe una alta expectativa de utilización del servicio.



## Figura 12

### Undécimo ítem del cuestionario

Donde le gustaría que se encuentre ubicado el centro de pagos



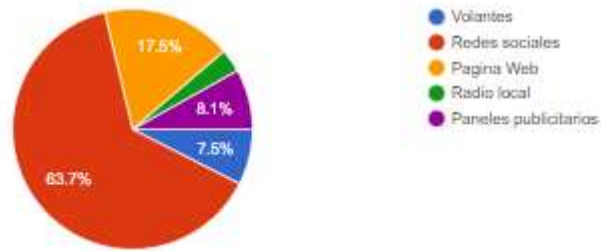
Nota. Encuesta a pobladores

**Interpretación:** La figura 12 muestra que el 41,9% de los encuestados manifiesta que el negocio debe estar ubicado en la esquina del movimiento Ayna san Francisco por ser el área más comercial de la localidad, el 40,6% considera que debe estar ubicado en el centro de la ciudad y el 17,5% en el Jr Tupac Amaru.

### Figura 13

#### Duodécimo ítem del cuestionario

¿Porque medios publicitarios le gustaría encontrar informacion de los servicios del centro de pagos?



Nota. Encuesta a pobladores

**Interpretación:** La figura 13 muestra que el 63,7% de los encuestados muestra su preferencia por el uso de redes sociales para hacer publicidad y la diferencia de encuestados manifiesta su preferencia por otros medios publicitarios.

## **CAPÍTULO IV**

### **PLAN DE COMERCIALIZACIÓN**

#### **4.1. Mercado.**

Para obtener un mejor panorama del mercado al cual corresponde la empresa Redstar negocios & Comunicaciones S.A.C., se describe por el tamaño público objetivo, tamaño del mercado total y tamaño del mercado objetivo, debido a que con este proceso nos permitirá encontrar a los usuarios que necesiten realizar pagos de diferente índole, la cual tiene como propósito satisfacer las necesidades de la población San Franciscana, por medio de la implementación de un centro especializado de pagos.

#### **4.1.1. Tamaño del público Objetivo**

El negocio está enfocado en ofrecer el servicio de agente de pagos a los moradores del distrito de Ayna San Francisco de 18 años a 55 años de edad.

#### **4.1.2. Tamaño del mercado total**

Según datos de CPI 2022, el distrito de Ayna San Francisco cuenta con una población de 10, 194 habitantes.

#### **4.1.3. Tamaño del mercado Objetivo**

El mercado objetivo para el centro de pagos son los moradores del distrito de Ayna San Francisco que oscilan entre las edades de 18 y 55 años, y según CPI el 51.15% de los habitantes representa el rango de edad ya mencionado siendo un total de 5,214 personas.

#### **4.1.4. Servicio**

El centro de pagos “Redstar negocios & comunicaciones SAC”, será un centro especializado de pagos que contará con dos agentes de pago del Banco de crédito y de Mi banco, y posteriormente se pretende ampliar el servicio actuando como agente de pago de por lo menos dos entidades financieras más, asimismo se podrán realizar pago de servicios, adicional a ello se contará con una computadora a fin de realizar cualquier tipo de transacción a través de la banca por internet de cualquier entidad bancaria, para los pobladores de Ayna San Francisco, garantizando un servicio de calidad, operaciones efectivas y seguras.

## Figura 14

### Presentación del servicio



Nota. Elaboración Propia

#### 4.1.5. Precio

El centro de pagos generará ingresos al propietario de tres maneras:

- Comisión por pago de servicios
- Comisión por operaciones en agentes
- Comisión por banca por internet

Por ende, se manejarán tres tarifas:

**Tabla 9**

*Precios del servicio*

<b>SERVICIO</b>	<b>PRECIO CON IGV</b>	<b>PRECIO SIN IGV</b>
Comisión por pago de servicios	1,5	1,26
Comisión por operaciones en agentes	1,75	1,47
Comisiones por banca por internet	2,5	2,10

*Nota.* Elaboración propia

Es importante mencionar que se muestran Precios sin IGV y que si bien es cierto las operaciones por agente el banco le otorga un porcentaje al agente, en base a experiencias de los propietarios de otros agentes se ha determinado que se puede asumir un monto promedio de 1,75 soles por operación en agente, y en base a ello se proyectarán los ingresos del negocio.

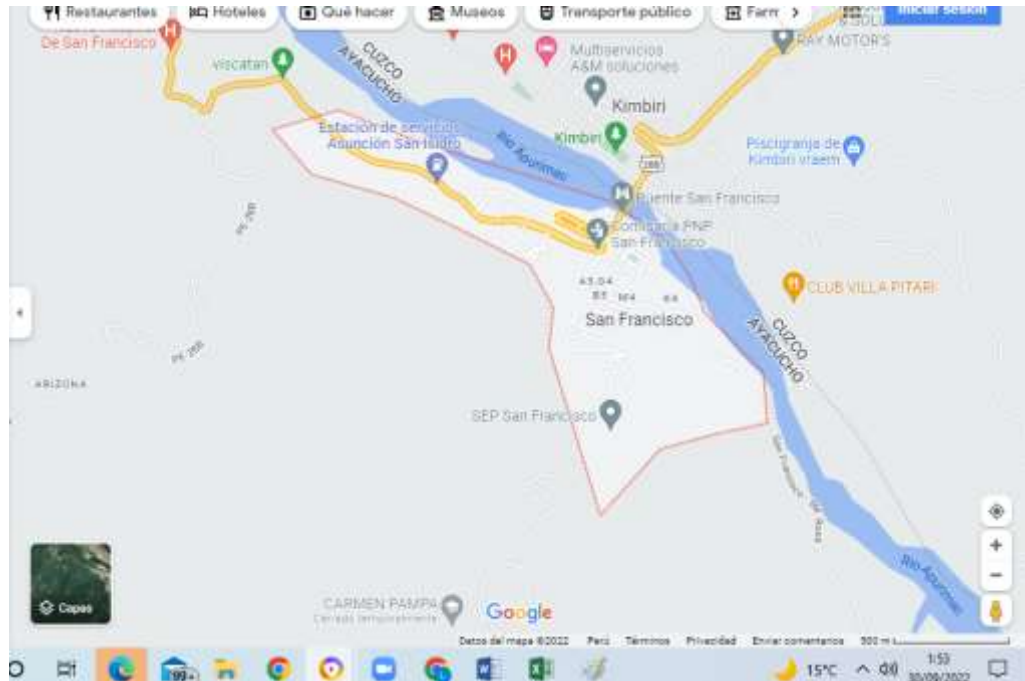
**4.1.6. Plaza**

Nos ubicaremos en la esquina del movimiento de Ayna San Francisco exactamente en el Jr. Tupac Amaru N° 09, debido a que tuvo un alto porcentaje de aceptación según los resultados de la encuesta a clientes potenciales.

