



**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
ZEGEL**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS BANCARIOS Y FINANCIEROS**

**IMPLEMENTACIÓN FINTECH – “CREDIT SCHOOL” EN LA
CIUDAD DE PIURA**

**Trabajo de Aplicación Profesional para obtener el título de Profesional Técnico en
Administración de Negocios Bancarios y Financieros**

**FLORES CÓRDOVA, SERGIO JAVIER
(0009-0001-3621-8269)**

**HUANCAYO APARICIO, IVANA ISABEL
(0009-0008-0138-7370)**

**SALVADOR CALLE, NALLELY
(0009-0002-7478-8083)**

**Piura - Perú
2021**

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedicamos a cada uno de nuestros padres que gracias a su esfuerzo estamos logrando nuestro objetivo, también agradecer a cada uno de nuestros docentes que a lo largo de esta travesía han apoyado y enseñado para nuestro logro profesional.

Resumen Ejecutivo

Este plan de negocio tiene como finalidad que los estudiantes retomen sus clases. poder evaluar primeramente la situación en la que estaba el sector de la Educación en nuestro País, ya que fue uno de los sectores más afectados debido a la Pandemia. He Ahí donde surge la idea de poder crear una Fintech buscando brindar financiamiento a estudiantes de Pregrado, universitarios y técnicos.

Fintech Credit School brindara préstamos personales a persona entre 21 a 28 años, con tasas accesible hacia nuestro mercado objetivo, además de una minuciosa y personalizada atención a cada uno de nuestros clientes, tendremos también comunicación constante con cada uno de nuestros clientes, de esta manera podemos tratar de fidelizar a nuestros clientes y a la vez poder ser recomendados, asi poder obtener un nombre en el mercado financiero.

Contaremos con una inversión de s/82,184.37 nuevos soles para la Fintech Credit School, así como para de alguna manera poder disponer de los fondos durante los primeros cuatro meses. De alguna manera también buscamos fidelizar a cada cliente, para lograr este objetivo contaremos con tasas relativamente muy accesibles a nuestro mercado objetivo además de una minuciosa atención y muy personalizada a cada uno de los clientes, tendremos consecuentemente comunicación y saber su grado de satisfacción con nuestra Fintech. La Fintech Credit School está conformada por tres socios que son los siguiente. Ivana Huancayo Aparicio, Sergio Flores Córdova, Nallely Salvador Calle.

Introducción

La situación que atraviesa el país y el mundo entero ha sido una de las más críticas debido a la Pandemia, con el pasar de los meses esto ha ido mejorando significativamente, el sector salud fue uno de los más afectados, seguido por el desempleo. Uno de los sectores en los cuales decidimos enfocar nuestro proyecto fue en el sector Educación.

Mucho de nuestros Jóvenes estudiantes tuvieron que dejar sus carreras universitarias, carreras técnicas por falta de solvencia económica. He ahí donde nace esta idea de negocio poder crear una Fintech donde se pueda brindar financiamiento a los estudiantes de pregrado cubriendo ciertas eventualidades que se dieron por la falta de dinero, lo que se busca es que los estudiantes retomen sus clases.

Nos inclinaremos básicamente en el producto de préstamos personales. Decidimos también contar con una aplicación móvil. Ya que hoy en día el medio que mejor se maneja es la comunicación por redes sociales, esta aplicación personaliza sus datos más recientes para así poder acceder a la evaluación de manera fácil, mejorando la experiencia y vivencia que se puede tener. Esta aplicativo puede descargarse de manera gratuita donde se podrá visualizar los requisitos, beneficios que se ofrecen a los futuros clientes.

Finalmente se espera que el 50% de los estudiantes de la ciudad de Piura puedan ingresar nuevamente a sus centros de estudios. Como se sabe la educación es uno de los pilares fundamentales para cada persona, porque le permitirá a cada ser poder desarrollarse, lograr sus objetivos y generar un gran desarrollo económico para el país. No solo genera buenos resultados para el país, sino para crecer profesionalmente teniendo una buena estabilidad económica, una buena vida.

Índice de Contenido

Resumen Ejecutivo	3
Introducción.....	4
Capítulo I- Idea del Negocio	15
Idea del Negocio.....	15
Diagnóstico de la Idea de Negocio	18
Objetivo general	11
Objetivos específicos.....	11
Justificación del proyecto (análisis de oportunidad).....	11
Capítulo II - Model Business Canvas	13
Segmentos De Clientes	13
<i>Segmentación geográfica</i>	<i>13</i>
<i>Segmentación demográfica</i>	<i>13</i>
<i>Segmentaciones psicográficas.....</i>	<i>13</i>
<i>Segmentación conductual.....</i>	<i>13</i>
Propuesta de valor	14
Canales	14
Relación con el cliente.....	15
Flujos de ingreso	16
Recursos clave.....	16
Actividades clave.....	16
Red de partners	17
Estructura de costos.....	18
Capitulo III - Diagnóstico del proyecto	20
Análisis Del Macroentorno.....	20
<i>Variables políticas</i>	<i>20</i>

	6
<i>Variables económicas</i>	23
<i>Variables sociales</i>	26
<i>Variables tecnológicas</i>	28
<i>Variables Ecológicas</i>	32
<i>Variables legales</i>	34
Análisis del microentorno.....	36
<i>Poder de negociación con los clientes</i>	38
<i>Rivalidad entre empresas</i>	38
<i>Amenaza de los nuevos entrantes</i>	40
<i>Poder de negociación con los proveedores</i>	42
<i>Amenaza de productos sustitutos</i>	43
Análisis AMOFHIT.....	48
<i>Administración (A)</i>	48
<i>Marketing (M)</i>	49
<i>Operaciones/Logística (O)</i>	50
<i>Finanzas y Contabilidad (F)</i>	52
<i>Recursos Humanos y Cultura (H)</i>	53
<i>Sistema De Información (I)</i>	53
<i>Tecnología, Investigación y Desarrollo</i>	54
Capítulo IV - Planeamiento Estratégico Del Producto	56
Antecedentes Generales de la Organización.....	56
Misión, Visión y Valores.....	59
<i>Misión</i>	59
<i>Visión</i>	59
<i>Valores</i>	59
Objetivos De La Empresa.....	60
Organigrama	61

	7
Descripción de las Áreas Funcionales	61
Análisis FODA Y Matriz FODA.....	67
Proceso De Producción U Operación (Diagrama De Flujo)	70
Plan De Contingencia Para Deudores.....	74
Diagrama de Gantt.....	75
Capitulo V - Design Thinking	76
Empatizar	76
Definir	78
Idear.....	78
Prototipar	79
Evaluar	82
Capitulo VI - Plan Comercial del Proyecto	83
Variables Críticas Del Cliente	83
Mercado (Características y Segmentación)	84
Segmentación Geográfica	84
Segmentación demográfica	85
Segmentación Psicográfica	85
Segmentación Conductual.....	86
Marketing Mix.....	86
Producto.....	86
Precio	88
Promoción.....	92
Plaza Ubicación	96
Capitulo VII - Estudio de Mercado	97
Estudio De Mercado	97
Perfil De Cliente Objetivo	97
Segmentación del Mercado Objetivo.....	98

	8
Análisis De La Demanda.....	99
Análisis De La Oferta (Que Ofrecen Los Competidores –Directos Y Potenciales)	101
Técnica De Investigación Y Tabulación De Resultados Encuesta.....	102
Capitulo VIII - Plan Económico - Financiero.....	113
Inversión – Depreciación.....	113
Precios	115
Gastos Operativos.....	117
Costos de Ventas	117
Proyección de Ventas	120
Flujo de Caja Proyectado	121
Indicadores Financieros.....	121
Costo de Oportunidad.....	122
Estado de Situación Financiera	122
Estado de Resultados.....	122
Cok – Wacc	122
Financiamiento	124
Conclusiones	126
Recomendaciones	127
Bibliografía	128

Tabla de Figuras

Figura 1 Deserción en educación superior 2020.....	16
Figura 2 Aplicativo Unitec.....	17
Figura 3 Modelo Canvas.....	19
Figura 4 Riesgo país del Perú se incrementó en febrero y marzo.....	25
Figura 5 Crecimiento poblacional.....	27
Figura 6 Desastres naturales	34
Figura 7 Fuerzas de Michael Porter	38
Figura 8 APP Apurata.....	39
Figura 9 Kontigo Biz	39
Figura 10 Comparabien.....	39
Figura 11 App Independencia	40
Figura 12 App Andy	41
Figura 13 App CreditoPeru.....	41
Figura 14 Empresa Claro	43
Figura 15 Logotipo	60
Figura 16 Organigrama	61
Figura 17 Diagrama De Flujo Del Proceso De Solicitud De Crédito	70
Figura 18 Diagrama De Flujo Del Proceso De Descarga Del Aplicativo.....	71
Figura 19 Diagrama De Flujo Del Proceso De Quejas Y Reclamos.....	72
Figura 20 Diagrama De Flujo Del Proceso De Cobranzas	73
Figura 21 Mapa de Empatía.....	77
Figura 22 App Unitec 01.....	79
Figura 23 App Unitec 02.....	79

	10
Figura 24 App Unitec 03.....	79
Figura 25 App Unitec 05.....	80
Figura 26 App Unitec 04.....	80
Figura 27 App Unitec 06.....	80
Figura 28 App Unitec 07.....	81
Figura 29 App Unitec 08.....	81
Figura 30 App Unitec 09.....	81
Figura 31 Mapa del departamento de Piura	84
Figura 32 Logo del Aplicativo Móvil.	88
Figura 33 Página web 01.....	92
Figura 34 Página web 02.....	92
Figura 35 Página web 03.....	92
Figura 36 WhatsApp Business	93
Figura 37 Página de Facebook Credit School	93
Figura 38 Pagina de Tik Tok.....	94
Figura 39 Página de Instagram.....	95
Figura 40 Ubicación de la Oficina	96
Figura 41 Resultados de Pregunta 1.....	105
Figura 42 Resultados de Pregunta 2.....	105
Figura 43 Resultados de la Pregunta 3.....	106
Figura 44 Resultados de la Pregunta 4.....	106
Figura 45 Resultados de la Pregunta 5.....	107
Figura 46 Resultados de la Pregunta 6.....	107
Figura 47 Resultados de la Pregunta 7.....	108
Figura 48 Resultados de la Pregunta 8.....	108

Figura 49 Resultados de la Pregunta 9.....	109
Figura 50 Resultados de la Pregunta 10.....	109
Figura 51 Resultados de la Pregunta 11.....	110
Figura 52 Resultados de la Pregunta 12.....	110
Figura 53 Resultados de la Pregunta 13.....	111
Figura 54 Resultados de la Pregunta 14.....	111
Figura 55 Resultados de la Pregunta 15.....	112
Figura 56 Resultados de la Pregunta 16.....	112
Figura 57 Formula del WACC.....	123
Figura 58 Formula del COK	123

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Calificación de lluvia de ideas</i>	18
Tabla 2 Lluvia de Ideas de Negocio.....	10
Tabla 3 Productos sustitutos de las financieras	43
Tabla 4 Productos sustitutos de los bancos	45
Tabla 5 MATRIZ EFE	47
Tabla 6 MATRIZ EFI	55
Tabla 7 Datos generales de Fintech Credit School	56
Tabla 8 Tabla de Calificación	57
Tabla 9 Matriz de localización	58
Tabla 10 Matriz FODA	69
Tabla 11 Diagrama de Gantt	75
Tabla 12 Monto de Prestamos CREDIT SCHOOL	89
Tabla 13 Tasa de Interés por 30 días.....	89
Tabla 14 Tasa de Interés por 60 días.....	90
Tabla 15 Tasa de Interés por 90 días.....	90
Tabla 16 Tasa de Interés por 120 días.....	91
Tabla 17 Descripción del estudio	97
Tabla 18 Mercado Potencial.....	98
Tabla 19 Mercado Disponible	98
Tabla 20 Mercado Efectivo	99
Tabla 21 Segmentación por edad.....	100
Tabla 22 Segmentación por edad y sexo.....	100
Tabla 23 Segmentación por NSE Piura.....	100

Tabla 24 NSE del público objetivo	101
Tabla 25 <i>NSE B del público objetivo</i>	101
Tabla 26 Plan de Inversión.....	113
Tabla 27 Calculo De La Depreciación Anual Y Mensual.....	114
Tabla 28 Depreciación Y Amortización.....	114
Tabla 29 Monto De Préstamos	115
Tabla 30 Tasa De Interés Por 30 Días.....	115
Tabla 31 Tasa De Interés Por 60 Días.....	115
Tabla 32 Planilla De Personal	116
Tabla 33 Tasa de interés por 120 días	116
Tabla 34 Tasa De Interés Por 90 Días.....	116
Tabla 35 Gastos Administración Anual	117
Tabla 36 Gastos Operativos Mensuales	117
Tabla 37 Gastos De Ventas Anual	117
Tabla 38 Costo De Publicidad.....	117
Tabla 39 Costos Variables Unitarios.....	117
Tabla 40 Proyección de Costo de Ventas - Soles.....	118
Tabla 41 Resumen De Costo De Ventas	118
Tabla 42 Estimación de la Demanda.....	119
Tabla 43 Punto de Equilibrio General.....	119
Tabla 44 Proyección de Ventas - Número de Créditos	119
Tabla 45 Análisis de Morosidad.....	120
Tabla 46 Proyección De Ventas - Soles	120
Tabla 47 Flujo De Caja	121
Tabla 48 Indicadores Financieros.....	121

Tabla 49 Costo de Oportunidad del Capital (COK)	122
Tabla 50 Estado de Situación Financiera Inicial	122
Tabla 51 Estado de Resultados.....	122
Tabla 52 COK y WACC	122
Tabla 53 Financiamiento	124
Tabla 54 Cronograma de Pagos	125

Capítulo I

Definición del Proyecto

Idea del Negocio

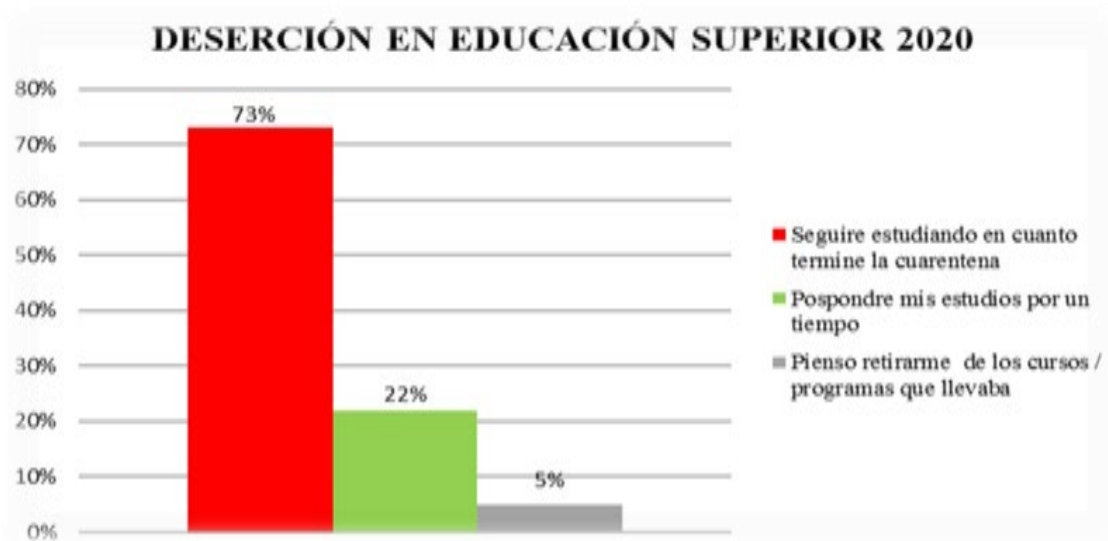
Implementación Fintech – “Credit School” en la ciudad de Piura.

Es un nuevo producto que brindara financiamiento a estudiantes de pregrado (universitarios y técnicos) cubriendo ciertas eventualidades que se dieron a raíz de la Pandemia ya que muchos estudiantes abandonaron sus carreras por falta de solvencia económica. Este presente plan de negocio tiene como objetivo otorgar créditos tanto para estudiantes universitarios como técnicos. De tal manera, que lo mencionado anteriormente se adapte a dicha necesidad de los futuros clientes.

Este Plan de Negocio tiene como idea innovadora facilitar al cliente un financiamiento de estudios, además de una respuesta rápida mediante nuestro aplicativo informando al cliente si es apto para la aprobación del crédito. Este préstamo estudiantil se manejará mediante el nuevo aplicativo móvil “UNITEC”.

Teniendo como competencia directa a bancos, cajas y financieras las cuales tienen productos similares al nuestro pero lo que nos diferencia es que nuestro producto tiene un plazo máximo de 4 meses con cuotas accesibles a los ingresos del cliente. Además de brindar una respuesta rápida dentro de las 6hr laborables.

Finalmente, lo que se espera es que estos jóvenes estudiantes accedan al crédito permitiéndoles poder continuar con sus carreras. La Educación es uno de los pilares fundamentales para el país.

Figura 1*Deserción en educación superior 2020*

Como se puede observar en la imagen dio como resultado que el 73% de los estudiantes optaran por continuar con sus estudios al terminar la cuarentena. Fuente: (RPP Noticias 2020)

Requisitos

- Edad: 21 a 28 años.
- Presentar certificado de estudios.
- Se Pedirá tener un Aval a personas que estén solicitando un crédito por primera vez.
- No presentar problemas de pago en ninguna entidad financiera.
- Si solicitas el crédito, debes acreditar ingresos por S/. 1,200. (El trabajador independiente deberá presentar su recibo por honorarios y el trabajador dependiente deberá presentar sus boletas de pagó).
- Si estas casado, tu conyugue también deberá firmar la solicitud y presentar la copia de su documento de identidad.

Barreras de Ingreso

- Si es un estudiante que no trabaja y sus padres le financian los estudios no estaría apto para obtener el crédito.
- Por ser menor de edad.
- Por los ingresos mensuales. Considerar un 30% de sus ingresos.
- Por una mala calificación en central de riesgo.