El horario de atención será de lunes a sábado de 9:00 am a 6:00 pm.

**Figura 15**

*Mapa de Ayna San Francisco*



*Nota.* Google Maps

Según la figura 15, podemos observar que el distrito de Ayna San Francisco es frontera con el distrito de Kimbiri perteneciente al departamento de Cusco, en lo cual conecta un puente de 238 m de distancia. Ambos distritos vecinos hacen comercio entre ellos y socializan obras para el bienestar de la población.

#### **4.1.7. Promoción**

Debido a que la empresa está iniciando el negocio, el capital no es lo suficientemente dable para aplicar una promoción en el servicio de pagos, para contrarrestar ello, incurriremos en las redes sociales, ya que se puede hacer publicidad sin ningún pago alguno.

Para iniciar con las respectivas promociones del servicio, se realizará campañas de lanzamiento a fin de que el negocio sea conocido, teniendo como objetivo evidenciar el valor agregado del servicio.

##### **a) Medios tradicionales. -**

Se difundirá la promoción del negocio, a través de volantes y tarjetas de presentación, siendo entregadas a las personas que circulan en la calle a fin de que conozcan el negocio, asimismo se utilizarán flyers los cuales serán ubicados en lugares estratégicos.

##### **b) Comunicación digital. -**

El desarrollo de las redes sociales en los últimos tiempos ha tenido un impacto en las pequeñas empresas ya que muchas veces estas optan por utilizar las redes sociales sin incurrir en ningún costo, por ello se implementará una página de Facebook, Instagram y también se hará uso del WhatsApp; en donde se mostrará información completa de los servicios que se ofrecen.

Por medio de estos canales de comunicación se tendrá una conexión constante y una respuesta automática a cada interrogante o sugerencia de las personas de interés en el servicio.



**Figura 16**

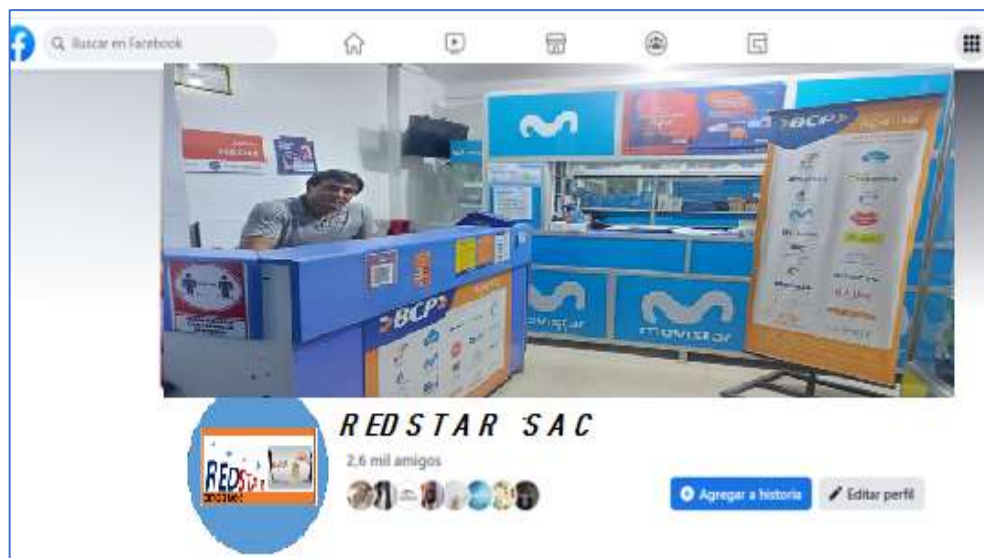
*Redes sociales*



Nota. Fuente Google

**Figura 17**

*Página de Facebook*



Nota. Elaboración Propia

**Figura 18**

*Logo del negocio*



Nota. Fuente Elaboración Propia

## **CAPITULO V**

### **PLAN TÉCNICO**

El objetivo primordial de este capítulo es precisar los factores operativos cotidianos que son críticos para el éxito del negocio.

#### **5.1. Localización de la empresa**

La ubicación de la localización del centro especializado de pago establecido por la empresa Redstar Negocios & Comunicaciones S.A.C., se encontrará en la esquina del movimiento del distrito de Ayna San Francisco, exactamente en la Av. Tupac Amaru N° 9, a la frontera del distrito vecino de Kimbiri perteneciente al departamento de Cusco, donde se centra mucha aglomeración de personas por lugares netamente comerciales.

### 5.1.1. Macro localización

En el marco del estudio de mercado de macro localización se centrará en el distrito de Ayna San Francisco correspondiente a la provincia de La Mar y departamento Ayacucho, que se encuentra al sur – centro del Perú. El departamento de Ayacucho cuenta con 119 distritos, dentro de ellos destacan las provincias; Huamanga, Huanta, Lucanas, Cangallo, Parinacochas, Víctor Fajardo, Vilcas Huamán, Sucre, Páucar del Sara Sara, Huanca Sancos y La Mar donde se focaliza el distrito de Ayna San Francisco, lugar donde se encontró gran necesidad en las personas en realizar sus pagos a diferentes tipos de entidades bancarias, Cajas Municipales y servicios de pagos generales.