Beneficios

- Obtenlo desde cualquier lugar. Mediante la app móvil.
- No realizas colas, ni tramites.
- Puedes elegir el monto y cuotas.
- No te pedimos garantía (siempre y cuando el cliente tenga ya un historial crediticio).
- La cuota incluye el seguro de desgravamen, que cancela la deuda pendiente en caso de fallecimiento o invalidez permanente del titular del préstamo.

Figura 2

Aplicativo Unitec



Diagnóstico de la Idea de Negocio

Implementación Fintech – “Credit School” en la ciudad de Piura

Es un producto financiero dedicado al financiamiento de estudios para los futuros clientes que se encuentran en pre grado, debido a la necesidad de muchos estudiantes que dejaron sus estudios por falta de solvencia económica debido a la Pandemia. Basada en Una app de celular que personaliza sus datos más recientes para así poder acceder de manera fácil y rápida mejorando la experiencia y vivencia que se puede tener. Esta app puede descargarse de manera gratuita ofreciéndote ciertos beneficios.

Crédito grupal de viaje promocional para alumnos de 5to de secundaria

Este producto está dirigido aquellos alumnos promocionales que necesitan de financiamiento para su viaje de promoción ya que muchos padres no cuentan con dicho dinero en el momento. Este crédito no fue elegido como tema de proyecto porque hoy en día por pandemia no se están realizando y no sería rentable, generaría Pérdidas.

Tarjeta de crédito para el sector pesquero

Está dirigido a los pequeños empresarios que se dedican a la compra de Maquinas procesadoras de pescado, para los cuales necesitan financiamiento. Pero como se sabe el sector pesquero es uno de los más afectados por la pandemia y no se tendría confiabilidad en el cumplimiento de los pagos. Además de que no es producto muy rentable ya que existe un producto casi a la par el cual es capital de trabajo.

Tabla 1

Calificación de lluvia de ideas

1	Conservador
2	Moderado
3	Moderado/agresivo
4	Agresivo

Tabla 2*Lluvia de Ideas de Negocio*

IDEA DE NEGOCIO		CRÉDITO GRUPAL DE VIAJEPROMOCIONAL PARA ALUMNOS DE 5TO DE SECUNDARIA		IMPLEMENTACIÓN FINTECH – “CREDIT SCHOOL” EN LA CIUDAD DE PIURA.		TARJETA DE CRÉDITO PARA EL SECTOR PESQUERO	
FACTORES IMPORTANTES PARA EL ÉXITO	Valor	Clasificación	Calificación	Clasificación	Calificación	Clasificación	Calificación
ATENCIÓN 100% ONLINE Y PRESENCIAL	0.20	3	0.60	4	0.80	3	0.60
APROBACIÓN EN 6 HORAS	0.15	2	0.30	4	0.60	1	0.15
PRESENCIA EN EL MERCADO	0.15	2	0.30	1	0.15	1	0.15
REQUISITOS	0.05	1	0.05	2	0.10	3	0.15
NIVEL DE RIESGO	0.20	3	0.60	3	0.60	1	0.20
OPORTUNIDAD DE MERCADO	0.25	1	0.25	4	1.00	1	0.25
	1.00		2.10		3.25		1.50

Nota. El Proyecto con mayor calificación es para la idea de negocio IMPLEMENTACIÓN FINTECH – “CREDIT SCHOOL” EN LA CIUDAD DE PIURA, recibiendo una calificación del 3.25, en comparación de los proyectos CRÉDITO GRUPAL DE VIAJE PROMOCIONAL PARA ALUMNOS DE 5TO DE SECUNDARIA con una calificación 2.10 y TARJETA DE CRÉDITO PARA EL SECTOR PESQUERO con una calificación 1.50

Objetivo general

- Implementar una Fintech para promover el financiamiento a los estudiantes de pregrado de universidades e institutos.
- Llegar a la meta de 122 créditos otorgados por mes.
- Tener un crecimiento anual del 21 %.

Objetivos específicos

- Elaborar un plan económico financiero para determinar la viabilidad del proyecto.
- Incrementar las ventas en un 6% al segundo año.
- Diseñar un prototipo de la Fintech.
- Realizar un estudio de mercado para definir el público objetivo.
- Elaborar el plan organizacional del negocio para determinar las funciones de cada miembro de la empresa.

Justificación del proyecto (análisis de oportunidad)

La presente investigación se enfocará en el sector estudiantil (Universidades e Institutos) para mejorar la calidad de la educación. Puesto que muchos estudiantes dejaron de estudiar por el déficit económico que es una de las principales causas según lo indica Jorge Morí, director general de Educación Superior de Minedu.

Se sabe que seis de cada diez jóvenes tuvieron que detener sus estudios universitarios y técnicos superiores, debido a la crisis económica que viene atravesando el país por la pandemia. (Diario Gestión2020).

De acuerdo con la Federación de Instituciones Privadas de Educación Superior (Fipes),

solo en 2020, aproximadamente 450,000 jóvenes peruanos abandonaron sus estudios superiores; de los cuales, cerca de 170,000 se encontraban siguiendo una carrera técnica. (Diario Gestión 2020).

Dada la coyuntura actual en el país se realizó dicha investigación, llegando a la conclusión de que muchos jóvenes quedaron desempleados y no solo Jóvenes estudiantes sino la mayoría de la población. Al identificar la necesidad surge esta idea de negocio.

Por lo consiguiente se espera que todos los jóvenes a través del producto “CREDIT SCHOOL” que se está ofreciendo puedan retomar sus clases en sus respectivas universidades o institutos.

La Fintech “Credit School” tiene como finalidad ayudar en cada etapa a nuestros clientes mediante el financiamiento de su carrera para culminar de manera exitosa.

Capítulo II

Model Business Canvas

Segmentos De Clientes

Buscaremos llegar a nuevos clientes del sector Educativo de Pre – Grado, por medio de 4 factores de segmentación los cuales son: Geográfico, Demográfico, Psicográfico y Conductual, las cuales nos ayudaran a tener un mejor concepto de a quienes está siendo dirigido nuestra idea de negocio y adecuarlo según sus necesidades.

Segmentación geográfica

Ciudad: Piura

Segmentación demográfica

Edad: 21 a 28 años

Género: Masculino/Femenino Ingresos: s/ 1200

Nivel Socioeconómico: Población B Y COcupación: dependiente/ independiente

Población: Estudiantes de pre grado (Universitarios y Técnicos)

Segmentaciones psicográficas

Estudiantes universitarios y técnicos que tienen como objetivo culminar sus estudios, estos jóvenes son responsables y con ganas de triunfar.

Segmentación conductual

Jóvenes que estén estudiando actualmente, teniendo por lo consiguiente un historial crediticio normal con la finalidad de poder adquirir el crédito.

Propuesta de valor

El Principal objetivo es brindar financiamiento a estudiantes de pregrado dando la facilidad de adquirir un crédito mediante la evaluación rápida y fácil.

Dando la oportunidad a cada cliente de experimentar un proceso de solicitud en menos de 24 horas.

Así mismo brindando un apoyo a estudiantes que necesitan financiamiento para culminar sus carreras, con una tasa de interés accesible. Permitiéndoles a los Jóvenes poder continuar con sus estudios y lo más beneficioso es que podrá adquirirlo fácilmente y terminar el crédito en un corto tiempo.

Nuestra Fintech Cuenta con diferentes canales de atención donde nuestros clientes podrán visualizar los requisitos y beneficios que brindamos.

Podemos concluir que Credit School es tu mejor opción para culminar tu carrera con éxito.

Canales

- **Aplicativo móvil UNITEC:** Mediante el aplicativo se podrá acceder a simulaciones.
- **Página web:** Donde los clientes tendrán toda la información necesaria.
- **Correo electrónico:** Por este canal estaremos informando de todas las promociones de nuestro producto.
- **Teléfono:** mediante este canal se estará informando la aprobación del crédito en 4 horas dentro del horario laborable.
- **Redes sociales:** Nuestro producto será ofertado mediante los siguientes medios digitales como:
- **Facebook:** Mediante nuestra página de Facebook se dará a conocer información precisa de nuestro producto. Además de la publicidad que será manejada

mediante este medio digital.

- YouTube: Daremos a conocer los Beneficios del producto y ayudar a promocionarlo.
- Nuestra página web: Donde los clientes tendrán toda la información necesaria.
- Instagram: Promocionar nuestro producto para así conseguir más clientes. Que con ayuda de nuestra publicidad la Población estudiantil conozca más acerca de nuestra Fintech.
- Tik Tok: Publicidad del crédito y se dará a conocer las promociones y beneficios que se ofrecen.
- De esa manera se otorgará una tasa de interés dependiendo del cumplimiento de pago de cada cliente además de una atención personalizada y de una respuesta rápida ante cualquier queja o duda.

Relación con el cliente

Calidad del servicio en canales online: En este punto nuestra Fintech se enfocará en tener muy buena calidad de servicio por internet, dónde se puedan realizar y facilitar pagos entre otros. Además, otros tipos de consultas.

Potenciar la fluidez digital: en la actualidad la tecnología es una herramienta que nos facilita algunas gestiones, en este caso nuestra app será una herramienta de calidad donde brinde la facilidad para todas las operaciones que nuestros clientes deseen realizar.

Seguimiento post venta: el trato de nuestra Fintech será de manera amigable, al punto de tener la seguridad que nuestro cliente está satisfecho con nuestros productos o servicios que les brindamos. De esta manera tendremos en cuenta que aspectos poder mejorar, para poder seguir mejorando y creciendo como entidad.

Potenciar redes sociales como objetivo prioritario: las redes sociales son un aliado clave para todo tipo de empresa, de esta manera serán de mucha importancia tener al tanto a

nuestros clientes con publicidad, promociones, o algún tipo de descuento, de esa manera nuestros futuros clientes podrán tomarnos en cuenta para adquirir nuestros productos y servicios.

Flujos de ingreso

Nuestra fuente de ingreso es el interés que cobramos por cada crédito otorgado a nuestros clientes.

Recursos clave

Humanos

- Personal de la empresa

Tecnológico

- Página web
- Aplicativo móvil

Infraestructura

- Mobiliarios
- Equipos

Económico:

- Financiamiento del 60% de los socios y 40% financiado por el banco.

Actividades clave

- Constante capacitación al personal para la medición de los conocimientos y de ser necesario realizar un plan estratégico que permita a los colaboradores cumplir

con las labores encomendadas.

- Gestión de cobranza para mantener a nuestros clientes al día con los pagos pactados con la empresa, para ello utilizaremos las llamadas telefónicas y visitas presenciales.
- Proceso de evaluación crediticia para analizar el estatus del historial crediticio con Sentinel. El proceso se llevará a cabo dentro de las 24 horas.
- Económico: se ha optado porque cada socio entregue un aporte del 20%, haciendo una suma del 60% y el 40% será financiado por una entidad bancaria.

Red de partners

- Empresa de soporte para que la base de datos web esté segura para todos nuestros clientes: Business Key System EIRL. Lima.
- Proveedor para que el servicio del internet no tenga fallas en las operaciones: Claro
- Central de riesgo: Sentinel.
- Elaboración de la Fintech: Ingeniero de Sistemas.
- Para verificar si la información brindada es correcta. El cliente deberá escanear la Huella Dactilar, para eso se trabajará con: RENIEC.
- La principal función es brindar asesoramiento y dar a conocer sobre las normativas vigentes para que sus actuaciones se ajusten a la legalidad: Se trabajará con la Asesora legal – Krissthell García Lequermaque.

Estructura de costos

Costos Fijos

- Alquiler del local:
- Servicio de internet y telefonía
- Salarios

Costos Variables

- Pago de Servicios (energía eléctrica y agua)
- Mantenimiento de Equipos
- Viáticos

Figura 3
Modelo Canvas



Capítulo III

Diagnóstico del proyecto

Análisis Del Macroentorno

Los factores externos para las empresas dependen de su capacidad para adaptarse a la transformación del entorno. Por ello, contar con una estrategia para ajustar los cambios puede ser clave, este es un proceso que requiere de un conocimiento minucioso del entorno.

A través de la información recopilada se podrán tomar decisiones y así obtener una respuesta positiva para la empresa.

La herramienta de análisis PES es utilizada para reconocer los factores externos que afectan directamente a la empresa. Siempre y cuando, dentro del macroentorno. Es decir, se sabe que no puedes controlarlos ni cambiarlos. Solo conocerlos y actuar en consecuencia. El análisis PESTEL evalúa aquellos factores que de alguna u otra manera llegan a influenciar a la Fintech determinando su evolución en cuanto a las actividades que realiza. Este se complementa con el del Análisis FODA y en base a ello se elaboran las estrategias.

Los factores externos del negocio buscan influir en el desarrollo de la empresa a nivel macroeconómico los cuales puede determinar su evolución, tanto en términos económicos como de reputación por medio de estas 6 variables, las cuales son: Políticas, económicas, sociales, Tecnológicas, ecológicas y legales.

Variables políticas

Son aquellas que pueden subordinar (condicionar) la actividad empresarial por cuestiones de ideología de los partidos políticos. Es decir, estos pueden fomentar medidas

que ayuden o perjudiquen al desarrollo de la organización empresarial.

Estabilidad Política

La variable estabilidad política es uno de los pilares más importantes de una democracia plena. Es muy importante para un país no sólo ser políticamente estable sino también transmitir esta imagen al resto del mundo. En general, cuanto mayor es la estabilidad política y la transparencia del gobierno en el país, menor es el riesgo para el inversionista. Brinda seguridad que es lo que se necesita. Siendo la estabilidad política una amenaza dada la situación actual del país.

Corrupción

La variable corrupción obstaculiza el desarrollo de los sectores públicos y privados quitando la oportunidad de generar un mercado más competitivo, e incluso, generando sobrecostos dentro de la misma organización de una empresa por la selección de proveedores “a dedo”. (Diario Gestión 2018) Estos actos generan gran impacto en el valor de la empresa ya que su reputación está en juego. Teniendo como consecuencia grave la cancelación de licencia hasta disolución la empresa y no solo únicamente afecta a la empresa sino al país entero ya que no nos permite crecer. Siendo la corrupción una amenaza

Políticas De Subsidio

El estado peruano durante la pandemia ha proporcionado a la población peruana una serie de bonos (Subsidios económicos) para que de alguna u otra manera se pueda mitigar el impacto de la COVID 19 en nuestro país. No obstante, se sabe que hubo una serie de irregularidades sobre quien eran los destinatarios de los bonos, muchas personas comentaron que no necesitaban de ese subsidio monetario, pero aun así lo recibieron como hubo personas

de extrema pobreza del sector D que no recibieron ninguno de los bonos hasta el día de hoy. Lo que fue una oportunidad.

Los subsidios económicos entregados por el gobierno son los siguientes: Año 2020 – 2021.



El Bono Familiar Universal fue una ayuda de S/ 760 que otorgo el estado a los hogares que no contaban con ingresos en planilla.



Dirigido a 830 mil hogares en situación de pobreza y pobreza extrema del sector rural.



Dirigido a personas vulnerables en situación de pobreza y pobreza extrema, con el cual fueron beneficiados 2,7 millones de peruanos.



Dirigido a usuarios residenciales de los niveles socioeconómicos D Y E, con el cual 5.2 millones fueron beneficiados.



Dirigido a personas independientes que no tuvieron parte de ingresos económicos por el aislamiento social y pobreza extrema de acuerdo con el Sistema de Focalización de Hogares (SISFOH), hogares con algún beneficiario del Programa JUNTOS.



Variables económicas

Son muy importantes porque permiten conocer el estado en que se encuentra un país tanto en el ámbito económico como político. Lo cual se ve reflejado en nuestra situación actual hoy en día, gracias a la inestabilidad política que hay, ya que el gobierno es quien toma las decisiones racionales ya favor de un bien común, generando así crecimiento económico y un buen desarrollo social.

Tasas de interés

Se estima que la tasa de inflación anual se aproxime al límite inferior del rango meta en el horizonte de proyección, teniendo en cuenta el debilitamiento significativo de la demanda interna.

La inflación de marzo fue 0.65%, con lo cual la tasa interanual pasó de 1.9% en febrero a 1.8% en marzo de 2020.

Las expectativas de inflación a doce meses se ubicaron en 2% en marzo. La actividad económica se encuentra severamente afectada de manera temporal por oferta y demanda agregada.

Como se sabe los riesgos respecto a la actividad económica mundial se han acentuado, lo que incluye la posibilidad de una recesión económica en el primer semestre del año. Con esta decisión, nuestro país alcanzó su tasa de referencia más baja históricamente e,

igualmente, es la más baja que existe en la actualidad entre los mercados emergentes. (Fuente diario gestión). este es un punto clave y se puede decir que, en el ámbito político, la proyección incorpora una elevada y sostenida genera incertidumbre debido a un contexto caracterizado por tensiones políticas, así como bajas expectativas del sector privado en las medidas económicas y de otro tipo que implementará el Gobierno. Ese ámbito implicará cautela en el gasto privado, sobre todo en el de inversión. En ese escenario, se estima que la economía peruana crecerá 2,3% en 2022.

Puesto que el escenario base de proyecciones considera que la restauración de la actividad global continuará en los próximos trimestres, con una expansión de 6,1% en 2021 y de 4,8% en 2022, apoyada en el avance de la vacunación contra la COVID-19 y en políticas económicas que seguirán siendo expansivas.

A lo largo del 2022, el tipo de cambio seguirá mostrando episodios de volatilidad vinculados al escenario político y al inicio del tapering de la FED. El debilitamiento de la moneda peruana inducido por esos dos factores será en parte compensado por una balanza comercial superavitaria, que en 2022 registrará un máximo histórico. Según las proyecciones la cotización local del dólar cerrará este año entre 4,00 y 4,10 soles por USD, mientras que en 2022 lo hará entre 4,15 y 4,25 soles por USD. (fuente BBVA). Siendo la tasa de interés una amenaza.

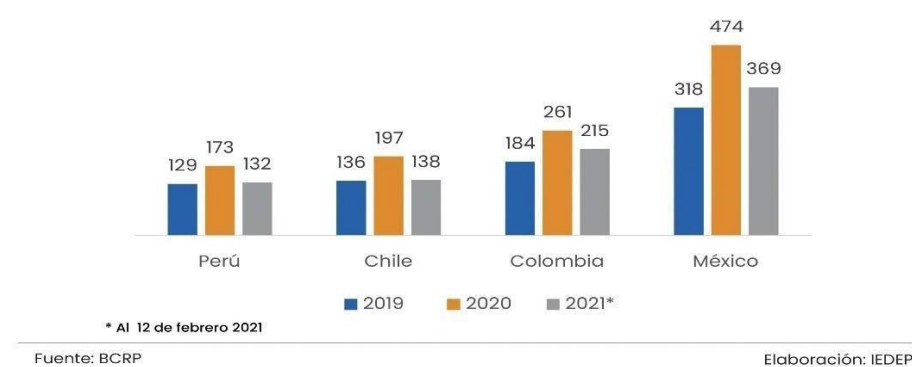
Riesgo País

Esta variable es importante porque mide la probabilidad de incumplimiento de las obligaciones financieras de una nación. Se sabe que cuanto mayor sea el riesgo, peor será la calificación recibida. El riesgo país es lo que implica el precio por arriesgarse a hacer negocios en un país.

El riesgo país del Perú, se ubicó en 173 puntos básicos al 27 de diciembre último, mostrando la segunda mejor posición en la región, después de Chile con 155 puntos básicos, según cifras del BCR. Le siguieron los riesgos país de Brasil (313 puntos básicos), México (351 puntos básicos), Colombia (356 puntos básicos) y Argentina (1,743 puntos básicos) Incluso, al 27 de diciembre pasado, el riesgo país peruano se posicionó por debajo del promedio de América Latina (404 puntos básicos) (fuente el peruano). Siendo esta variable una amenaza

Figura 4

Riesgo país del Perú se incrementó en febrero y marzo



Nota. Recuperado del BCRP

El Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL) informó que, desde febrero y marzo de este año, el riesgo país del Perú viene registrando un leve deterioro, cuyo índice se ha incrementado a niveles de 173 puntos básicos (pbs) al 11 de marzo del presente ejercicio.

En tanto, Chile es el país mejor ubicado en la región con 141 pbs, en parte por ser la economía con mayor avance en el proceso de vacunación de su población.

Según el IEDEP, a pesar de mantener reducida la vulnerabilidad externa, la evolución en el corto plazo y la incertidumbre por las próximas elecciones estarían afectando dicho índice para nuestro país.

Precisamente, de junio del 2019 a enero del 2021, Perú ha sido la economía con

menor riesgo país con 123 puntos básicos (pbs), seguido por Chile y Colombia, con 141 y 216 pbs, respectivamente; entre tanto América Latina en promedio se situaba en 399 pbs.

Cabe recordar que nuestro país se ha caracterizado como una de las economías de la región con menor riesgo país por su sólida estabilidad macroeconómica.

Déficit Fiscal

Esta Variable es importante porque permite conocer el estado en el que se encuentra el país. Un déficit fiscal sucede cuando el gobierno ha tenido un gasto que es mayor a los ingresos económicos de su país. Dada la coyuntura actual el déficit fiscal en Perú cerró el 2020 en 8% del PBI, su nivel más alto en los últimos 30 años, a raíz de la crisis sanitaria generada por el coronavirus. Se dice que para el año 2022, la economía mantendrá su eficacia y se estima que crecerá 4,8%, impulsada por el incremento del gasto privado, el crecimiento de las exportaciones. Así mismo el mejoramiento de la demanda externa, dado en un entorno de mayor control de la Covid – 19 y la vacunación masiva que se viene dando a toda la población. De esta manera, para 2022 se proyecta que se alcanzarán niveles de PBI previos a la pandemia (en términos anuales).

Cabe mencionar que el déficit fiscal que en 2019 cerró en -1,6% del PBI, el año 2020 cayó a -8,9% del PBI y la deuda pública que en 2019 se situó en 26,8% del PBI, el año pasado cerró en 35% del PBI. (Fuente la Camara.pe)

Con ello, Perú será uno de los países que liderará el crecimiento a nivel mundial en 2021 y 2022, en un contexto de recuperación de las fortalezas macroeconómicas, fundamentales para dar apoyo a un crecimiento sostenido. Consideramos que el déficit fiscal es una amenaza.

Variables sociales

Es uno de los principales determinantes del espacio personal, es decir, la manera en que las personas en interacción definen socialmente la situación en la que están involucrados.

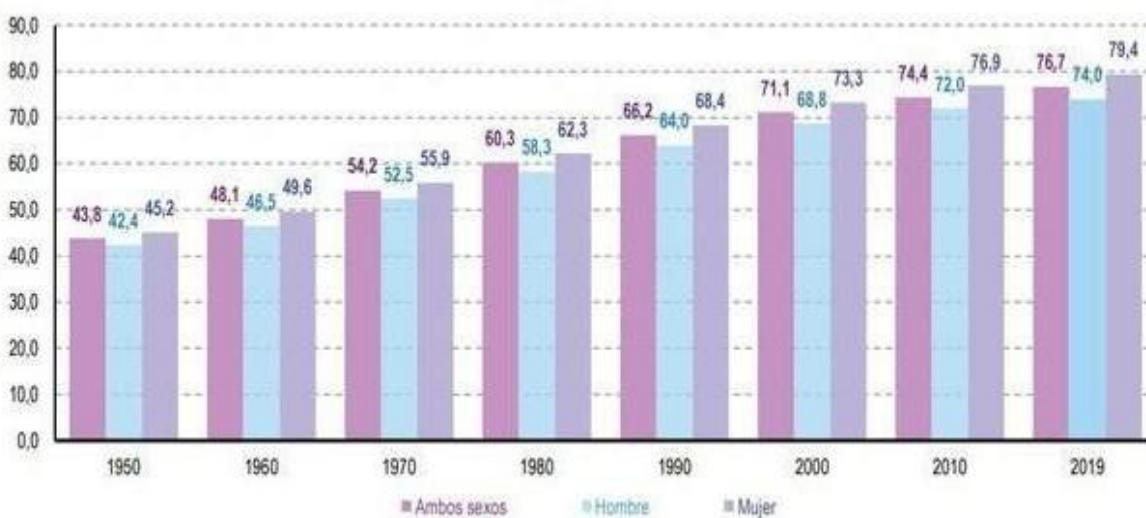
Tasa de crecimiento poblacional

El aumento poblacional trae consigo consecuencias negativas en muchos aspectos de la vida de las personas, tales como: escasez de recursos, colapso del mercado laboral, pobreza, desigualdad, inseguridad, deterioro ambiental.

Según INEI la población peruana alcanzó los 33 millones de habitantes en el año del bicentenario. Teniendo así un aumento de 17,7 veces, respecto a los resultados del Primer Censo poblacional realizado en 1836 (Época Republicana) que totalizó 1 millón 873 mil 736 personas; así lo dio a conocer el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) en el estudio Perú: Estado de la Población en el año del Bicentenario 2021. (Fuente Diario Comercio). Considerando que la tasa de crecimiento sería una amenaza

Figura 5

Crecimiento poblacional



Tasa de empleo y subempleo

La pandemia ha afectado diversos sectores del país como economía, finanzas, salud, educación e industria (sea agrónoma, minera o de bienes de consumo), entre los más importantes. Todos ellos están relacionados con una realidad muy importante y fundamental para el desarrollo de cualquier economía el empleo. (Fuente diario Gestión).

Aunque, debido al confinamiento las empresas buscaron una manera de adaptar sus trabajos a una forma remota (Virtual), cabe resaltar que no todos los empleos son adaptables al modo virtual y que muchos necesitan la presencia del trabajador para que este pueda ejecutar el trabajo en su centro de labor. Al no poderse adaptar a lo remoto esto genera desempleo, ya que, si un trabajador no puede ofrecer un servicio, la empresa no puede contratarlo o mantenerlo en su equipo. Considerando que la tasa de subempleo es una oportunidad

Actitudes hacia el servicio al cliente

Esta Variable es muy importante ya que el servicio al cliente es primordial para generar rentabilidad en una empresa, hacer todo lo posible para construir relaciones sólidas con los clientes y garantizar que ellos vean a la empresa como auténtica a través del comportamiento de los empleados que son la cara de la compañía.

Los clientes esperan altos estándares de servicio y experiencias de primera clase con una empresa. Crear experiencias positivas para los clientes solo es posible manteniendo una actitud positiva en el servicio al cliente, que a veces puede ser difícil de cultivar y mostrar. La buena actitud permite conocer más a fondo a los clientes sus necesidades e intereses. Considerando que es una oportunidad.

Variables tecnológicas

Estas variables van en relación con la utilización de tecnología e innovación y el avance que se produce en esa área. Lo que determina el tipo de maquinaria, equipos y procesos que utiliza la empresa.

Uso de tecnología de información

Esta variable es importante porque la tecnología informática se basa en el estudio, el desarrollo y la práctica de los sistemas como la de Base de datos (Big Data) de clientes, especialmente en lo que se refiere al uso del software y sistemas informáticos, se podría decir también que la tecnología informática ocupa de todos los procesos y los medios requeridos para tratar la información confidencial de cada empresa.

Considerando a la tecnología como una oportunidad.

Es de mayor importancia que cuenta con:

- Administración y gerencia de datos.
- Creación de red de información.
- Diseño de sistemas de base de datos.
- Desarrollo de software.

El Gobierno peruano dio a conocer el siguiente punto para la mejora del Sistema Nacional de Ciencia Tecnología e Innovación Tecnológica con la creación de los programas PROCIDENCIA y PROINNÓVATE, destinados a ofrecer las herramientas financieras para promover la formación altamente calificada de personal, mejorar la infraestructura y el equipamiento científico y tecnológico, y aumentar la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación nacional.

Mediante Decreto Supremo Decreto Supremo N° 051-2021-PCM se creó el Programa Nacional de Investigación Científica y Estudios Avanzados- PROCIDENCIA y a través del Decreto Supremo N° 009-2021-PRODUCE, el Programa Nacional de Desarrollo Tecnológico e Innovación – PRO INNÓVATE.

Uso de internet

Es importante mencionar que una página web y el aplicativo con el que trabajaremos permitirán una comunicación activa entre el usuario y la información. Esto permite que el usuario acceda a los datos de manera interactiva, gracias a que la página responderá a cada una de sus acciones, como por ejemplo rellenar y enviar formularios, participar en juegos diversos y acceder a gestores de base de datos de todo tipo. Siendo una oportunidad.

Y todo esto se basa al uso de Internet con lo cuenta con:

- Actualizaciones inmediatas: como el software lo gestiona el propio desarrollador, cuando nos conectamos estamos usando siempre la última versión que haya lanzado.
- Disponibilidad: suele ser alta porque el servicio se ofrece desde múltiples localizaciones para asegurar la continuidad del mismo.
- Consumo de recursos bajo: dado que toda (o gran parte) de la aplicación no se encuentra en nuestra computadora, muchas de las tareas que realiza el software no consumen recursos nuestros porque se realizan desde otra computadora.
- Multiplataforma: se pueden usar desde cualquier sistema operativo porque solamente es necesario tener un navegador.

Según lo leído por lo que dice el INEI hubo un Aumento de población usuaria de Internet mediante teléfono celular. El acceso a Internet a través de los teléfonos móviles sigue en aumento. En el cuarto trimestre de 2020, el 87,7% de la población que usa Internet, lo hizo a través de un celular. Por área de residencia, el 88,8% de la población usuaria de 6 y más años residente en Lima Metropolitana accedió a Internet a través del teléfono móvil, el 87,1% en el resto urbano (no incluye Lima Metropolitana) y el 86,5% en el área rural. Al relacionar con el trimestre del año anterior, se incrementó en todas las áreas. Así, en el área rural aumentó en 9,2 puntos porcentuales, en el resto urbano en 3,6 puntos porcentuales y en Lima Metropolitana en 2,2 puntos porcentuales. A ello también se dice que Más hombres que mujeres hacen uso de Internet. En el trimestre de estudio, el 71,4% de hombres y el 68,2% de las mujeres accedieron a este servicio, existiendo una brecha de género de 3,2 puntos porcentuales a favor de los hombres.

Desarrollo e integración de soluciones informáticas

Como bien sabemos La integración de datos es una combinación de procesos técnicos y de negocio que se utilizan para combinar información de diferentes fuentes para convertirla en datos fiables y valiosos. Estas soluciones de integración ayudan a comprender, limpiar, monitorizar, transformar y entregar datos para que las empresas puedan estar seguras de que la fuente de información es confiable, consistente y está gestionada en tiempo real.

Es de suma importancia que una empresa debe poner el foco en integración de datos:

- Reduce la carga sobre los analistas de negocios. Los profesionales del Business Intelligence se enfrentan a una carga de trabajo abrumadora tratando de filtrar las enormes cantidades de datos que entran a la empresa en el día a día. La

eliminación de los silos de datos permite a los usuarios acceder a diferentes conjuntos de información basada en sus necesidades específicas. Considerando que es una oportunidad

- Eliminar doble trabajo. Con una integración de datos se puede evitar esa redundancia y no sólo en términos de grandes proyectos. Los problemas más comunes a los que se enfrentan las empresas tienen que ver con registros de datos de clientes en múltiples lugares, documentación de procesos en distintos sistemas.
- Maximiza el valor de los datos. Unificar datos a través de distintos canales permite a las organizaciones aprovechar distintos tipos de datos conjuntamente con otros para maximizar su potencial y garantizar que los grupos de usuarios tienen la visibilidad que necesitan. Esta transparencia puede extenderse a interesados tanto internos como externos impulsando la colaboración dentro de la empresa.
- Mejora la toma de decisiones. Dar a los usuarios acceso a datos clave incorporados en las aplicaciones y servicios que utilizan les permite tomar mejores decisiones al interactuar con clientes y colaboradores. La integración de datos en los sistemas relevantes hace que la información sea accionable en las operaciones diarias, proporcionando a los usuarios las ideas que necesitan para trabajar con la mayor inteligencia posible.

El cuidado del medioambiente hoy en día se ha vuelto uno de los aspectos más preocupantes. Por ello, gobiernos, empresas e individuos trabajan de la mano para lograr alcanzar un desarrollo sostenible.

Protección del medio ambiente

Es la importancia de preservar el medio ambiente reside en su propia existencia, ya que todos vivimos en él.

Por tanto, si queremos asegurar la propia supervivencia y el bienestar humano, y del resto de seres vivos, debemos preocuparnos por su cuidado y protección. Debemos de ser conscientes del problema.

Muchas veces creemos que es la tarea de aquellas personas que han estudiado o se dedican profesionalmente a esta rama cuando, en realidad, se trata de una tarea que nos atañe a todos. Siendo esta una oportunidad.

Cultura de Reciclaje

Es de suma importancia saber que para lograr un buen proceso de reciclaje se debe saber separar basuras de manera correcta. Donde indique cada recipiente.

También, el reciclaje se encuentra vinculado con la producción de abono orgánico, que desvía toneladas de material residual para ser utilizado en producciones naturales. Sabemos que el reciclaje transforma los materiales destinados a desechos en recursos nuevamente valiosos para la sociedad. Siendo la cultura de reciclaje una oportunidad.

Amenazas de desastres naturales

América Latina y el Caribe es una de las regiones del planeta con más alta exposición a diversas amenazas naturales, como sequías, terremotos, inundaciones, incendios forestales, huracanes, deslizamientos de tierra, tsunamis y volcanes, entre otros. En los gráficos de abajo se puede observar un aumento sostenido de la ocurrencia de desastres causados por amenazas naturales, que solo en los últimos 40 años se han triplicado en la región, ocasionando importantes pérdidas humanas y económicas. Considerando que es una amenaza.

Figura 6
 Nota. Recuperado de The internacional disasters database (2019)
 Desastres naturales



Variables legales

Las variables legales, podemos decir que son todas las leyes, normas y regulaciones que aplica el gobierno y que limitan la forma de acción de la empresa.

Legislación laboral

Que, de conformidad con el Artículo I del Título Preliminar de la Ley N° 29783, Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo, y sus modificatorias, por el Principio de Prevención el empleador garantiza, en el centro de trabajo, el establecimiento de los medios y condiciones que protejan la vida, la salud y el bienestar de los trabajadores, y de aquellos que, no teniendo vínculo laboral, prestan servicios o se encuentran dentro del ámbito del centro de labores, debiendo considerar factores sociales, laborales y biológicos, diferenciados en función del

sexo, incorporando la dimensión de género en la evaluación y prevención de los riesgos en la salud laboral .

Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, establece que la normativa en aprobar normas y lineamientos técnicos, directivas, planes, programas, proyectos, estrategias e instrumentos orientados a garantizar la adecuada ejecución y supervisión de las políticas laborales a nivel nacional, la gestión de los recursos del Sector, así como para el otorgamiento y reconocimiento de derechos, la sanción, fiscalización y ejecución coactiva en las materias de su competencia.

Política monetaria

Se dice que el Directorio del Banco Central decidió mantener la tasa de referencia en 0,25% nuevamente. El Banco mantendrá una posición altamente expansiva por un periodo prolongado.

La autoridad monetaria comunicó que espera que la inflación se ubique en el centro del rango meta a inicios de este año y en el tramo inferior del mismo (entre 1 y 2 por ciento) hacia finales de 2021. También incidió en sus esfuerzos para proveer liquidez y su impacto sobre el crédito. Siendo esta una amenaza.

Informalidad

Se dice que la pandemia impulso a las personas a vencer los miedos a las operaciones bancarias en línea y aquellas que se hacen desde un Móvil, acercándolas más a las plataformas tecnológicas.

Según la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) las Fintech hace referencia a modelos de negocio que ofrecen productos y/o servicios financieros, mediante el

uso intensivo de las tecnologías de información, y que pueden traer importantes beneficios para los usuarios. No solo comprende a los nuevos emprendimientos, sino también a los modelos de negocio sobre plataformas tecnológicas de los bancos y otras instituciones que ya operan en el sistema financiero local.