### 5.1.2. Micro localización

Se estableció que el negocio estará ubicado en la esquina del movimiento de Ayna San Francisco en la Av. Tupac Amaru N° 09 por las siguientes razones:

- **Cercanía con los clientes:** Existe movimiento de personas en el lugar.
- **Precios de Alquileres:** Los precios son cómodos, tomando en cuenta que el local es propicio para un centro de pagos.
- **Vías de comunicación:** Existen tres rutas para dirigirse al local, en lo que se considera una ruta que conecta con el distrito de Kimbiri perteneciente al departamento de Cusco.
- **Seguridad:** Existe flujo de efectivos policiales en el lugar.

**Tabla 10***Localización por el método de Ranking de factores*

Variables	Ponderación	Esquina del movimiento		Centro de la Ciudad		Jr. Junín	
		Puntaje	Peso	Puntaje	Peso	Puntaje	Peso
Vías de Acceso	10%	4	0,40	4	0,40	4	0,40
Preferencias de los clientes potenciales	20%	4	0,80	2	0,40	4	0,80
Area de negocio	35%	4	1,40	2	0,70	3	1,05
Precios de alquiler accesibles	35%	2	0,70	3	1,05	2	0,70
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>3,30</b>		<b>2,55</b>		<b>2,95</b>

*Nota. Elaboración Propia*

## 5.2. Tamaño del negocio

Para determinar el tamaño del negocio, se tomará en cuenta el criterio Tamaño - Capacidad Productiva, ya que se considera que el negocio atenderá solo entre el 35% y 38 % de la demanda insatisfecha puesto que tomando en consideración que en el negocio se contratarán dos personas y cada personal de atención puede atender en las 8 horas de atención diaria a 80 personas y tomando en consideración que se trabaja los 365 días al año y que el administrador atenderá a 10 personas más por día en los horarios que no se encuentre el personal de atención, entonces tenemos que la capacidad de atención del negocio es de 62,050 servicios al año (  $80*2*365+10*365$ ) y se considera además que el negocio atenderá al 100% de su capacidad de atención.

**Tabla 11**

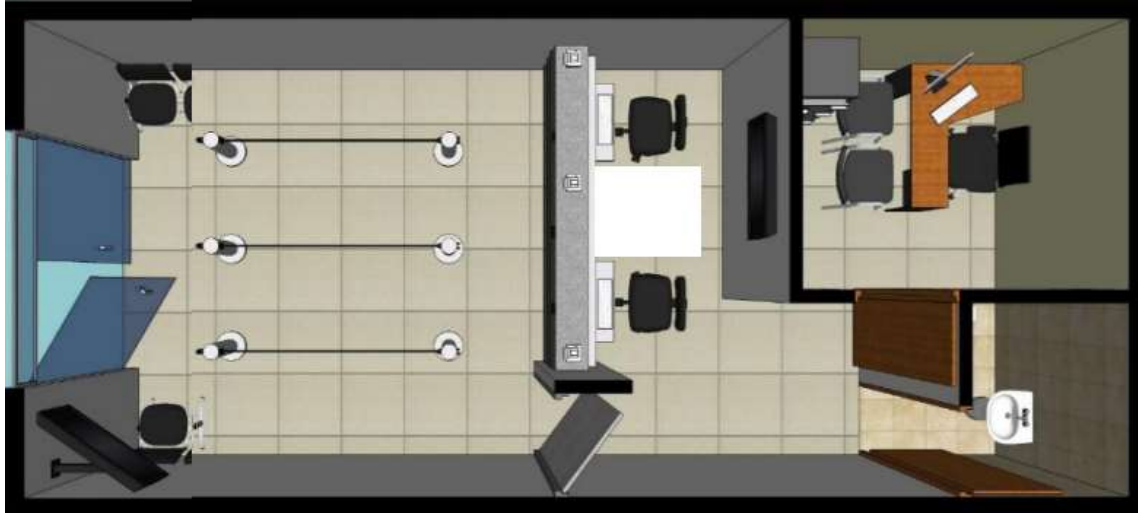
*Capacidad de producción*

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>DEMANDA A ATENDER</b>
<b>2023</b>	165.426	62.050
<b>2024</b>	167.954	62.050
<b>2025</b>	170.507	62.050
<b>2026</b>	173.086	62.050
<b>2027</b>	175.690	62.050

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 19**

*Distribución Física del local*



*Nota.* Elaboración Propia

### **5.3. Necesidades**

Para el funcionamiento del negocio del centro de pagos es indispensable el requerimiento de activos tangibles tales como, maquinaria, equipos y muebles. Los activos intangibles como: gastos del local, licencias, marketing y constitución legal.

**Tabla 12***Requerimientos de Activos tangibles*

<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>
Impresora térmica
Rollo térmico
Laptop Lenovo core i3
Router
Computadora LG
Aparato Móvil motorola
POS
IZIPAY
<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO</b>
<b>MUEBLES</b>
Módulo de Atención
Sillas para módulos de atención
Escritorio
Silla de escritorio
Gavetera
<b>TOTAL MUEBLES</b>

*Nota.* Elaboración Propia

**Tabla 13***Requerimientos de Activos Intangibles*

<b>LOCAL</b>
Garantía local + mes adelanto de alquiler
Ambientación
Extintores
<b>LICENCIAS</b>
Licencia de funcionamiento
Defensa civil
<b>CONSTITUCIÓN LEGAL</b>
Minuta, reserva de nombre
compra de libros contables
Legalización de libros contables
<b>MARKETING</b>
Publicidad

*Nota.* Elaboración Propia

## 5.4. Costos

Para el presente negocio solo se consideran como costos, el alquiler del local y servicios básicos, los sueldos del personal y la comisión que cobra el banco por el uso de los agentes, ya que no se incurrirá en otros costos para mantener el negocio.

Proceso de producción u operación

El proceso básico en la empresa será

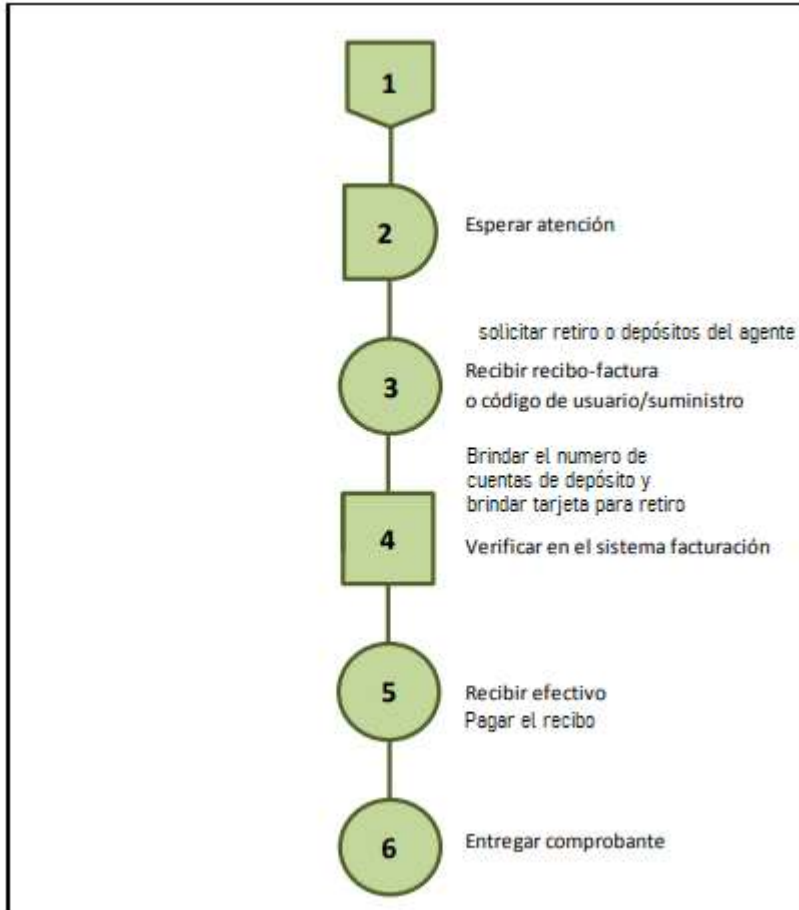
### **Atención al cliente (Atención para agente y banca por internet)**

Los encargados en la atención es la primera impresión que dará la empresa hacia los clientes, en lo que debe mostrar una buena imagen y seguridad en las transacciones. Además, son los responsables de hacer uso correcto del manual de procesos, que por cierto serán supervisados por el Administrador de la empresa.



**Figura 20**

*Flujograma de Atención al cliente*



*Nota.* Elaboración Propia

El proceso de atención de la empresa Redstar Negocios & Comunicaciones SAC inicia con la atención de espera del cliente, luego se solicita a la persona que tipo de servicio realizará, si en caso es retiro en efectivo con tarjeta se solicita la tarjeta y el agente realiza el debido proceso y por consiguiente el cliente escribe su contraseña, para que finalmente se le brinde el efectivo.

## **5.5. Impacto en el medio ambiente**

Gran parte de los negocios solo se enfocan en generar ingresos y omiten brindar el cuidado responsable del medio ambiente, para contrarrestar ello, se identificarán zonas del distrito que necesitan un sumo cuidado ambiental, a fin de desarrollar un negocio sustentable.

## **5.6. Plan organizacional y de recursos humanos**

### **5.6.1. Objetivos**

Definir el régimen laboral y régimen tributario en el que se acogerá el centro de pagos “Redstar negocios & comunicaciones SAC”.

Establecer los procesos para la respectiva contratación, compensación y capacitación del personal de la empresa.

Establecer la estructura organizacional para la creación y desarrollo del centro de pagos “Redstar negocios & comunicaciones SAC”

### **5.6.2. Organización**

“El centro de pagos Redstar negocios & comunicaciones SAC” será constituida como una Sociedad Anónima ya que se necesitan flujos de movimiento de dinero muy altos y por lo tanto requiere de socios.

Según la Ley N° 26887 de la Ley de Sociedades, una sociedad anónima cerrada, es una modalidad de creación de una empresa que establece como máximo la participación de 20 socios. Además, es muy recomendable para la creación de empresas familiares, por el flujo de personas.

### **5.6.3. Régimen laboral**

El centro de pagos Redstar Negocios & Comunicaciones SAC se ampara bajo el régimen laboral de la “Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa” según lo descrito en la Ley N° 28015, en lo que indica los beneficios laborales de los trabajadores de una Microempresa, debido que la empresa tendrá la obligación de retribuir el 4.5% del pago del SIS y 15 días calendario de vacaciones.

### **5.6.4. Estructura organizacional**

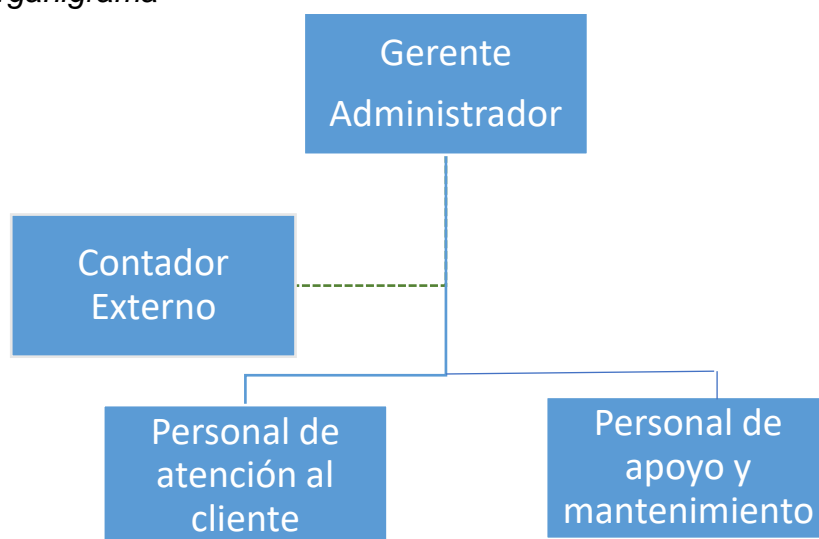
La estructura organizacional de la empresa estará dirigida por el administrador en lo que será el responsable de llevar a cabo el correcto funcionamiento de las operaciones. Asimismo, tendrá la disponibilidad de imponer tareas y responsabilidades, establecer roles, diseñar estrategias de desarrollo, entre otras, a fin de que todos estén enfocados en el mismo fin, para cumplir los objetivos trazados de la organización. Toda la carga no estará en el administrador, sino que también contará con un contador externo que lleve a cabo toda la información contable.