“La pandemia ha contribuido al crecimiento explosivo de las Fintech, este mercado ha aumentado. En el 2019 había poco más de 100 en el Perú y ahora deben estar pasando los 200 startups en este sector” siendo la informalidad una gran oportunidad para las Fintech. Siendo esta una amenaza.

Análisis del microentorno

Los factores internos están relacionados con la empresa totalmente y son de gran influencia tanto en las operaciones diarias como en los resultados. Para el correcto análisis de este entorno más específico se utilizará el modelo de las 5 fuerzas de Porter, herramienta desarrollada por el profesor e investigador Michael Porter.

El modelo considera que la rentabilidad del sector viene determinada por cinco fuentes de presión competitiva, tres de ellas a nivel horizontal (rivalidad entre los competidores actuales, amenaza de productos sustitutos y amenaza de entrada de nuevos competidores) y dos a nivel vertical (poder negociador de los proveedores y de los clientes).

Los factores que componen el microentorno de una empresa son importantes y entender bien cuáles son y cómo le afectan es básico para afinar la planificación, mejorar la eficiencia operativa y lograr el éxito financiero. A continuación, se muestra un breve análisis de estos factores microeconómicos que afectan a casi todas las empresas:

- Proveedores: Personas encargadas que proporcionan bienes o servicios a otras personas o empresas.
- Distribuidores: Son personas o empresas encargadas de vender los productos o servicios, desempeñándose como un intermediario entre productor y el consumidor.
- Clientes: Es importante saber quiénes son los clientes y cuáles son sus razones para comprar el producto es un conocimiento de base para averiguar la forma más efectiva de plantear la comercialización. Conocer mejor sus necesidades.
- Competencia: Podemos considerar competencia aquellos que venden los mismos productos o servicios similares que la organización son su competencia en el mercado, y la forma en que venden debe tenerse en cuenta.
- Conviene tener en cuenta cómo le afectan al negocio sus precios y estrategias de diferenciación de productos y descubrir la manera de aprovechar esa información para obtener mejores resultados y adelantarse a ellos.
- El público en general: El público tiene el poder de ayudar al negocio a alcanzar sus metas... pero también puede alejarle de ellas. La atención al cliente es uno de los factores más importantes para que la empresa crezca.

Las cinco fuerzas que describe Porter son las siguientes: Poder de negociación de los clientes, Poder de negociación de los proveedores, Amenaza de nuevos competidores entrantes, Amenaza de nuevos productos sustitutos y Rivalidad entre competidores. A continuación, veremos cada una de ellas con más detalle.

Figura 7*Fuerzas de Michael Porter*

Poder de negociación con los clientes

Lo interesante de la industria con respecto al poder de negociación de los clientes tiene un resultado muy atractivo. El resultado de estudiantes con solicitudes de crédito en el mercado es muy extenso. Ya existen diferentes productos reemplazables dentro de bancos, cajas y financieras. Con un nivel muy bajo con respecto a costo de cambio para el estudiante, ellos se fían por el rápido acceso. Para concluir la contribución del cliente a la calidad de servicio es muy elevada porque se basan en fiabilidad, simplicidad y rapidez siendo esta una oportunidad.

Rivalidad entre empresas

Con respecto a la rivalidad entre las Fintech existentes resulta mediante respecto a las barreras de salida, la atractividad de la Fintech es neutra debido a la poca oferta existente actualmente en el sector. Siendo esta una Amenaza.

Algunos rivales préstamo personal (1 año a más en el mercado):

APURATA: Está Ubicado en Av. Sánchez Cerro 273, Piura 20001. Fintech donde se brindan préstamos 100% Online en 29 minutos.

Figura 8
APP Apurata



Nota. Recuperado de Apurata.com

KONTIGOBIZ: Está ubicado en Av. El Derby N 055, Santiago de Surco 15023. Proveedor líder de tecnología financiera y servicios de información Fintech. (Préstamos personales).

Figura 9
Kontigo Biz



COMPARABIEN: Está ubicado en Av. La Encalada 1090, Lima 15023. Es una web válida para Perú en la cual se puede comparar distintas opciones de préstamos, depósitos, seguros etc.

Figura 10
Comparabien



Nota. Recuperado de Comparabien.com

Amenaza de los nuevos entrantes

La amenaza de nuevos competidores es imparcial al analizarse los obstáculos que se presentarán al ingresar al mercado financiero. Además, de presentarse una atracción en las acciones.

Lograr una experiencia satisfactoria para el cliente podría ser provisional, debido a la eficacia de la innovación y las necesidades de los clientes. Siendo esta una amenaza.

Por lo consiguiente se debe tener una solución eficaz y de mínimo costo: Algunos nuevos entrantes préstamo personal:

Independencia

- Vertical Fintech: Consumer Lending
- Etapa y Capital levantado: Semilla // USD \$2M
- Año de fundación: 2016
- Fundadores: Ken Saito Hanawa
- Inversionistas: Credicorp Capital

Figura 11

App Independencia



Nota. Independencia.com.pe

Independencia es una Fintech peruana que otorga préstamos de consumo en línea a personas naturales en el Perú. Además, el startup ofrece una evaluación inmediata de datos tradicional y alternativa, con desembolsos al instante.

Andy es un producto de Latín Fintech

Figura 12

App Andy



Empresa peruana reconocida en la unidad financiera, de la superintendencia de banca, seguro y AFP que ofrece préstamos de una manera más accesible y eficaz que la banca tradicional.

Nos apoyamos en el uso de la tecnología para brindar a nuestros clientes una experiencia más placentera, sin papeleos ni trámites engorrosos. Estamos convencidos de que realizar operaciones financieras debería ser tan fácil como revisar tu Facebook, mirar un video en YouTube, o simplemente navegar por Internet.

CreditoPeru

Figura 13

App CreditoPeru



Nota. Recuperado de CreditoPerú Facebook

Somos una compañía que presta servicios financieros y que busca proporcionar una propuesta de valor para todos aquellos que nos eligen. Por ello hemos mejorado durante los últimos años y permanentemente nuestra experiencia en los medios digitales y Fintech.

Poder de negociación con los proveedores

Las empresas de desarrollo de software en Perú se encuentran ubicadas en Lima Metropolitana y su sector objetivo son las empresas financieras. No obstante, las centrales de riesgo son empresas privadas destinadas de consolidar la información reportada por las empresas del sistema financiero sobre la distribución.

Existen 4 en el Perú y mantienen una competencia agresiva. La calidad del servicio depende en parte de la veracidad de la información y la calidad de trabajo proporcionada por los proveedores. Siendo una oportunidad.

Programador y diseñador de nuestro aplicativo. Siendo esta una plataforma muy útil y necesaria para nuestros clientes, contaremos con el aplicativo actualizado para de esta manera brindar una buena experiencia. Además de es un principal medio de contacto con nuestros clientes.

Servicios básicos. Nuestra agencia contara como proveedores para nuestro activo físicocontrato con ENOSA y EPS Grau que se encargara de brindarnos servicios de luz y agua respectivamente.

ENOSA. Empresa de servicio público de electricidad y de economía mixta que opera en el rubro electricidad, fundamentalmente en distribución y comercialización de energía eléctrica. Está Ubicada en callao 875- Piura

EPS GRAU S.A. Es una empresa municipal de derecho privado, constituida como sociedad anónima con autonomía administrativa, técnica y económica. Está conformada por cinco.

Municipalidades provinciales y veinte distritales. comprendidas dentro del

departamento de Piura, donde la Entidad ejerce su jurisdicción.

Está Ubicada en Jr. Arena y Jr., Zelaya S/N, Piura 20001

Servicio de internet y telefonía. Mantendremos un contrato con la empresa de servicios de telefonía e internet claro, esta nos brindara su servicio en nuestro activo físico.

CLARO. Claro es la filial peruana de la compañía mexicana de telecomunicaciones Claro. Es la segunda empresa más grande entre las cuatro empresas de telefonía celular en el país y forma parte del Grupo América Móvil.

Figura 14
Empresa Claro



Amenaza de productos sustitutos

La amenaza de productos sustitutos resulta medianamente atractiva. Existe una amplia oferta crediticia en el sistema financiero formal, la desventaja es el acceso a créditos de forma más engorrosa y restringida e informal con su desventaja muy altas tasas de interés. Con respecto a la averiguación dio como conclusión que los rivales o competidores directos de las Fintech son las grandes entidades bancarias, financieras y cajas ya que tienen productos muy similares. Por lo consiguiente las Fintech que son de manera tradicional. Siendo esta una Amenaza.

Tabla 3

Productos sustitutos de las financieras

Financieras	FINANCIERA CONFIANZA	<p style="text-align: center;">Crédito Personal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Te facilitamos en nuevos soles desde los s/300.00 hasta los s/20,000.00 en un plazo de 3 a 36 cuotas. • El precio máximo puede ser elevado de acuerdo a la apreciación del cliente, llegando al tope máximo del margen legal. • Nuestros créditos se proporcionan con seguro desgravamen.
	FINANCIERA COMPARTAMOS	<p style="text-align: center;">Crédito Efectivo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Montos (de acuerdo a evaluación) Mínimo: S/ 1,500;Máximo: S/ 30,000 • Financiamiento: Hasta el 100% • Plazo (de acuerdo a evaluación) Mínimo: 6 cuotas;Máximo: 24 meses.
	FINANCIERA CREDINKA	<p style="text-align: center;">Crédito Consumo Personal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Créditos inmediatos, desembolsados en el día. • Tasa de Interés al rebatir. • Tasas de Interés al rebatir. • Plazo hasta 72 meses.

Nota. Financiera Confianza, Financiera Compartamos, Financiera Credinka. Elaboración Propia (2021)

Tabla 4*Productos sustitutos de los bancos*

Bancos	BBVA	<p style="text-align: center;">Préstamo Libre Disponibilidad BBVA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Monto Inicial: S/1,000 o su equivalente en dólares. • Monto Máximo: Sera referente al historial crediticio • Sera entregado en soles o dólares dependiendo de los ingresos del cliente. • El Plazo: Es desde 6 a 60 meses (según la evaluación crediticia con anterioridad).
	BCP	<p style="text-align: center;">Préstamo Personal BCP</p> <ul style="list-style-type: none"> • Préstamos sin Garantía. • Cuotas desde 1 hasta 60 meses. • 100% online, desembolso al instante. • No necesitas presentar documentación, solo tu Clave de Internet de 6 dígitos.
	INTERBANK	<p style="text-align: center;">Préstamo efectivo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Solo con tu DNI, pídelo sin trámites, ni documentos niaval. • Recíbelo en tu cuenta al instante. Si no tienes una cuenta, te la creamos sin costo y con tarjeta digital. • Personaliza tu préstamo. Eliges el monto y se cancela en las cuotas que quieras.

Tabla 5
MATRIZ EFE

	FACTOR CRÍTICO DE ÉXITO (ANÁLISIS EXTERNO)	PESO	CLASIFICACIÓN	PUNTUACIÓN
OPORTUNIDAD				
O1	RIESGO PAÍS (estimulo de inversión extranjera).	0.11	4	0.44
O2	USO DE LA TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN Y DE NUEVOS EQUIPOS TECNOLÓGICOS.	0.12	3	0.36
O3	UN CRECIENTE USO DE INTERNET.	0.12	3	0.36
O4	FACILIDAD EN TRATO Y CONFIANZA CON LOS CLIENTES.	0.11	3	0.33
O5	FACILIDAD DE NEGOCIACIÓN Y CONFIANZA CON PROVEEDORES.	0.15	4	0.6
	SUBTOTAL	0.61		2.09
AMENAZAS				
A1	UNA POLÍTICA INESTABLE.	0.07	2	0.14
A2	ECONOMÍA INFORMAL.	0.06	1	0.06
A3	PROBABILIDAD DE INCUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES FINANCIERAS.	0.11	2	0.22
A4	DISPUTA CON OTRAS FINTECH QUE OFRECEN PRODUCTOS SIMILARES.	0.15	2	0.3
	SUBTOTAL	0.39		0.72
	TOTAL	1		2.81

En la tabla podemos observar que las oportunidades sobrepasan las amenazas significando un gran valor para el negocio. El total de ponderado de la empresa es de un total de 2.81 lo que indica que la organización responde de manera positiva a las oportunidades y amenazas que se presentan en su sector, lo que quiere decir que la empresa tiene la capacidad para aprovechar de manera eficaz las oportunidades que se presentan y reducen los efectos que presentan las amenazas en su entorno externo.

Análisis AMOFHIT

Un análisis no es completo si no se evalúan los factores internos que brindan detalles de cómo se encuentra la empresa en el tiempo actual, tanto los positivos, que serán definidos como fortalezas, como las oportunidades de mejora, llamadas debilidades.

Es necesario ser lo más claro posible para así tener una información veraz que permita analizar la información y decidir qué fortalezas se impulsarán y qué debilidades serán mejoradas o mejor aún, transformadas en fortalezas.

De este análisis debemos obtener información de diferenciación de nuestra empresa sobre las demás del sector, elemento fundamental de competitividad.

Los aspectos a evaluar son: Administración y gerencia. Marketing, ventas e investigación de mercados. Operaciones, logística e infraestructura. Finanzas y contabilidad. Recursos humanos y cultura. Sistemas de información y comunicaciones. Tecnología, investigación y desarrollo.

Administración (A)

El campo de Administración (Gerencia) será la encargada de los aspectos estratégicos y operacionales, teniendo en cuenta el rumbo y las estrategias que se implementarán en la organización.

Se deberán manejar ciertos cambios, asegurando la viabilidad mediante la asignación de recursos hacia las demás áreas de la empresa, dirigidos al cumplimiento de sus obligaciones de manera eficiente. El Objetivo de la administración es mejorar la productividad incrementando las posibilidades de competir en el mercado financiero y global. Se llevará a cabo el presente plan de Negocio IMPLEMENTACIÓN FINTECH – “CREDIT SCHOOL” siendo capaz de manejar los aspectos estratégicos y operacionales teniendo en cuenta el rumbo y las estrategias que se implementaran en la organización. Siendo una debilidad.

Marketing (M)

El campo de marketing y ventas es uno de los departamentos más importantes de la empresa, puesto que una de sus principales funciones es comunicar el valor del producto y/o servicios, teniendo la finalidad de promocionar los productos de la empresa.

La Fintech “Credit School” será manejada a través de una plataforma virtual “UNITEC”.

En otras palabras, es necesario el uso de la tecnología hoy en día mediante los diversos canales digitales, para conocer cada producto o servicio y conocer al público objetivo quienes en este caso son los Estudiantes de Pre – Grado (Universitarios y técnicos).

El marketing permite diseñar y ejecutar campañas publicitarias, implementando estrategias y ofreciendo un servicio de calidad, creando lazos con los clientes. Siendo una fortaleza.

Variables consideradas

Tiene en cuenta cuatro variables controlables de una compañía (producto, precio, distribución y promoción) y se utiliza para definir y conseguir los objetivos comerciales.

Actualmente, las redes sociales hoy en día son importantes para la publicidad, siendo la manera de promocionar los productos o servicios de manera rápida y eficaz. Por lo que Credit School estará presente en las diversas redes sociales, de esa manera los clientes conocerán la Fintech.

Se considera una Fortaleza que la Fintech “Credit School” utilice las redes sociales como parte de la estrategia de Marketing para promocionar la Fintech.

La participación de Fintech “Credit School” en el mercado financiero todavía no es notable por lo que se considera una debilidad, debido a la reciente incorporación en el mercado de las Fintech, por lo que se buscare implementar buenas estrategias de marketing con la finalidad de tener presencia en el mercado. Siendo esta una Oportunidad.

Operaciones/Logística (O)

El campo de operaciones y logística se encargará de ejecutar los procesos para la producción de los bienes y servicios.

Dentro de este gran proceso, existen cinco funciones que en la actualidad son básicas para lograr un adecuado nivel de servicio al cliente. Estas son:

Control del Inventario. Controlar el inventario es básico para poder acometer un adecuado proceso logístico.

Procesos Operativos en el Almacén. Son todas las actividades operativas que se desarrollan dentro del almacén por un conjunto de recursos materiales y humanos, en especial el proceso de picking, que es la recogida y combinación de cargas unitarias que conforman el pedido de un cliente.

Transporte de Distribución. Última Milla. Denominamos última milla al último tramo del trayecto que recorre un pedido antes de ser entregado a su comprador.

Trazabilidad. La trazabilidad es la localización de los productos en el espacio y en el tiempo, que permite, de forma fehaciente y en cualquier momento, la reconstrucción del proceso íntegro de compra: producción, almacenaje, transporte, distribución y venta.

Logística Inversa. En la gestión empresarial actual, el ciclo inverso del producto adquiere cada día más importancia como consecuencia de un consumidor más exigente y unas normativas que persiguen mejorar la sostenibilidad de nuestro planeta. (Fuente ESIC Fecha de publicación: Julio 2018; Autor: Antonio Iglesias López)

Variables consideradas

Eficiencia tecnológica, se refiere a la eficiencia que tendrá el aplicativo “UNITEC”.

El buen manejo del tiempo de respuesta apunta al plazo de respuesta ante los distintos procesos que efectuará la Fintech.

La Fintech “Credit School” se desarrollará mediante el aplicativo “UNITEC”, este aplicativo será la única plataforma digital por la cual se aprobarán los préstamos los cuales no serán desembolsados, sino que la propia Fintech se encargará de pagar el ciclo directamente a

la Universidad/o instituto. Cabe resaltar que existe un tiempo límite dentro de las horas laborables para la respuesta por parte de la Fintech. Por ejemplo, para el proceso de evaluación de préstamos se respetará el tiempo máximo (4h) en el cual se le informara al cliente si fue aprobado y la confirmación de pago por parte de la Fintech. Además, cabe mencionar que en el caso de que existan reclamos o dudas adicionales sobre el préstamo y la confirmación del pago serán atendidos a través del whatsapp de la Fintech o por la página de Facebook.

Finanzas y Contabilidad (F)

El campo de finanzas será responsable de obtener los recursos económicos precisos en el momento conveniente, además también enfocado en la calidad, cantidad y el costo requerido para la Fintech Credit School.