En segunda instancia se encontrarán el área de atención al cliente

.

**Figura 21**

*Organigrama*



*Nota.* Elaboración propia

### **5.6.5. Descripción de los puestos de trabajo**

Las funciones se determinarán de acuerdo a la capacidad especializada de cada trabajador y al área considerado, en lo que serán los encargados de brindar detalles de cada meta cumplida. Por consiguiente, se detalla:

#### **Administrador- Gerente**

- ✓ Ejecutar el plan estratégico y funcional de la empresa, así como la gestión y supervisión del correcto funcionamiento de la misma.
- ✓ Dirigir y controlar los procesos administrativos y financieros.
- ✓ Elaboración y seguimiento del plan de marketing.
- ✓ Supervisión y control de calidad de atención al cliente durante los servicios.
- ✓ Atender a clientes que buscan el servicio, cuando no se encuentra el personal de atención.

### **Contador Externo**

- ✓ Elabora las declaraciones de impuestos
- ✓ Se encarga de hacer el pago de impuestos

### **Personal de atención al cliente**

- ✓ Apertura, cuadro y cierre de caja.
- ✓ Manejo de efectivo, detección de billetes falsos.
- ✓ Ayudar en otras labores de urgencia en la organización.
- ✓ Brindar atención de calidad a los clientes en las operaciones, garantizando su satisfacción con el servicio dado.

### **Personal de mantenimiento y apoyo**

- ✓ Realizar el mantenimiento y la limpieza del local, hacer encargos, cabe indicar que será un colaborados part time y trabajará bajo el sistema de recibo por honorarios.

## **CAPÍTULO VI**

### **PLANIFICACIÓN FINANCIERA**

El objetivo de este capítulo es determinar la viabilidad del negocio haciendo uso de las herramientas financieras.

#### **6.1. Inversiones**

La inversión proyectada para el negocio cuenta con la siguiente información:  
la inversión fija tangible, intangible y el capital de trabajo.

### 6.1.1. Inversión fija

**Tabla 14**

*Inversión Fija*

Rubros	Unidad	Cantidad	P. Unitario	Valor S/.
<b>I. Inversión Fija</b>				<b>S/10.855,90</b>
<b>I.F. Tangible</b>				<b>S/5.896,00</b>
Maquinaria y equipo	Global	1	S/4.546,00	S/4.546,00
Muebles y enseres	Global	1	S/1.350,00	S/1.350,00
<b>I.F. Intangible</b>				<b>S/4.959,90</b>
Gastos pre operativos	Global	1	S/4.959,90	S/4.959,90

*Nota.* Elaboración propia

### 6.1.2. Capital de trabajo

**Tabla 15**

*Capital de trabajo*

Rubros	Unidad	Cantidad	P. Unitario	Valor S/.
<b>Capital de trabajo</b>				<b>S/5.429,00</b>
Caja - Bancos	Global	1	S/670,00	S/670,00
Costos de Materia prima	Mes	1	S/106,00	S/106,00
Planillas	Global	1	S/4.587,00	S/4.587,00
Materiales de oficina	Global	1	S/66,00	S/66,00

*Nota.* Elaboración propia

### 6.1.3. Presupuesto de inversiones

La inversión total del negocio será de 16,284.90 nuevos soles de los cuales el 67% corresponde a inversión fija y solo el 33 a capital de trabajo como se muestra en la tabla siguiente:

**Tabla 16***Inversión Total*

Rubros	Montos (S/.)	%
I. Inversión Fija	S/10.855,90	67%
II. Capital de trabajo	S/5.429,00	33%
<b>TOTAL</b>	<b>S/16.284,90</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Elaboración propia

**6.2. Ingresos y egresos**

Para realizar la proyección de ingresos se debe proyectar precios y la distribución cada servicio realizado por año (Ver anexo)

**Tabla 17***Proyección de ingresos*

	2023	2024	2025	2026	2027
Pago de servicios Operaciones en agentes	S/ 27.766,07	S/ 29.543,10	S/ 31.433,86	S/ 33.445,63	S/ 35.586,15
Servicios de banca por internet	S/ 58.035,00	S/ 61.749,24	S/ 65.701,19	S/ 69.906,07	S/ 74.380,06
	S/ 1.564,29	S/ 1.664,40	S/ 1.770,92	S/ 1.884,26	S/ 2.004,85
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>S/ 87.365,36</b>	<b>S/ 92.956,74</b>	<b>S/ 98.905,97</b>	<b>S/ 105.235,95</b>	<b>S/ 111.971,05</b>

*Nota.* Elaboración propia



**Tabla 18***Proyección de egresos*

RUBROS	2023	2024	2025	2026	2027
<b>I.- Costo de producción</b>	<b>S/.31.580,20</b>	<b>S/.33.553,38</b>	<b>S/.35.652,85</b>	<b>S/.37.886,69</b>	<b>S/.40.263,48</b>
Costos de materia prima	S/1.272,00	S/1.353,41	S/1.440,03	S/1.532,19	S/1.630,25
Servicios Luz e internet	S/2.700,00	S/2.872,80	S/3.056,66	S/3.252,29	S/3.460,43
Mano de obra directa	S/26.859,00	S/28.577,98	S/30.406,97	S/32.353,01	S/34.423,61
Depreciación	S/749,20	S/749,20	S/749,20	S/749,20	S/749,20
<b>II.- G. Operación</b>	<b>S/.42.828,00</b>	<b>S/.45.477,60</b>	<b>S/.48.296,77</b>	<b>S/.51.296,38</b>	<b>S/.53.287,95</b>
<b>2.1 G. Administrativos</b>	<b>S/.35.328,00</b>	<b>S/.37.497,60</b>	<b>S/.39.806,05</b>	<b>S/.42.262,25</b>	<b>S/.43.675,64</b>
Remuneración	S/.23.160,00	S/.24.642,24	S/.26.219,34	S/.27.897,38	S/.29.682,81
Servicios	S/.1.740,00	S/.1.851,36	S/.1.969,85	S/.2.095,92	S/.2.230,06
Alquiler	S/.9.000,00	S/.9.576,00	S/.10.188,86	S/.10.840,95	S/.11.534,77
Depreciación	S/.1.428,00	S/.1.428,00	S/.1.428,00	S/.1.428,00	S/.228,00
<b>2.2 G. de ventas y generales</b>	<b>S/.7.500,00</b>	<b>S/.7.980,00</b>	<b>S/.8.490,72</b>	<b>S/.9.034,13</b>	<b>S/.9.612,31</b>
Publicidad en redes sociales	S/.1.200,00	S/.1.276,80	S/.1.358,52	S/.1.445,46	S/.1.537,97
Remuneraciones	S/ 6.300,00	S/ 6.703,20	S/ 7.132,20	S/ 7.588,67	S/ 8.074,34
<b>TOTAL</b>	<b>S/.74.408,20</b>	<b>S/.79.030,98</b>	<b>S/.83.949,63</b>	<b>S/.89.183,06</b>	<b>S/.93.551,44</b>