La Fintech “Credit School” se enfocará en las siguientes variables consideradas:

Las ratios de liquidez y además el nivel de endeudamiento financiero y operativo, el costo de capital en relación con la Fintech y los competidores, acceso a fuentes de capital de corto y largo plazo, estructura de costos, situación tributaria, relaciones con accionistas e inversionistas, política de reparto de dividendos, cartera de morosos y situación patrimonial. Siendo esta una debilidad.

Algunas funciones del área finanzas y contabilidad:

- Apoyar el crecimiento rentable de la empresa en el marco de su estrategia.
- Evaluar las inversiones en sus dimensiones de rentabilidad y riesgo.
- Financiar las actividades y el crecimiento, captando los recursos necesarios.
- Gestionar prudentemente el riesgo para proteger los resultados de la empresa.
- Asegurar la liquidez y la solvencia para cubrir sus obligaciones financieras.
- Gestionar los procesos administrativos de las operaciones.

Recursos Humanos y Cultura (H)

Contar con un Departamento de Recursos Humanos es crucial para el éxito de una empresa y puede ser el recurso más importante para mejorar y mantener a los empleados motivados. Será el encargado de la selección, contratación, capacitación y motivación para así cumplir las expectativas de todo personal que conforma la empresa y los objetivos comerciales de la misma.

En resumen, Recursos Humanos se centra en ayudar y mejorar al máximo el talento con el que cuenta la empresa, manteniendo como prioridad el desarrollo profesional de sus empleados, nos guiamos y damos las herramientas necesarias para el día a día. Ayuda a lograr nuestros objetivos es una de nuestras finalidades principales. Siendo esta una fortaleza.

Variables consideradas

- Disponibilidad y calidad de mano de obra.
- Costos laborales en relación con la industria y competidores.
- Nivel de remuneraciones y beneficios.
- Efectividad de los incentivos al desempeño.

Sistema De Información (I)

Es un conjunto de componentes interrelacionados que trabajan juntos para recopilar, procesar, almacenar y difundir información para apoyar la toma de decisiones. Además, apoyan la coordinación, control, análisis y visualización de una organización. Siendo esta una fortaleza.

Variables consideradas

- Sistemas orientados al usuario.

- Capacidad del personal de utilizar la información.
- Sistemas de comunicación interna y externa.
- Redes y su administración.

CREDIT SCHOOL contará con la herramienta de comunicación interna de la Fintech, mensajería instantánea WhatsApp, para agilizar los trámites con nuestros clientes y a la vez no perjudicarlos con respecto al nivel de respuesta sobre algún proceso, esto es considerado como punto a favor de la Fintech.

Tecnología, Investigación y Desarrollo

La aplicación de la tecnología en las empresas está modificando los modelos de los negocios. Sin embargo, el ritmo de evolución es distinto según qué organizaciones. Y es que muchas de ellas todavía no han iniciado el tan inminente y relevante camino hacia la transformación digital, que puedesuponer su supervivencia en el futuro.

La innovación e inclusión de la tecnología en las empresas se traduce en mejores resultados delnegocio.

La razón está en la capacidad de la transformación digital para la aceleración de las actividades,los procesos, las competencias y los modelos. De esta forma, se puede aprovechar los cambios, el impacto y las oportunidades de dichas tecnologías de manera estratégica dentro de la compañía. Siendoesta una debilidad.

Variables consideradas

- Tecnología en productos y procesos.
- Capacidad de adopción de nuevas tecnologías.
- Dependencia de internet para el funcionamiento del aplicativo para Android y Apple.

Tabla 6*MATRIZ EFI*

	FACTOR CRÍTICO DE ÉXITO (ANÁLISIS INTERNO)	PESO	CLASIFICACIÓN	PUNTUACIÓN
FORTALEZAS				
F1	SERVICIO Y EXPERIENCIAS DE PRIMERA CLASE.	0.09	4	0.36
F2	USO DE REDES SOCIALES PARA PROMOCIONAR LA FINTECH (PÁGINA WEB, FACEBOOK E INSTAGRAM)	0.11	4	0.44
F3	DESARROLLO TECNOLÓGICO DEL APLICATIVO DIGITAL.	0.12	3	0.36
F4	GESTIÓN DE DESEMPEÑO DE LOS COLABORADORES/CONSTANTE CAPACITACIÓN A LOS COLABORADORES.	0.08	3	0.24
F5	PROCESO DE EVALUACIÓN TIEMPO MÁXIMO (4H)	0.08	3	0.24
F6	BASE DE DATOS (BIG DATA) DE CLIENTES.	0.15	4	0.6
	SUBTOTAL	0.63		2.24
DEBILIDADES				
D1	DEPENDENCIA DE TERCEROS (BANCOS) PARA LA OPERATIVIDAD.	0.10	1	0.10
D2	LA FINTECH NO TIENE PRESTIGIO POR SER NUEVA EN EL MERCADO.	0.06	1	0.06
D3	INGRESO RECIENTE AL MERCADO DE LA FINTECH “CREDIT SCHOOL”.	0.12	2	0.24
D4	MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD PARA COMPETIR EN EL MERCADO FINANCIERO.	0.09	2	0.18
	SUBTOTAL	0.37		0.58
	TOTAL	1.00		2.82

El análisis de la empresa permitirá conocer las fortalezas y debilidades para enfrentar los desafíos que se presentarán en la empresa. Este análisis dio como resultado 2.82, lo que indica que las fortalezas son mayores a las debilidades, lo cual nos permitirá poder conocer en qué área se pueden hacer mejoras.

Capítulo IV

Planeamiento Estratégico Del Producto

Antecedentes Generales de la Organización

En la actualidad las Fintech cumplen un rol fundamental en el sector financiero, sobre todo en estos tiempos de cambio e innovación.

Pero este tipo de tecnología no es reciente, sino más bien

Las Fintech que conocemos en la actualidad no es más que la evolución de una serie de empresas de tecnología financiera.

En 1995 Wells Fargo empieza a utilizar internet para ofrecer servicios bancarios. Tres años después, la empresa Confinity se transformaría en la conocida PayPal. En 1999 se funda la empresa Alibaba Group Holding y años después la misma lanzaría Alipay para pagos exclusivos de su plataforma. Posteriormente se constituiría la Fintech más grande del mundo llamada Ant Financial Services Group.

Tabla 7

Datos generales de Fintech Credit School

Sociedad	Fintech Credit School S.A
Título comercial	Credit School
Nombre de la Aplicación	Unitec
Socios	<ul style="list-style-type: none"> • Ivana Huancayo Aparicio • Nallely Salvador Calle • Sergio Flores Córdova
Año de fundación	2021
Rubro	Préstamos personales
Agrupación de la empresa	Fintech

El Ámbito local y geográfico	Empresa Local – Distrito de Paita
------------------------------	-----------------------------------

Modelo de empresa	SA.
Localización	Junín 479 - Paita
Población destinada	Estudiantes de Pre- Grado Universitarios o técnicos.

Tabla 8*Tabla de Calificación*

1	Nada Estratégico
2	Poco Estratégico
3	Estratégico
4	Muy Estratégico
5	Excelente

Tabla 9*Matriz de localización*

MATRIZ DE LOCALIZACIÓN							
		PUNTO 1		PUNTO 2		PUNTO 3	
		UNÍN 479 - PAITA		ISABEL BARRETO II ETAPA MZ “T” LOTE 17 FONAVI – PAITA		AA.HH MARCO JARA I ETAPA MZ “U” LOTE 14 – PAITA	
FACTOR	PESO	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.
Conectividad internet	0.20	5	1	4	0.8	3	0.60
Presencia Virtual	0.10	5	0.5	3	0.3	3	0.3
Cercanía a Los clientes	0.10	4	0.4	3	0.3	3	0.3
Zona no inundable	0.05	4	0.2	2	0.1	2	0.1
Precios de Alquiler	0.05	4	0.2	3	0.15	3	0.15
Presencia de competidores	0.15	5	0.75	5	0.75	5	0.75
Seguridad Ciudadana	0.20	5	1.00	3	0.6	3	0.6
Medios de transporte	0.10	5	0.5	4	0.4	4	0.4
Disponibilidad deservicios básicos	0.05	5	0.25	3	0.15	3	0.15
Total		Suma 1	4.80	Suma 2	3.55	Suma 3	3.35

Antes de poder elegir la dirección del local se realizó un previo análisis a través de la matriz delocalización, la cual ayudo a elegir el punto estratégico del local. Dando una calificación del 1 al 5, siendo 1 nada estratégico y 5 excelente para poder seleccionar el punto con mayor puntaje el cual fue con la dirección: Junín 479 – Paita.

Misión, Visión y Valores

Misión

Nuestra Misión es ofrecer un financiamiento a estudiantes de Pre – Grado quienes dejaron sus estudios a raíz de la pandemia. Brindando un apoyo a la educación que es uno de los factores importantes para el crecimiento del país.

Visión

Nuestra Visión es llegar a ser una de las Fintech más conocidas del País. Para lograrlo, hemos establecido una cultura que apoya a los miembros de nuestro equipo para que ellos puedan dar un servicio excepcional a nuestros clientes. Además de la implementación de un aplicativo móvil novedoso y muy fácil de usar.

Valores

Compromiso. Tenemos el compromiso de trabajar de una forma eficiente para sacar al mercado un producto que cumpla con todos los estándares.

Confianza. Construimos relaciones a largo plazo en todos los negocios y acciones que emprendemos. Así logramos inspirar a empleados, clientes, socios y todas las personas relacionadas con nuestras actividades en seguir depositando su confianza a través del tiempo.

Respeto. Valorar intereses de clientes y socios para establecer acuerdos estratégicos que nos permitan obtener beneficios, exitosos y equilibrados para todos, en cada una de nuestras operaciones comerciales.

Trabajo en equipo. Compartimos nuestros objetivos y estrategias, nos esforzamos por ser comunicativos y transparentes, fomentando un ambiente abierto y flexible donde prevalezcan los objetivos del equipo sobre los personales.

Objetivos De La Empresa

- Satisfacer la necesidad de los clientes, brindándoles un producto de calidad.
- Tener una cartera de clientes bien establecida.
- Atención al empleado, brindándoles las mejores condiciones laborales para que garanticen unaplanilla sólida, estable, satisfecha y comprometida con las metas de la empresa.
- Reducir poco a poco la tasa de estudiantes que dejaron de asistir a clases por falta definanciamiento.

Logotipo

Figura 15
Logotipo

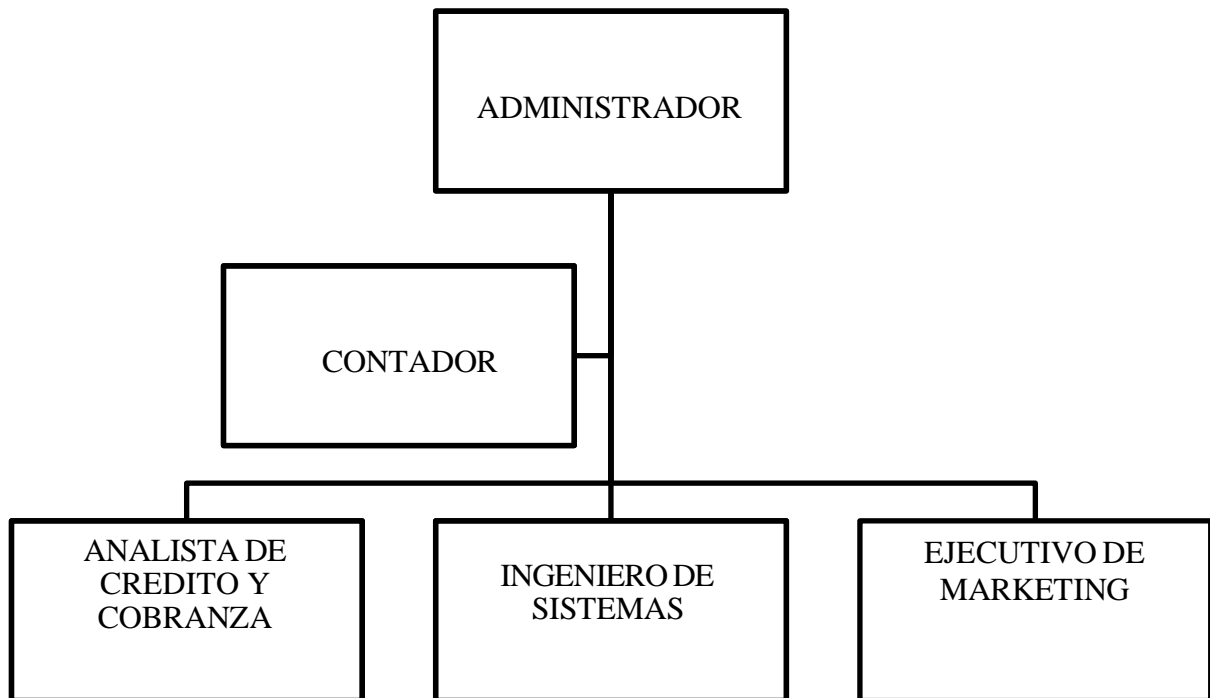


El libro es uno de los símbolos representativos de la educación.

UNITEC viene de las primeras iniciales del público objetivo de a Fintech quienes son universitarios y técnicos.

Organigrama

Figura 16
Organigrama



Descripción de las Áreas Funcionales

Administrador

Tiene la responsabilidad de planificar ejecutar y controlar los recursos financieros como también los flujos de dinero. A ello se le asigna la elaboración de presupuesto y manejos de todos los créditos estudiantiles como también en la toma de decisiones.

Perfil

- Analizar el medio financiero y económico de la FINTECH CREDIT SCHOOL.

- Integrar prácticas y conocimiento financiero de manera innovadora para lograr un buen desempeño en la FINTECH con un enfoque exitoso.
- Proponer y desarrollar estrategias, para las situaciones del entorno estudiantil de la forma que se mitiguen los riesgos y se maximice el valor de CREDIT SCHOOL.
- Tomar decisiones de inversión, financiación y reparto de utilidades.

Funciones

- Dirigir el departamento financiero.
- Manejar y administrar efectivo.
- Administrar inventario.
- Velar por el equilibrio entre la liquidez y rentabilidad.
- Analizar el estado financiero de la empresa y velar por su rendimiento.
- Estudiar los balances de pérdidas y ganancias.

Contador

Tiene la responsabilidad de dirigir los temas de análisis, proyección y revisión de estados financieros contables y de presupuestos. Además, va de la mano con otras áreas, por lo que la contabilidad será relacionada con cada campo relacionado a la FINTECH.

Perfil

- Tener la Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de organización e innovación.
- Desempeñarse con ética.
- Actualizarse de manera continua.

Funciones

- Ver por el equilibrio entre la liquidez y rentabilidad.
- Analizar el estado financiero de la empresa y velar por su rendimiento.
- Estudiar los balances de pérdidas y ganancias.

Analista De Crédito

Tiene la responsabilidad de analizar el crédito que se otorgara como también evaluar la capacidad que tiene dicho cliente para pagar el préstamo otorgado. Por lo que el trabajo de un analista de crédito es administrar el nivel de riesgo al que está exponiendo en este caso la FINTECH.

Perfil

- Estar al día con información relacionada ca las leyes, el cumplimiento y el riesgo del mercado.
- Tener Habilidad para analizar flujos de caja, apalancamiento, garantías y solvencia del cliente.
- Contar con las capacidades de comunicación y negociación.

Funciones

- Evaluar la solvencia crediticia de los clientes futuros.
- Revisar minuciosamente las transacciones financieras y el historial de crédito ya sea(solicitudes, declaraciones, balances, documentos legales, etc.).
- Análisis completo de ratios, y flujos de efectivo.
- Determinar con sinceridad el grado de riesgo que supone el crédito de dicho

cliente.

- Cumplir la política de crédito y las directrices conexas.

Analista de Cobranza

A ello el analista de cobranza tiene como misión establecer estrategias para la cobranza de los Créditos estudiantiles lo que lo ejecutara mediante el uso y/o desarrollo de estrategias como realizar análisis y seguimiento continuo para la gestión cobranza.

Perfil

- Contar con Conocimiento en los procedimientos de facturación como también estrategias decobranza
- Familiaridad con la legislación en materia de cobro de deudas
- Conocimientos prácticos de MS Office y bases de datos
- Tener la capacidad de negociación como también solucionar problemas

Funciones

- Establecer estrategias para la cobranza de los Créditos estudiantiles, en sus distintas observaciones de mora, por medio del uso o desarrollo de herramientas analíticas avanzadas.
- Realizar análisis y una búsqueda continua de los resultados de gestión con el propósito de identificar oportunidades de mejora.
- Desarrollar soluciones de mejora e innovación que nos permitan incrementar el recupero.
- Incrementar la productividad y/o mejorar la satisfacción de nuestros clientes.

Ingeniero de Sistemas

Tiene como objetivo el diseño, evaluación, y mantenimiento de la aplicación UNITEC y el software con el que trabajaremos, además del soporte técnico, sistemas operativos, como también la recopilación de datos de nuestros futuros clientes.

Perfil

- Controlar y monitorear el funcionamiento y operación de los sistemas de.
- Participar satisfactoriamente de la implantación de nuevos sistemas y/o cambios existentes.
- Mantener el soporte de los sistemas que están en operación

Ejecutivo de Marketing

Tiene como objetivo la implementación, de todo el trabajo puesto en marcha y el plan digital sin embargo el Ejecutivo de Marketing Digital tiene la responsabilidad de conocer los conceptos del mundo online por ello es un recurso único para garantizar ingresos.

Perfil

- Conocer sobre las herramientas digitales más atractivas para la gestión de contenidos en webs,y redes sociales.
- Tener capacidad de análisis e interpretación de los resultados para ver el éxito de las estrategiaso campañas.
- Planificar y monitorear presencia única de la FINTECH en las redes sociales.
- Debe ser una persona capaz de planificar y lograr cumplir con los objetivos de marketing digitalde la FINTECH.

Funciones

- Publicidad en plataformas online: Facebook, Twitter, LinkedIn entre otras.
- Promover contenidos de marketing y promoción
- Crear contenidos que motiven la optimización de búsqueda para el aplicativo.

Diseño Del Producto O Servicio

Descripción Del Producto O Servicio

FINTECH- CREDIT SCHOOL se crea con la finalidad de otorgar financiamiento a aquellas personas (estudiantes) que son rechazados por las exigencias que existe en el sistema financiero a través de préstamos. Este tipo de financiamiento cooperara con las personas a adquirir liquidez en un cortísimo plazo y así ir obteniendo su historial crediticio.

La FINTECH se ejecutará a través del aplicativo denominado UNITEC mediante el cual el cliente puede elegir el monto y el plazo de su préstamo, adaptándose a su necesidad posteriormente realiza la solicitud del mismo. La respuesta de sobre la aprobación o rechazo de dicha solicitud será en un corto tiempo.

Características Del Producto O Servicio

- Innovador: FINTECH- CREDIT SCHOOL presenta una idea flamante en el mercado de las FINTECH, mediante el desembolso de créditos estudiantiles. Gracias al equipo de colaboradores y al gran uso de la tecnología esta es una nueva modalidad que se podrá solicitar un préstamo sin necesidad de ir al banco.
- Accesible: CREDIT SCHOOL es accesible por lo que no solicita muchos requisitos, a ello si no tienes historial crediticio esto no será un obstáculo para acceder al préstamo.

- **Confiable:** FINTECH- CREDIT SCHOOL será 100% confiable puesto que se creará alianzas de confianza con los clientes a través del aplicativo UNITEC para que el cliente se sienta seguro antes de solicitar su crédito
- **Seguro:** La información que se solicitara, se registrara y se maneja de manera segura sin ningún riesgo de filtración de información ya que se maneja de manera interna con la finalidad de proteger los datos del cliente.
- **Responsabilidad:** Se evaluará de manera apropiada respetando los tiempos de respuesta que se indicara al cliente, esto manifiesta el compromiso que tiene la FINTECH con el cliente
- **Transparencia:** Toda la información que se le proporcionará será clara y concisa

Alcance Del Producto O Servicio

La FINTECH- CREDIT SCHOOL ofrece financiamiento a estudiantes de la ciudad de Piura y distritos. Con el fin de dar una oportunidad a jóvenes que abandonaron sus estudios por falta de solvencia económica debido a la pandemia. Este producto va dirigido a jóvenes de 21 a 28 años.

Análisis FODA Y Matriz FODA

Fortalezas

- F1 Servicio y experiencias de primera clase.
- F2 Uso de redes sociales para promocionar la Fintech (página web, Facebook e Instagram, whatsapp, tik tok)
- F3 Desarrollo tecnológico del aplicativo digital.
- F4 Gestión de desempeño de los colaboradores/constante capacitación a los colaboradores.

- F5 Proceso de evaluación tiempo máximo (6 hr. Dentro del horario laboral)
- F6 Base de datos (big data) de clientes.

Debilidades

- D1 Dependencia de terceros (bancos) para la operatividad.
- D2 La Fintech no tiene prestigio por ser nueva en el mercado.
- D3 Ingreso reciente al mercado de la Fintech “Credit School”.
- D4 Mejorar la productividad para competir en el mercado financiero.

Oportunidades

- O1 Riesgo País (estimulo de inversión extranjera).
- O2 aumento en la utilización de equipos tecnológicos para obtener información.
- O3 Un creciente uso de internet.
- O4 Facilidad en trato y confianza con clientes.
- O5 Facilidad de negociación y confianza con proveedores.

Amenazas

- A1 Una política inestable.
- A2 Economía informal.
- A3 Probabilidad de incumplimiento de las obligaciones financieras.
- A4 Disputa con otras Fintech que ofrecen productos similares.

Tabla 10

Matriz FODA

<p style="text-align: center;">ANÁLISIS INTERNO</p> <p>ANÁLISIS EXTERNO</p>	<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <p>F1 Servicio Y Experiencias De Primera Clase. F2 Uso De Redes Sociales Para Promocionar La Fintech(Página Web, Facebook E Instagram). F3 Actualización Tecnológica Del Aplicativo Digital. F4 Gestión De Desempeño De Los Colaboradores. F5 Proceso De Evaluación Tiempo Máximo (6hr. Dentro del horario laboral.). F6 Base De Datos (Big Data) De Clientes.</p>	<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <p>D1 Dependencia De Terceros (Bancos) Para La Operatividad. D2 La Fintech No Tiene Prestigio Por Ser Nueva En El Mercado. D3 Ingreso Reciente Al Mercado De La Fintech “Credit School”. D4 Falta De Alianzas Estratégicas.</p>
<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <p>O1 Riesgo País (Estimulo De Inversión Extranjera). O2 Aumento En La Utilización De Equipos Tecnológicos Para Obtener Información.O3 Un Creciente Uso De Internet. O4 Facilidad En Trato Y Confianza Con Clientes. O5 Facilidad De Negociación Y Confianza Con Proveedores.</p>	<p style="text-align: center;">FO</p> <p>Aprovecharemos Que Hay Un Aumento Del Uso De Websites Para Estar Presentes En La Mayoría De Sitios Web Como En Redes Sociales Para Persuadir A Los Usuarios. (O4, F2) El Uso De La Tecnología Y De Nuevos Equipos Tecnológicos Permitirá la actualización Tecnológica Del Aplicativo Digital. (F3,O3) .Una Buena Gestión De Desempeño Permitirá A Los Colaboradores Negociar Con Los Clientes Y Proveedores. (F4,O5,O6)</p>	<p style="text-align: center;">DO</p> <p>.Se Utilizaran Los Recursos Tecnológicos Y El Aplicativo Móvil “Credit School” Para Obtener Mayor Presencia En El Mercado.(D2,O3)</p>
<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <p>A1 Una Política Inestable. A2 Economía Informal. A3 Probabilidad De Incumplimiento De Las Obligaciones Financieras. A4 Disputa Con Otras Fintech Que Ofrecen Productos Similares.</p>	<p style="text-align: center;">FA</p> <p>La Competencia Con Las Otras Fintech Es Una De Las Amenazas Presentadas Pero Lo Que Nos Diferencia De Las Otras Es Que Nuestro Proceso De Evaluación Es De 4 Horas Como Máximo (F5,A4) El Proceso De Evaluación Permitirá Evaluar Al Cliente Para Evitar El Incumplimiento De Pago De Crédito. (F5,A3)</p>	<p style="text-align: center;">DA</p> <p>Fortalecer A La Entidad Para Hacer Frente A La Competencia Y Lograr La Estabilidad Y Confianza De Los Clientes (D3, A4, D2). Crear Alianzas Estratégicas Con Entidades Correspondientes Que Nos Permita Afrontar Los Problemas Que Puede Causar Una Inestabilidad Política. (D4,A1)</p>

Proceso De Producción U Operación (Diagrama De Flujo)