Nota. Elaboración propia

### 6.3. Deuda

#### 6.3.1. Fuentes de financiamiento

Se solicita un préstamo comercial al BBVA por el monto de 8000 nuevos soles, el cual será pagado en 60 meses siendo la TCEA del 26,95% y las cuotas de S/. 229,15.

**Tabla 19***Cronograma de crédito*

Mes	Vencimiento	Amortización	Interés	comisiones y seguros	Cuota	Saldo
1	3/01/2023	69.7	155.21	4.24	229.15	7930.3
2	3/02/2023	71.05	153.86	4.24	229.15	7859.25
3	3/03/2023	87.32	137.59	4.24	229.15	7771.93
4	3/04/2023	74.13	150.78	4.24	229.15	7697.8
5	3/05/2023	80.43	144.48	4.24	229.15	7617.37
6	5/06/2023	67.49	157.42	4.24	229.15	7549.88
7	3/07/2023	92.73	132.18	4.24	229.15	7457.15
8	3/08/2023	80.23	144.68	4.24	229.15	7376.92
9	4/09/2023	77.13	147.78	4.24	229.15	7299.79
10	3/10/2023	92.51	132.4	4.24	229.15	7207.28
11	3/11/2023	85.08	139.83	4.24	229.15	7122.2
12	4/12/2023	86.73	138.18	4.24	229.15	7035.47
13	3/01/2024	92.86	132.05	4.24	229.15	6942.61
14	5/02/2024	81.44	143.47	4.24	229.15	6861.17
15	4/03/2024	104.79	120.12	4.24	229.15	6756.38
16	3/04/2024	98.1	126.81	4.24	229.15	6658.28
17	3/05/2024	99.94	124.97	4.24	229.15	6558.34
18	3/06/2024	97.67	127.24	4.24	229.15	6460.67
19	3/07/2024	103.65	121.26	4.24	229.15	6357.02
20	5/08/2024	93.54	131.37	4.24	229.15	6263.48
21	3/09/2024	111.3	113.61	4.24	229.15	6152.18
22	3/10/2024	109.44	115.47	4.24	229.15	6042.74
23	4/11/2024	103.86	121.05	4.24	229.15	5938.88
24	3/12/2024	117.19	107.72	4.24	229.15	5821.69
25	3/01/2025	111.96	112.95	4.24	229.15	5709.73
26	3/02/2025	114.14	110.77	4.24	229.15	5595.59
27	3/03/2025	126.95	97.96	4.24	229.15	5468.64
28	3/04/2025	118.81	106.1	4.24	229.15	5349.83
29	5/05/2025	117.74	107.17	4.24	229.15	5232.09
30	3/06/2025	130.01	94.9	4.24	229.15	5102.08
31	3/07/2025	129.15	95.76	4.24	229.15	4972.93
32	4/08/2025	125.29	99.62	4.24	229.15	4847.64
33	3/09/2025	133.92	90.99	4.24	229.15	4713.72
34	3/10/2025	136.44	88.47	4.24	229.15	4577.28
35	3/11/2025	136.11	88.8	4.24	229.15	4441.17
36	3/12/2025	141.55	83.36	4.24	229.15	4299.62
37	5/01/2026	136.06	88.85	4.24	229.15	4163.56
38	3/02/2026	149.39	75.52	4.24	229.15	4014.17
39	3/03/2026	154.63	70.28	4.24	229.15	3859.54
40	6/04/2026	142.71	82.2	4.24	229.15	3716.83
41	4/05/2026	159.84	65.07	4.24	229.15	3556.99
42	3/06/2026	158.15	66.76	4.24	229.15	3398.84
43	3/07/2026	161.12	63.79	4.24	229.15	3237.72

44	3/08/2026	162.1	62.81	4.24	229.15	3075.62
45	3/09/2026	165.24	59.67	4.24	229.15	2910.38
46	5/10/2026	166.61	58.3	4.24	229.15	2743.77
47	3/11/2026	175.14	49.77	4.24	229.15	2568.63
48	3/12/2026	176.7	48.21	4.24	229.15	2391.93
49	4/01/2027	176.99	47.92	4.24	229.15	2214.94
50	3/02/2027	183.34	41.57	4.24	229.15	2031.6
51	3/03/2027	189.34	35.57	4.24	229.15	1842.26
52	5/04/2027	186.84	38.07	4.24	229.15	1655.42
53	3/05/2027	195.93	28.98	4.24	229.15	1459.49
54	3/06/2027	196.59	28.32	4.24	229.15	1262.9
55	5/07/2027	199.61	25.3	4.24	229.15	1063.29
56	3/08/2027	205.62	19.29	4.24	229.15	857.67
57	3/09/2027	208.27	16.64	4.24	229.15	649.4
58	4/10/2027	212.31	12.6	4.24	229.15	437.09
59	3/11/2027	216.71	8.2	4.24	229.15	220.38
60	3/12/2027	220.38	4.14	4.24	228.76	0
		8000	5494.21	254.4	13748.61	

Nota. Simulador de créditos de BBVA

## 6.4. Flujo de caja

El flujo de caja nos muestra los ingresos y egresos generados por el negocio y el cual es la herramienta para realizar la evaluación del mismo.