Figura 17
Diagrama De Flujo Del Proceso De Solicitud De Crédito

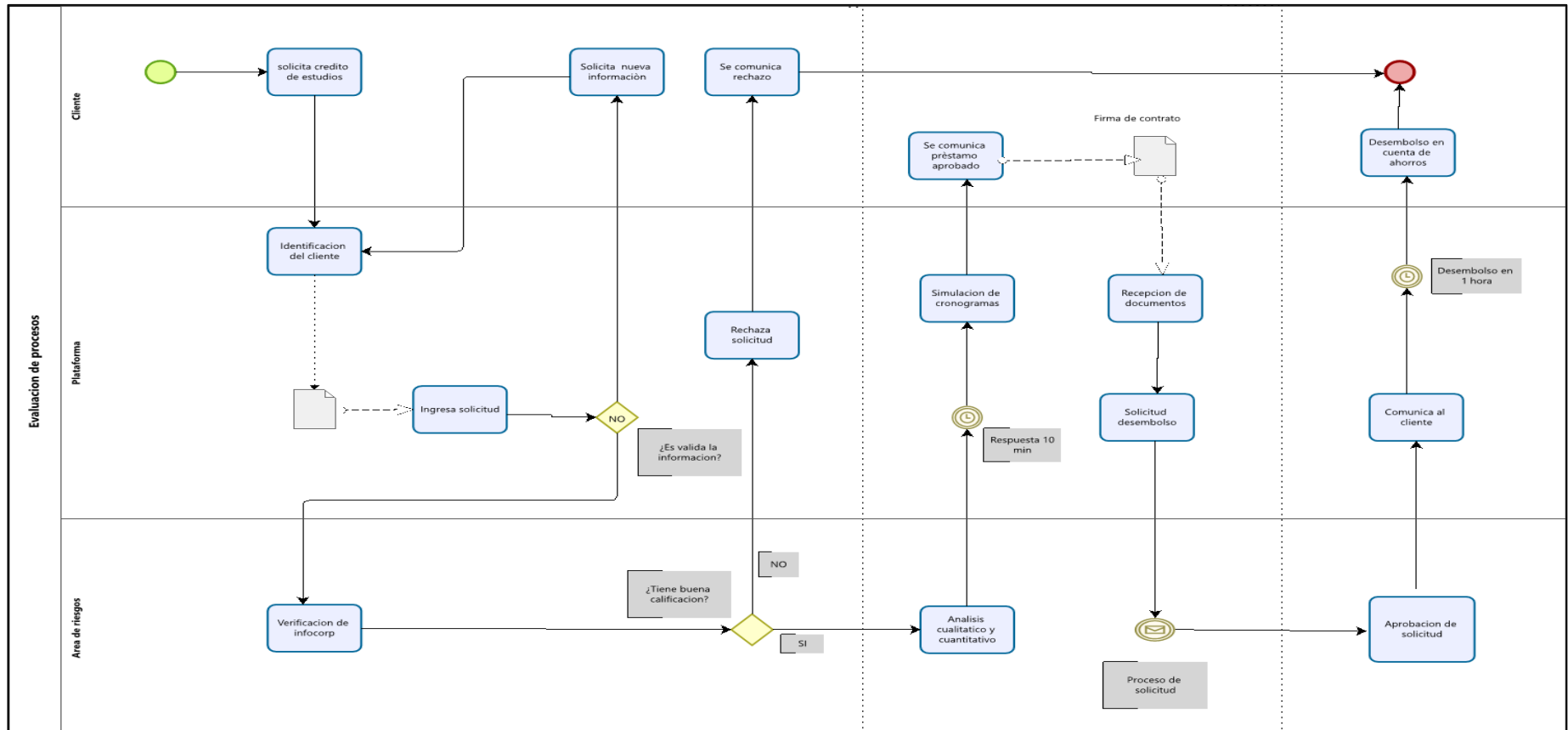


Figura 18

Diagrama De Flujo Del Proceso De Descarga Del Aplicativo

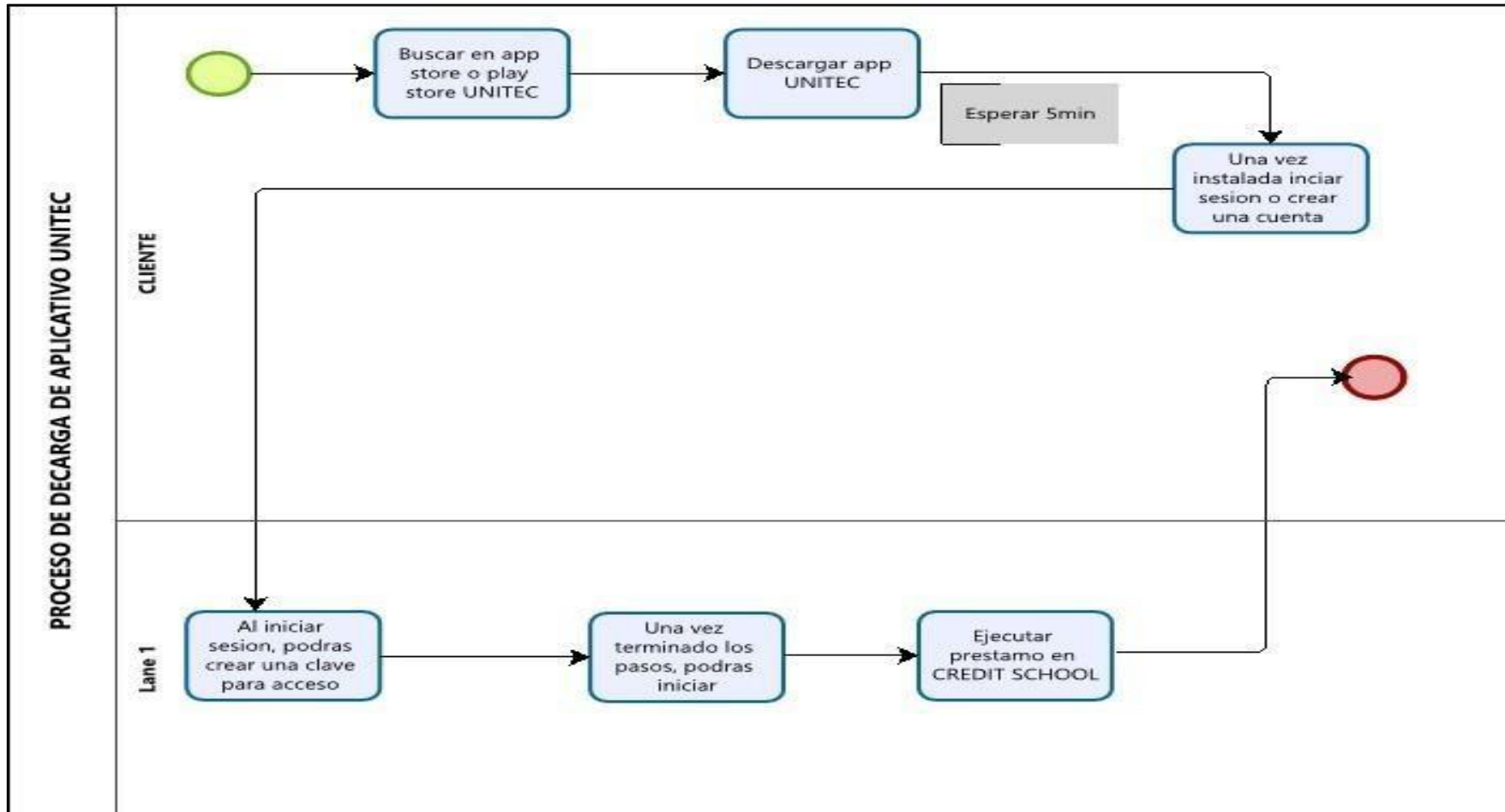


Figura 19

Diagrama De Flujo Del Proceso De Quejas Y Reclamos

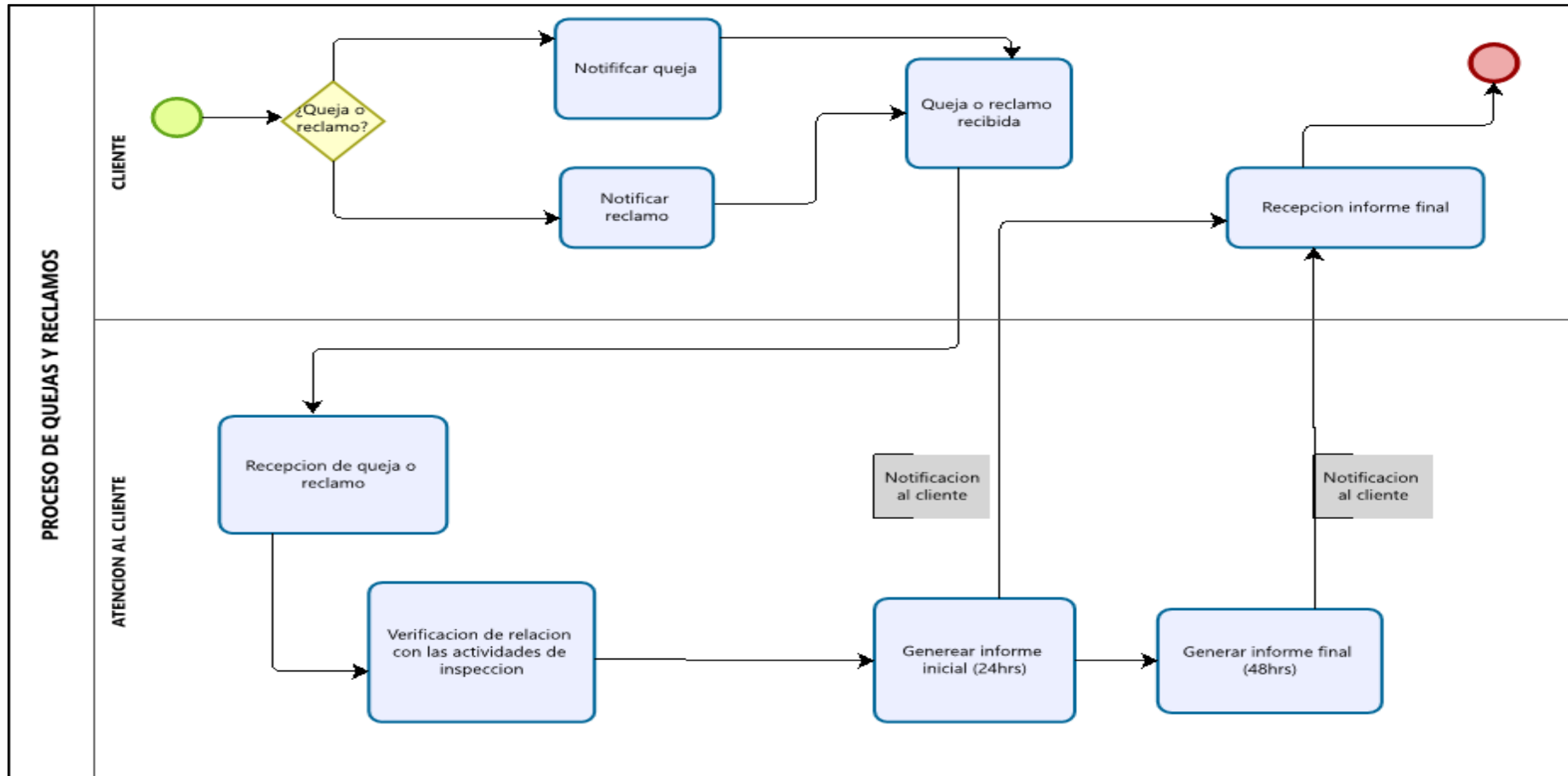
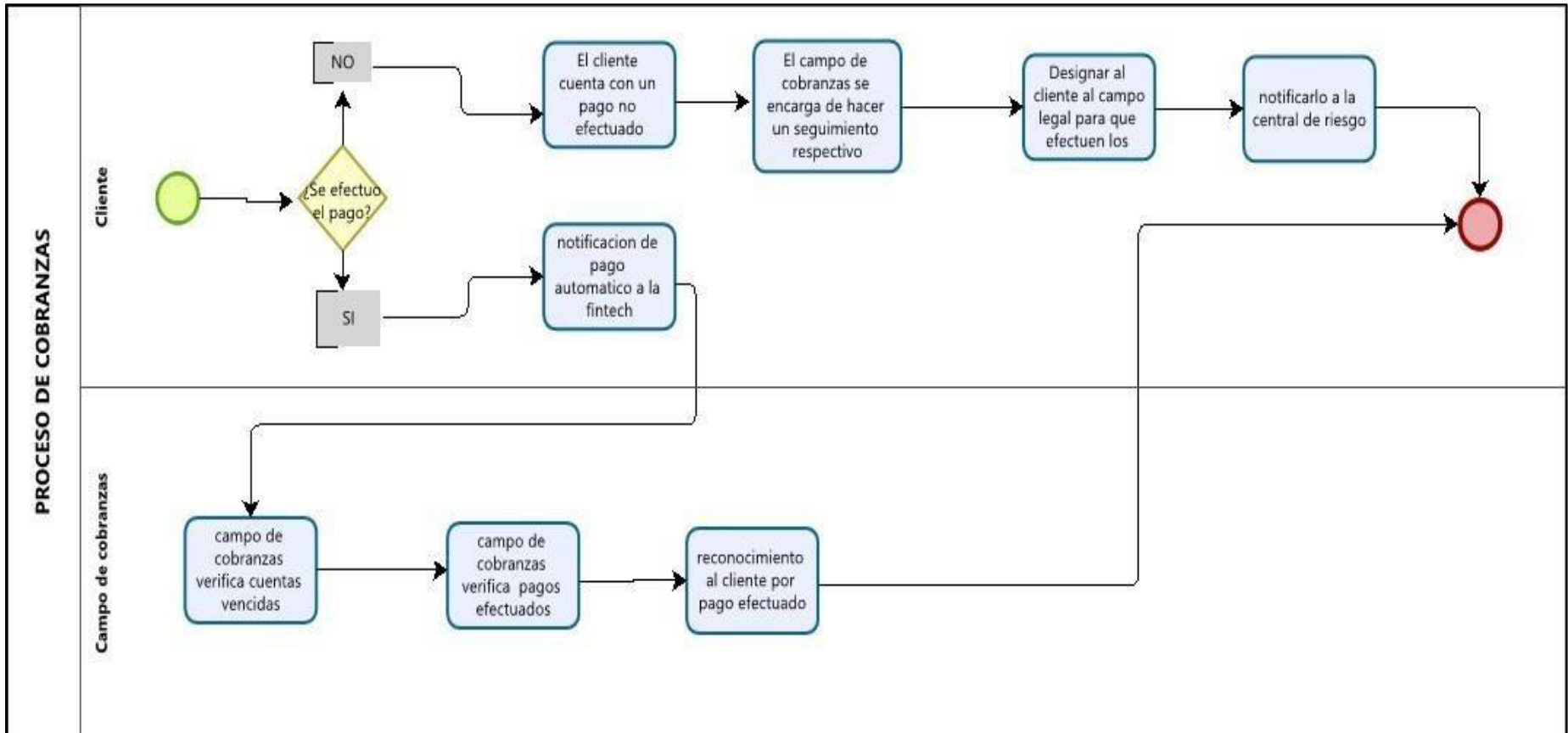


Figura 20

Diagrama De Flujo Del Proceso De Cobranzas



Plan De Contingencia Para Deudores

- El plan de contingencia de la Fintech detalla las medidas que se deben tomar para garantizar que esta pueda continuar operando en caso de que un cliente no cumpla con sus obligaciones financieras. Es así como la Fintech Credit School mantiene un Plan de Contingencia de Liquidez. Asimismo, mantiene acceso a líneas de financiamiento con entidades locales.
- Como primera opción se menciona la “reprogramación financiera” de la deuda, en donde la Fintech extiende el plazo de la deuda. Se Ofrece una tasa preferencial para así obtener una mayor comodidad para pagar las cuotas mensuales. Para poder realizar esta operación de reprogramación, se deberá verificar que el cliente no tenga una mora mayor a 30 días. Por supuesto, que también se evalúa el buen comportamiento crediticio.
- Como segunda opción, cuando ya tiene una mora significativa, se le ofrece al cliente una “refinanciación” de la deuda. En donde, se van a generar nuevos intereses más altos, por lo tanto, se pagará un mayor monto.
- Este proceso deberá ser reportado ante las centrales de riesgo, así mismo, afectará su historial crediticio.

Diagrama de Gantt

Tabla 11

Diagrama de Gantt

ACTIVIDADES	OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Definición del Negocio	■	■																						
Diagnóstico del plan de negocio (análisis de macro y microentorno)			■	■	■																			
Planeamiento estratégico					■	■	■																	
Elaboración de Model Canva							■																	
La elaboración del análisis matriz Foda							■	■																
Constitución de "Credit School"									■	■														
Plan Económico - Financiamiento										■	■													
Obligaciones laborales y tributarios											■	■												
Tramites- Licencia											■	■												
Elaboración de la estructura organizacional													■											
Elaboración del estudio de mercado													■	■										
Búsqueda de proveedores													■	■	■									
Alquiler del local y acontecimiento																	■							
Evaluación y contratación del personal																	■	■						
Capacitación al personal																	■	■	■	■				
Ejecución del plan Marketing a través de medios																	■	■	■	■	■	■	■	■
Inicio de operaciones																					■	■	■	■

■	Finalizados	■	En proceso	■	Falta
---	-------------	---	------------	---	-------

Capítulo V

Design Thinking

Es una metodología implementada gradualmente en las empresas durante los últimos años como una manera de poder crear productos y servicios logrando satisfacer de la mejor manera las necesidades de los consumidores, integrándolos como un parte fundamental del proceso de creación.

El Design Thinking es importante porque permite marcar la diferencia dentro del mercadocompetitivo.

Está relacionado directamente con la creatividad e innovación, permitiendo así a las empresas crear productos con una gran diferencia en el mercado. Buscando así generar nuevas estrategias que permitan entender los problemas a los que se enfrentan.

Los nuevos esquemas buscan adquirir un papel importante en el mercado tanto como de su entorno competitivo.

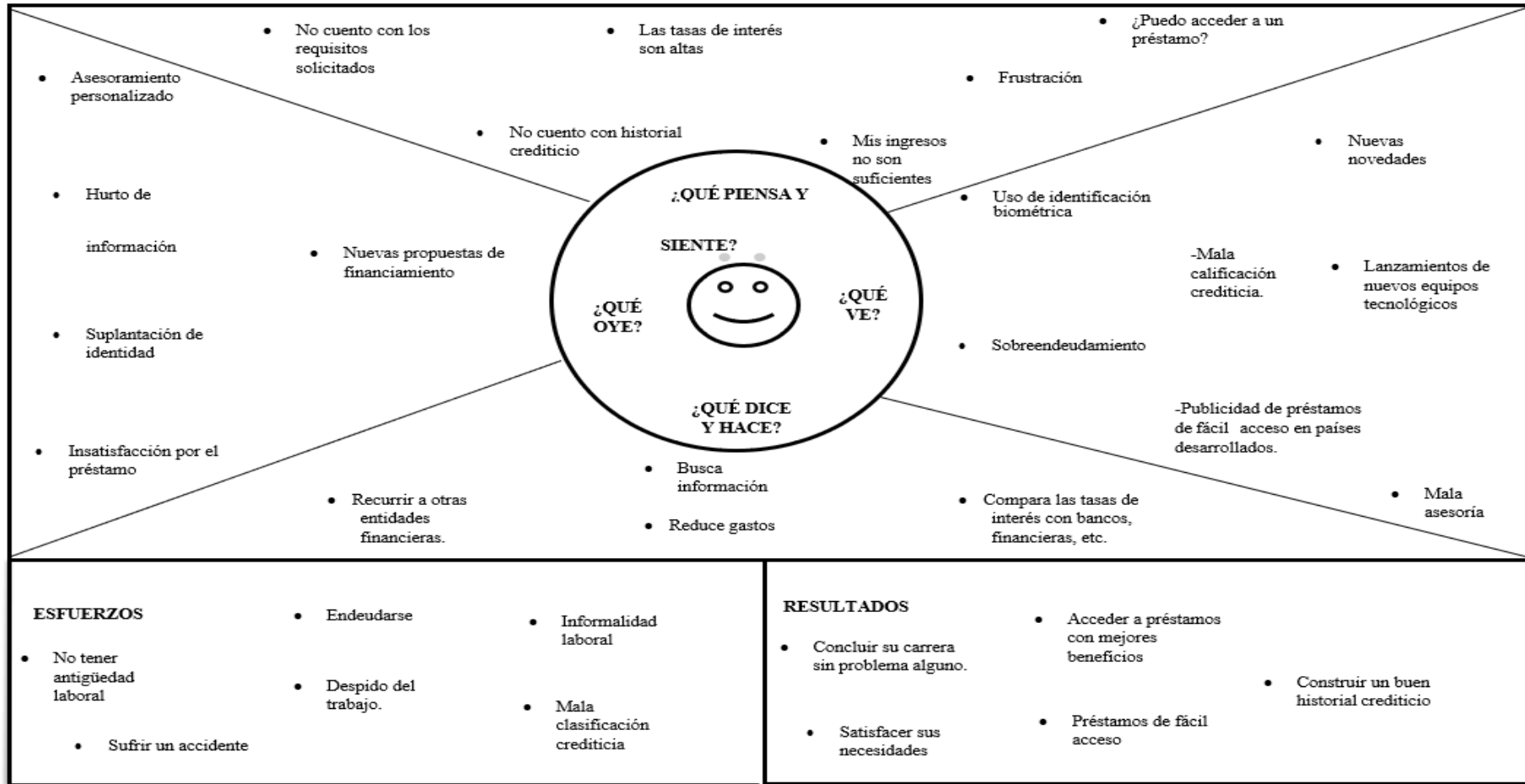
Empatizar

En la primera fase de Design Thinking, estará centrado en el usuario, Permitir conocer el estado emocional, experiencias del usuario, su entorno y las necesidades. En otras palabras, nos permite entender y comprender a nuestros usuarios finales de una manera más compleja.

El objetivo es comprender las necesidades del usuario y sus intereses, en base a ello se identificará aquello que pueda aportarle valor, a partir del previo análisis que se realizó.

Figura 21

Mapa de Empatía



Definir

Lo indicado en el mapa de problemas ayuda a descubrir al cliente que reúna el perfil adecuado para integrar la cartera de clientes CREDIT SCHOOL. Además, al definir las debilidades del sector estudiantil (cliente objetivo). En el mapa de problema ayudara a reforzar en el futuro

- Falta de financiamiento
- Falta de conocimiento del producto crédito estudiantil
- Falta de ingreso al sistema financiero
- Son muy impecables en los requisitos para acceder al financiamiento
- Informalidad de los créditos estudiantiles
- Falta de investigación del mercado
- Falta de promocionar el uso de otras herramientas para el financiamiento de los estudiantes
- Falta de mejora e innovación tecnológica

Idear

Teniendo en cuenta la coyuntura que hoy atraviesa el mundo, que es la pandemia covid 19 que ha causado mucha crisis económica. Se realizó una lluvia de ideas, este permitió proponer distintas soluciones a los problemas, que este caso afecto rotundamente a los alumnos de universidades e institutos.

- Fintech- Credit School: Ofrece préstamos personales presencial y virtual, con el fin de que los clientes puedan concluir sus carreras sin problema alguno.
- Mini google de amortización: Hacer amortizaciones de diversos servicios en una misma app.
- Fast transfert: Recibir transferencias y realizar retiro de dinero en el canal más cercano con mayor rapidez de operación.
- De las alternativas dadas la idea más oportuna es Fintech Credit School, siendo esta la idea de negocio con mayor proyección a satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.

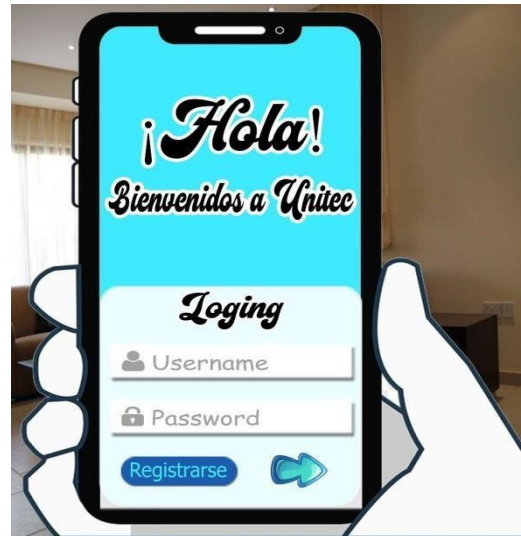
Prototipar

Figura 22
App Unitec 01



Esta Es La Primera Pantalla De La App Unitec

Figura 23
App Unitec 02



Se Observa En La Siguiente Pantalla La Información Sobre El Crédito (Requisitos, Documentación Y Los Bancos Donde Podrán Realizar Los Pagos)

Figura 24
App Unitec 03



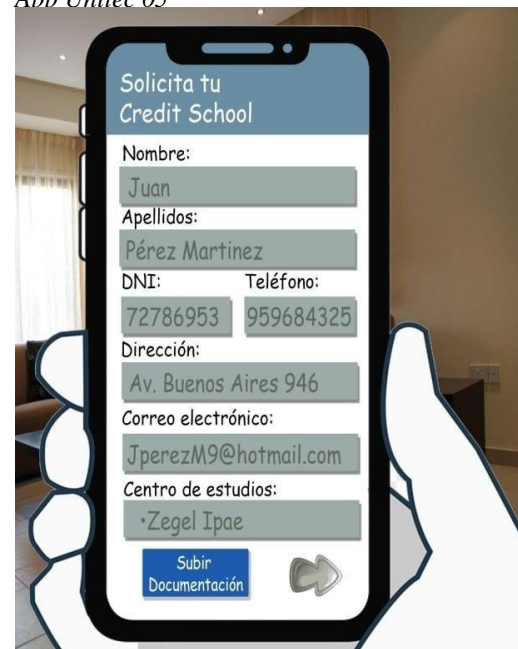
Se Observa En La Siguiente Pantalla El Inicio De Sesión (Si Ya Es Cliente) Donde Colocara El Usuario (Dni) Y Contraseña. En El Caso De Que No Sea Cliente Deberá Presionar El Botón De "Registrarse" Y Continuar Con El Registro.

Figura 26
App Unitec 04



Se realizará la simulación seleccionando el monto y plazo de acuerdo con su necesidad. (plazo máximo 4 meses). Posteriormente, se mostrará la cuota mensual, interés, total a pagar y la tasa de interés a cobrar. Si la persona desea acceder al crédito deberá presionar el botón "acceder ahora". En el caso de que sea cliente de la fintech, seleccionará la opción de "simulador", realizando la simulación. En caso de desear el crédito, llenará la solicitud.

Figura 25
App Unitec 05

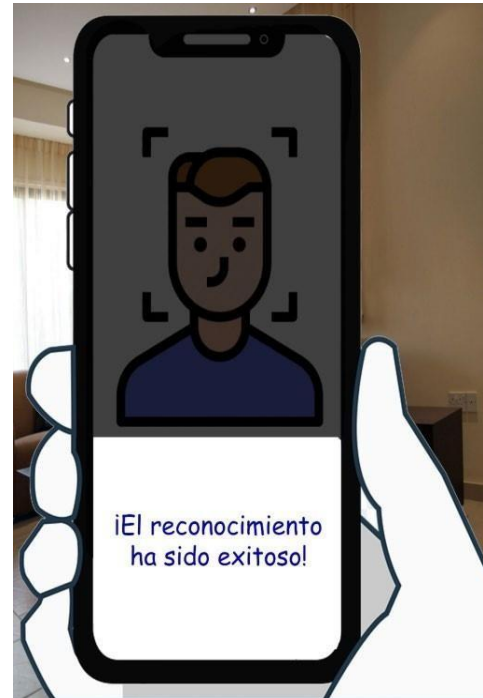


Se observa en la siguiente pantalla la solicitud de credit school. La persona llenará datos como: nombre, apellidos, dni, teléfono, dirección, correo electrónico y centro de estudios.

Figura 27
App Unitec 06



Se puede observar en la sexta opción Documentación.

Figura 28*App Unitec 07***Figura 29***App Unitec 08***Figura 30***App Unitec 09*

La pantalla 9 se muestra en la pantalla 10 pero con detalles distintos como parte del proceso. En la novena pantalla se observa las felicitaciones por el crédito aprobado. En la cual se especifica que dentro de las 24 horas se realizará el pago a la universidad o instituto. Además de que como último punto se le pedirá un reconocimiento facial al cliente para validar si el número de DNI le pertenece a la persona del crédito. Una vez realizado el reconocimiento facial aparecerá un sms dentro de las 24 horas de la confirmación del pago realizado al centro de estudios.

Evaluar

En esta fase se identifica la evolución del prototipo para determinar con frecuencia que tan apropiado esta y el cliente disponga del producto que ofrece el aplicativo móvil. Por esta razón se vaaevaluar cada detalle del conocimiento adquirido en el momento que se realizó y/o determino el AppdeCREDIT SCHOOL

La evolución no es solo evaluar el financiamiento del aplicativo, si no evaluar el logro constantede cada cliente al momento de hacer uso del App UNITEC y poder acreditar de forma eficiente dicha operación que realizara.