**Tabla 20**

*Flujo de caja*

RUBROS	0	2023	2024	2025	2026	2027
I) INGRESOS		S/.87.365,36	S/.92.956,74	S/.98.905,97	S/.105.235,95	S/.112.560,65
VENTAS		S/.87.365,36	S/.92.956,74	S/.98.905,97	S/.105.235,95	S/.111.971,05
V. RESIDUAL						S/.589,60
II) EGRESOS		S/.78.230,56	S/.83.139,08	S/.88.361,75	S/.93.918,66	S/.98.985,22
2.1 INVERSIONES	-S/.16.284,90					
2.2 COSTOS DE PRODUCCIÓN		S/.31.580,20	S/.33.553,38	S/.35.652,85	S/.37.886,69	S/.40.263,48
2.3. GASTOS OPERATIVO		S/.42.828,00	S/.45.477,60	S/.48.296,77	S/.51.296,38	S/.53.287,95
2.5. IMPUESTO A LA RENTA		S/.3.822,36	S/.4.108,10	S/.4.412,12	S/.4.735,60	S/.5.433,79
<b>III) FLUJO NETO ECONÓMICO</b>	<b>-S/.16.284,90</b>	<b>S/.9.134,80</b>	<b>S/.9.817,66</b>	<b>S/.10.544,22</b>	<b>S/.11.317,29</b>	<b>S/.13.575,43</b>
IV) FLUJO FINANCIERO						
PRÉSTAMO	S/.8.000,00					
AMORTIZACIÓN		S/.964,53	S/.1.213,78	S/.1.522,07	S/.1.907,69	S/.2.391,93
INTERESES		S/.2.698,92	S/.1.485,14	S/.1.176,85	S/.791,23	S/.306,60
COMISIONES Y SEGUROS		S/.50,88	S/.50,88	S/.50,88	S/.50,88	S/.50,88
ESCUDO FISCAL		S/.796,18	S/.438,12	S/.347,17	S/.233,41	S/.90,45
<b>V) FLUJO NETO FINANCIERO</b>	<b>-S/.8.284,90</b>	<b>S/.6.216,65</b>	<b>S/.7.505,97</b>	<b>S/.8.141,59</b>	<b>S/.8.800,90</b>	<b>S/.10.916,47</b>

*Nota.* Elaboración propia

## 6.5. Evaluación económica y financiera

### 6.5.1. Cálculo del cok

Para determinar la evaluación económica y financiera del negocio es primordial hacer el cálculo del COK económico y financiero:

Para el cálculo del COK económico se aplica siguiente fórmula:

$$K_e = R_f + (R_m - R_f) \cdot \beta_e$$

Dónde:

$$\beta_e = \beta_u \cdot (1 + D \cdot (1 - t) / E)$$

Para el cálculo del COK financiero se aplica la siguiente fórmula:

$$WACC \text{ o } CPPC = K_e \cdot E / (E + D) + K_d \cdot D / (E + D) \cdot (1 - T)$$

Para la elaboración de COK, primero es necesario conocer la siguiente información:

**Tabla 21***Cálculos del COK*

Concepto	Valor
Beta (Bu)	1,05
Beta (Be)	2,73
Tasa impositiva	29,50%
Tasa libre de riesgo (Rf)	6,85%
Rendimiento de mercado (Rm)	7,20%
Capital propio (E)	S/ 8.284,90
Préstamo bancario (D)	S/ 8.000,00
Total	S/ 16.284,90
Razón E=	50,87%
Razón D=	49,13%
Kd (tasa de Interés del préstamo)	26,95%
<b>Ke (COK - Económico)</b>	<b>7,81%</b>
<b>Wacc (CPPC - COK Financiero)</b>	<b>13,30%</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 22***Indicadores Financieros*

EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA	
VANE	S/.26.752,97
TIRE	55,02%
VANF	S/.19.831,21
TIRF	82,99%

*Nota.* Elaboración propia

## **6.5.2. Evaluación Económica**

### **6.5.2.1. Valor Actual Neto Económico (VANE)**

De acuerdo al cálculo hallado del valor actual neto económico, se llegó a la conclusión que el negocio es viable en el distrito de Ayna San Francisco, ya que el  $VANE = S/.26.752,97 > 0$ , lo que indica que, si los socios aportaron el 100% del proyecto, los ingresos serán mayores al capital financiado.

### **6.5.2.2. Tasa Interna de Retorno Económico (TIRE)**

De acuerdo al cálculo hallado de la tasa interna de retorno económica, indica que el negocio es rentable ya que la  $TIRE = 55,02\% > 7,81\%$ , por lo que sostiene que es la rentabilidad mínima que esperan obtener los socios.

## **6.5.3. Evaluación Financiera**

### **6.5.3.1. Valor Actual Neto Financiero (VANF)**

De acuerdo a la evaluación de un posible financiamiento de parte de una entidad bancaria, se determinó que el negocio es viable ya que el resultado del VANF es de  $S/. S/.19.831,21 > 0$ , lo que sostiene que el financiamiento bancario será suplido por los ingresos generados en el negocio, e incluso superaran a todos los egresos que tiene la empresa.

### **6.5.3.2. Tasa Interna de Retorno Financiero (TIRF)**

De acuerdo a la evaluación de la tasa interna de retorno financiero, se determinó que el negocio es rentable ya que muestra un resultado de un  $TIR = 82,99\% > 13,3\%$ , lo que significa que es la rentabilidad mínima esperado del negocio, por si existe un financiamiento de parte de terceros.

## 6.6. Estados financieros proyectados

La siguiente tabla muestra el estado de pérdidas y ganancias financiero, que permite visualizar que el negocio tendría utilidad, lo cual implica que debe implementarse.

**Tabla 23**

*Estado ganancias y pérdidas del proyecto*

RUBRO	2023	2024	2025	2026	2027
Ingreso por ventas	S/87.365,36	S/92.956,74	S/98.905,97	S/105.235,95	S/111.971,05
Costos de producción	S/31.580,20	S/33.553,38	S/35.652,85	S/37.886,69	S/40.263,48
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>S/55.785,16</b>	<b>S/59.403,36</b>	<b>S/63.253,12</b>	<b>S/67.349,27</b>	<b>S/71.707,57</b>
<b>Gastos Operativos</b>	<b>S/42.828,00</b>	<b>S/45.477,60</b>	<b>S/48.296,77</b>	<b>S/51.296,38</b>	<b>S/53.287,95</b>
Gastos de Administración	S/35.328,00	S/37.497,60	S/39.806,05	S/42.262,25	S/43.675,64
Gastos de Ventas	S/7.500,00	S/7.980,00	S/8.490,72	S/9.034,13	S/9.612,31
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>S/12.957,16</b>	<b>S/13.925,76</b>	<b>S/14.956,35</b>	<b>S/16.052,89</b>	<b>S/18.419,62</b>
Gastos Financieros	S/2.698,92	S/1.485,14	S/1.176,85	S/791,23	S/306,60
<b>U. ANTES DE IMP.</b>	<b>S/10.258,24</b>	<b>S/12.440,62</b>	<b>S/13.779,50</b>	<b>S/15.261,66</b>	<b>S/18.113,02</b>
I. Renta	S/3.026,18	S/3.669,98	S/4.064,95	S/4.502,19	S/5.343,34
<b>U. NETA</b>	<b>S/7.232,06</b>	<b>S/8.770,63</b>	<b>S/9.714,54</b>	<b>S/10.759,47</b>	<b>S/12.769,68</b>

*Nota.* Elaboración propia



## **CAPÍTULO VII**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **7.1. Conclusiones**

De acuerdo a los objetivos planteados para el establecimiento de un centro especializado de pagos en el distrito de Ayna San Francisco para la empresa Redstar Negocios y Comunicaciones SAC., se consiguieron las siguientes conclusiones:

- De acuerdo al estudio de mercado, en la población del distrito de Ayna San Francisco, permitieron determinar que existe una alta demanda, asimismo se determinó que existe una demanda insatisfecha de 165.426 servicios para el primer año, 167.954 para el segundo año, 170.507 para el tercer año, 173.086 para el cuarto año y de 175.690 para el quinto año.

- De acuerdo al estudio del microentorno y macroentorno, La capacidad instalada del negocio le permitirá cubrir entre el 35% y 38% de la demanda insatisfecha considerando que el negocio tiene la capacidad de brindar 62,050 servicios al año.
  
- De acuerdo al estudio de mercado, en el Distrito de Ayna San Francisco se identificó tanto la competencia directa e indirecta, en lo cual la competencia directa de la empresa Redstar Negocios & Comunicaciones es Agente Thalia las cuales brindan operaciones de retiros mediante transferencias bancarias y pagos de servicios y como competencia indirecta está el negocio Mundo Novedades Todo en un solo lugar. Referente a los clientes, gran parte de la población tiene la necesidad de realizar pagos de servicios, giros, depósitos y transferencias.
  
- La implementación de un centro especializado de pagos para la empresa Redstar Negocios & Comunicaciones SAC., en el distrito de Ayna San Francisco es comercialmente viable, debido a que la información del marketing, indica que es preferentemente establecer un centro de pagos para cubrir las necesidades de la población San Franciscana.

- La idea de negocio es técnicamente viable en el distrito de Ayna San Francisco, ya que el local se encuentra en la misma esquina del movimiento del distrito cercano al puente que conecta con el Distrito de Kimbiri y las condiciones del local son adecuadas para el funcionamiento de un centro de pagos. Además, la Av. Tupac Amaru, donde está ubicado la empresa es segura, debido a que existe mucho movimiento de policías por la excesiva concurrencia de personas y de movilidad.
  
- De acuerdo a los análisis financieros, Para la implementación del negocio se requiere de S/. 16284,90 de los cuales el 50,87% que equivale a S/ 8284,90 es aporte de socios y el financiamiento bancario asciende a un monto de S/. 8,000 lo que representa el 49,13 % del total de inversión.

Cuarta. Se concluye además que el proyecto es viable económicamente ya que se obtuvo un VAN Económico de S/. S/.26,752,97 y un TIR Económico de 50,02% y también es viable financieramente ya que obtuvo un VAN Financiero de S/. S/.19331,21 y un TIR Financiero de 82,99% mostrando con ello que el negocio es viable y rentable.

## 7.2. Recomendaciones

De acuerdo a las conclusiones que ha llegado el proyecto de implementación de un centro especializado de pagos en la empresa Redstar Negocios & Comunicaciones SAC., se recomienda a la organización que:

- Respecto al análisis FODA se recomienda a la empresa Redstar Negocios & Comunicaciones SAC., que, debe implementar estrategias de marketing digital, debido a que recién se está estableciendo en un mercado volátil y muy sugerido por la población San Franciscana. Además, debe enfocarse en sus fortalezas y oportunidades que brinda el mercado, porque le permitirá ser más competitivo y diferenciarse de la competencia que siempre está a la vanguardia.
- Para que la empresa Redstar Negocios & Comunicaciones S.A.C., logre competir y sea flexible a las necesidades de la población San Franciscana, es necesario que dé respuesta a las circunstancias del mercado, ya que el medio lo amerita, por el escaso de agentes bancarios en el distrito, para ello la empresa debe tener implementado todas las herramientas necesarias para el funcionamiento y el beneficio de las personas.

- Se recomienda al dueño de la empresa Redstar Negocios & Comunicaciones SAC. que, los equipos obsoletos deben ser reemplazados por modernas tecnologías, para que la atención sea fluida y de forma continua para el beneficio de clientes en espera. Además, debe implementar otra cabina de atención por la aglomeración de personas en el lugar.
  
- Se recomienda al negocio que, implemente más paneles publicitarios y anuncios por las redes sociales con la finalidad de incentivar a la población el uso de banca móvil y billetera digital, como son: Yape, Plink y Tunki, y no solo incentivar al uso de estos aplicativos, sino que también brinde una conferencia del funcionamiento de las apps, debido al desconocimiento total de gran parte de la población.
  
- Se recomienda a la empresa Redstar Negocios & Comunicaciones S.A.C., que brinde todos los elementos de bioseguridad necesarios para el funcionamiento de las actividades de la empresa, debido a que es un negocio donde hay un flujo de dinero constante.