En la mayoría de los casos el Design Thinking es aplicado al lanzamiento de nuevos productoso servicios, aunque también se aplica para mejorar el interior de una empresa.

Capítulo VI

Plan Comercial del Proyecto

Variables Críticas Del Cliente

Estilo De Vida

La Fintech Credit School dará a conocer a más detalle sobre el estilo de vida de los clientes al que están acostumbrados, este segmento ayudara a poder ser parte de las necesidades que tienen día a día y de esta manera poder más rápido a lo que el cliente solicita o necesita de una manera másprácticapara poder culminar sus estudios.

Fintech Credit School de acuerdo con los datos de esta segmentación podemos determinar que son parte de los alumnos con intereses de poder tener un financiamiento donde puedan culminarsus carreras de pregrado.

Motivos

Para la Fintech Credit School es muy importante poder aportar financiamiento a sus clientespara que estos puedan culminar sus estudios con éxito, cumpliendo con sus expectativas y motivándolos a seguir, ya que el estudio abre muchas puertas en el camino de la vida. Además, que busca ser reconocida en el mercado financiero esperando que muchos estudiantes puedan retomar sus carreras técnicas y universitarias.

Personalidad

La personalidad que tienen nuestros clientes de cierta manera es uno de los factores más resaltantes para nosotros, ya que los consideramos como personas que luchan día a día para mantenerse donde están y poder llegar aún más lejos, eso demuestra que no son

personas conformistas. Y que buscan llegar lejos con sus metas y objetivos, algunas de estas personas son consideradas líderes, líderes que saben tomar buenas decisiones.

Creencias y actitudes

Cuentan con la capacidad de lograr que su negocio crezca y se fortalezca.

Además de poderser ese plus que una empresa necesita, lograr ser una pieza importante creando así la posibilidad delograr grandes cambios con el menor número de recursos posibles.

Mercado (Características y Segmentación)

Segmentación Geográfica

Características

Nos permite recolectar información y analizar la ubicación del local donde se posicionará laFintechCredit School, la cual estará ubicada en la Ciudad de Piura.

Variables principales

- Ciudad.
- Provincias del departamento de Piura
- Bloque económico del país.

Figura 31

Mapa del departamento de Piura



Segmentación demográfica

Características

Segmentaremos el mercado objetivo según el género, edad, sector económico, ocupación y creencias.

Variables principales

- Género: Hombres y mujeres.
- Edad: Entre 21 a 28 años.
- Sector económico: Sector B y C
- Ocupación: Personas naturales dependientes e independientes.
- Creencias: Respeto a sus religiosas y su manera de pensar.

Segmentación Psicográfica

Características

Como son las personas según el estilo de vida que llevan, cuáles son los pensamientos y sus actitudes.

Variables principales

- **Personalidad:** En la ciudad de Piura las personas son trabajadores (as), exigentes, realistas, emocionales, luchadoras, respetuosas.
- **Estilos de vida:** Los estilos de vida en este segmento de mercado son progresistas, modernas y conservadoras.
- **Estatus social:** El estatus social del mercado es el sector económico B y C.

- **Actitudes:** Los clientes de Credit School se preocupan por tener la posibilidad de poder culminar sus estudios de pre grado ya sean en universidades o en institutos.

Segmentación Conductual

Características

Se agruparán personas según el comportamiento que tienen al momento de realizar una compra o según la intención de compra que tengan.

Variables principales

La consultoría Arellano y sus comportamientos de compra son las siguientes:

Progresistas

- La manera de economizar y con una disposición a renunciar a los beneficios complementarios por menor precio.
- Investigan la convivencia de costo – rendimiento para tomar una decisión.

Conservadoras

- Son calmadas y sensibles.
- Disfrutan de las labores del hogar,
- Son rígidas: procuran conservar las buenas costumbres.
- Preocupadas: son responsables del cuidado de la familia.

Marketing Mix

Producto

El nombre Credit School está en inglés y significa crédito estudiantil. Fintech credit school otorga financiamiento en moneda nacional (soles) a personas naturales entre hombres y mujeres en la ciudad de Piura para financiar sus estudios, mediante el aplicativo móvil UNITEC que se podrá descargar desde Play Store y es solo disponible para

dispositivos Androide, el proceso de solicitud es fácil, sencillo y seguro, se verificara la identidad del cliente mediante su huella dactilar, de tal manera que la evaluación es no menor de 6 horas laborables y transferencia directa a su cuenta bancaria.

A través del aplicativo móvil UNITEC se configura la huella dactilar para verificar si la persona que se registro es la misma que está solicitando el financiamiento, el responsable del crédito y/o cobranza será el encargado de evaluar la solicitud mediante los requisitos ya establecidos también se evaluará el historial crediticio en la central de riesgo.

Luego se encargará de analizar si se aprobara o rechazara el financiamiento, en caso sea aprobada la solicitud de financiamiento, se desembolsará el monto a financiar a la cuenta que el cliente informe (verificando con anterioridad que sea únicamente pago directo al instituto o universidad). Finalmente, como un último punto Credit School enviara mensajes por correo y chat de UNITEC asimismo la confirmación de la transferencia.

Diseño logotipo

- **Colores que nos representan:** El color azul significa estabilidad y seguridad el color celeste significa confianza y tranquilidad y el color amarillo significa optimismo y felicidad.
- **Marca:** Es el nombre (UNITEC) del aplicativo móvil, puesto que con este nombre será buscado para su descarga y el que resaltará de los demás aplicativos móviles.



Figura 32

Logo del Aplicativo Móvil.

Precio

Es el valor representado en moneda nacional (s/) que se cobrara a los clientes como comisiones según el monto asignado como financiamiento al término del contrato, para determinar el monto de las comisiones se investigó como trabajan las Fintech en el Perú, quiere decir cuánto de comisión y tasa de interés se cobra en promedio por sus servicios y/o productos de financiamientos. Como política CREDIT SCHOOL cobra una tasa de interés bajísima según el monto financiado.

Tabla 12

Monto de Prestamos CREDIT SCHOOL

MONTO DE PRESTAMOS	
S/ 250.00 - S/ 499.00	5%
S/ 500.00 - S/ 950.00	41%
S/ 951.00 - S/ 1,200.00	22%
S/ 1,201.00 - S/ 1,600.00	18%
S/ 1,601.00 - S/ 2,500.00	14%
TOTAL	100%

95%

Tabla 13

Tasa de Interés por 30 días

PRECIOS (SIN IGV)									
SERVICIO	PRÉSTAMO CREDIT SCHOOL								
MONTO	S/500.00	S/950.00	S/951.00	S/1,200.00	S/1,201.00	S/1,600.00	S/1,601.00	S/2,500.00	
MONTO PROMEDIO	S/725.00		S/1,075.50		S/1,400.50		S/2,050.50		S/1,312.88
COSTO (30 DÍAS) (TASA)	5.00%		6.00%		7.00%		8.00%		
PRECIO	S/36.25		S/64.53		S/98.04		S/164.04		
PARTICIPACIÓN	41%		22%		18%		14%		
PARTICIPACIÓN AJUSTADA	43%		23%		19%		15%		100%
PRECIO PONDERADO	S/15.64		S/14.74		S/18.68		S/24.52		S/ 73.58

Tabla 14

Tasa de Interés por 60 días

PRECIOS (SIN IGV)									
SERVICIO	PRÉSTAMO CREDIT SCHOOL								
MONTO	S/500.00	S/950.00	S/951.00	S/1,200.00	S/1,201.00	S/1,600.00	S/1,601.00	S/2,500.00	
MONTO PROMEDIO	S/725.00		S/1,075.50		S/1,400.50		S/2,050.50		S/1,312.88
COSTO (60 DÍAS) (TASA)	10.00%		11.00%		12.00%		13.00%		
PRECIO	S/72.50		S/118.31		S/168.06		S/266.57		
PARTICIPACIÓN	41%		22%		18%		14%		
PARTICIPACIÓN AJUSTADA	43%		23%		19%		15%		100%
PRECIO PONDERADO	S/31.29		S/27.02		S/32.02		S/39.84		S/130.18

Tabla 15

Tasa de Interés por 90 días

PRECIOS (SIN IGV)									
SERVICIO	PRÉSTAMO CREDIT SCHOOL								
MONTO	S/500.00	S/950.00	S/951.00	S/1,200.00	S/1,201.00	S/1,600.00	S/1,601.00	S/2,500.00	
MONTO PROMEDIO	S/725.00		S/1,075.50		S/1,400.50		S/2,050.50		S/1,312.88
COSTO (90 DÍAS) (TASA)	15.00%		16.00%		17.00%		18.00%		
PRECIO	S/108.75		S/172.08		S/238.09		S/369.09		
PARTICIPACIÓN	41%		22%		18%		14%		
PARTICIPACIÓN AJUSTADA	43%		23%		19%		15%		100%
PRECIO PONDERADO	S/46.93		S/39.31		S/45.36		S/55.17		S/186.77

Tabla 16

Tasa de Interés por 120 días

PRECIOS (SIN IGV)									
SERVICIO	PRÉSTAMO CREDIT SCHOOL								
MONTO	S/500.00	S/950.00	S/951.00	S/1,200.00	S/1,201.00	S/1,600.00	S/1,601.00	S/2,500.00	
MONTO PROMEDIO	S/725.00		S/1,075.50		S/1,400.50		S/2,050.50		S/1,312.88
COSTO (120 DÍAS) (TASA)	20.00%		21.00%		22.00%		23.00%		
PRECIO	S/145.00		S/225.86		S/308.11		S/471.62		
PARTICIPACIÓN	41%		22%		18%		14%		
PARTICIPACIÓN AJUSTADA	43%		23%		19%		15%		100%
PRECIO PONDERADO	S/62.58		S/51.59		S/58.70		S/70.49		S/ 243.37

PRECIO (INTERESES) PROMEDIO	S/ 158.47
------------------------------------	------------------

Promoción

Canales de atención: Tenemos una variedad de canales de atención, lo cual el cliente podrá acceder de manera rápida y fácil para solicitar el producto de financiamiento. Lo cual podrá esclarecer sus dudas y preguntas e inquietudes.

Página web: Este medio es una parte muy importante para la promoción de la FINTECH, aquí se presentará toda la información de FINTECH CREDIT SCHOOL (www.creditschool.com)

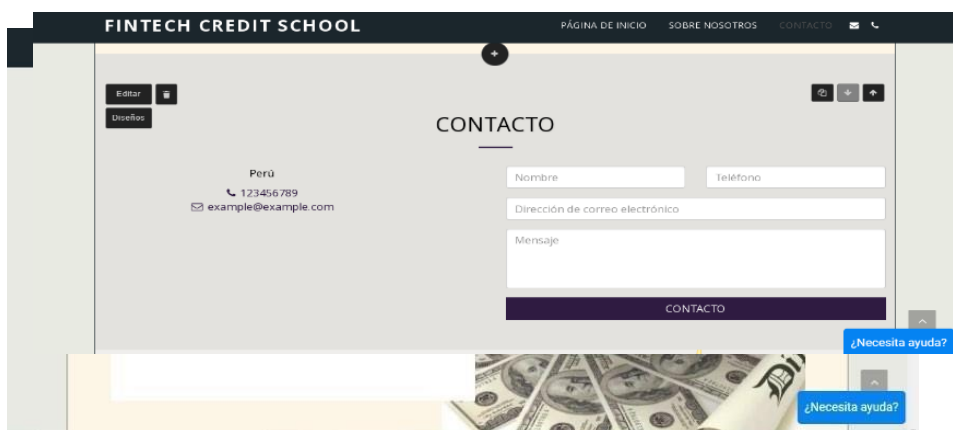
Figura 33

Página web 01



Figura 35

Página web 03



Whatsapp Business

Si bien sabemos este aplicativo está diseñado especialmente para atender necesidades y dudas de manera rápida. Es muy sencillo de Compartir con los clientes por ser una cuenta de empresa. Por lo tanto, ellos se sentirán seguros. Además, por este medio se enviará una respuesta rápida respecto a su solicitud de crédito.

Figura 36

WhatsApp Business



Facebook

Este aplicativo tiene muchos beneficios para CREDIT SCHOOL puesto que ayudara en la publicidad asimismo compartiremos información de la misma y adjuntaremos fotos con



Figura 37

Página de Facebook Credit School



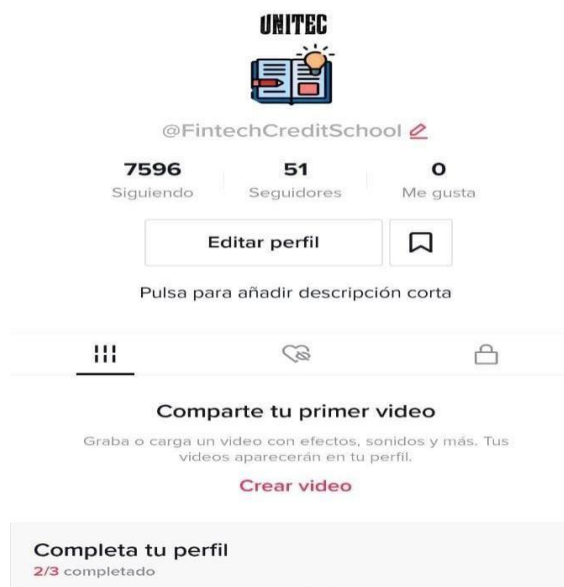
promociones para atraer nuevos clientes.

Tik Tok

Últimamente este medio es muy utilizado lo cual permite crear contenidos virales (challenge) para las redes sociales, puesto que el contenido no necesariamente tiene que ser formales, puesto que nuestro público objetivo en su totalidad son jóvenes y lo que se busca es entretenimiento a través de contenidos llamativos y también es una manera de transmitir información de manera transparente, divertida y entretenida.

Figura 38

Página de Tik Tok



Instagram

Es una red social muy popular y utilizada entre los jóvenes que comparten lo que más les gusta, es una red muy popular y tiene sus ventajas la cual es atractiva para cualquier joven, además con tanta acogida que esta tiene es mucha ayuda para compartir contenido interesante e informativo ya que un porcentaje alto de jóvenes está más pegado a Instagram que otra red social.

Figura 39

Página de Instagram



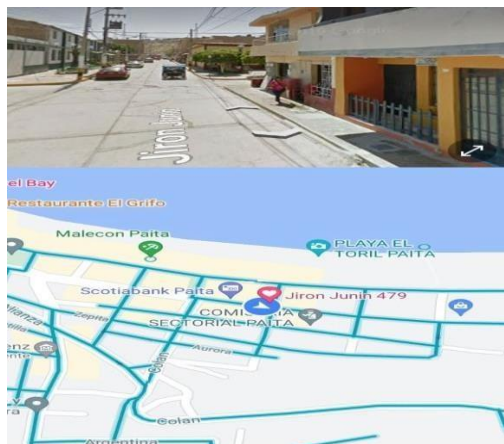
Plaza Ubicación

Oficina física

La Fintech CREDIT SCHOOL contara con una oficina física en el departamento de Piura, Provincia Paita con ubicación en Jirón Junín - 479 Paita- Piura.

Figura 40

Ubicación de la Oficina



Capítulo VII

Estudio de Mercado

Estudio De Mercado

Tabla 17

Descripción del estudio

Objetivo central	Decidir la ocasión de poder desarrollar y realizar una Fintech en la ciudad de Piura al sector b y c, cuya meta es otorgar préstamos personales a estudiantes universitarios y técnicos de pre grado a través de un aplicativo móvil UNITEC. Este plan de negocio Fintech Credit School es novedoso porque el desembolso se daría en solo 4hrs, además de la facilidad de poder acceder a este financiamiento.
Objetivos específicos	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar anticipadamente el perfil del cliente, quien estaría decidido a solicitar un financiamiento en nuestra Fintech. • Determinar la confirmación de los encuestados respecto a montos, plazos y tasas de interés.
Estudio	Cuantitativo y Cualitativo.
Método	Encuesta virtual en Google Forms

Perfil De Cliente Objetivo

El perfil del cliente al cual está dirigido nuestra Fintech Credit School, son personas naturales dependiente e independientes entre 21 a 28 años en la ciudad de Piura. De 385 encuestados tenemos como resultado que el 47% tiene los requisitos que cumplen con la edad solicitada y un 72% de encuestados les interesa que Fintech Credit School pueda dar la facilidad de financiar sus estudios universitarios o técnicos.

Podemos encontrar que un 53.5% de los encuestados han tenido rechazo de solicitud por un financiamiento. Por esta razón no pueden acceder a un préstamo personal en las entidades financieras, además influye mucho el historial crediticio, por varias razones como son la edad, falta de antigüedad en el trabajo y los ingresos cortos.

De los encuestados el 64.1% recomendaría la Fintech Credit School con sus amigos ya que es una Fintech muy innovadora en esta coyuntura que estamos viviendo en hoy en día, esta facilidad ofrece Credit School de poder financiar tus estudios superiores de pre grado con facilidad de adquisición.

Segmentación del Mercado Objetivo

Tabla 18

Mercado Potencial

MERCADO POTENCIAL		
Preguntas filtro	Respuesta	Total, de encuestados
Residentes en la ciudad de Piura	1,179,700	385
Edad (21-28 años)	385	
Estudiantes	181	
Porcentaje	47%	
Total, población de Estudiantes	554,459	

La población de la ciudad de Piura asciende a 1, 179,700 habitantes los cuales 43,671 cumple con el perfil del público objetivo. El total de los encuestados según el tamaño de muestra son 385 personas, de los cuales 181 cumplen con el perfil representando el 47% de los encuestados.

Tabla 19

Mercado Disponible

MERCADO DISPONIBLE			
Pregunta	Respuesta		Total, de encuestados
	Afirmativo	Negativo	
¿Te parece importante que se lance al mercado financiero una Fintech que pueda ayudara cubrir cuotas universitarias?	277	108	385
Porcentajes	72%	28%	
Total, de población	399,210		

El total de encuestados que cuadra con el perfil adecuado es 72% de las personas encuestadas estarían de acuerdo con ese producto que ofrece nuestra Fintech, sobre el 28% que estaría en desacuerdo con el respectivo producto.

Tabla 20*Mercado Efectivo*

MERCADO EFECTIVO			
Pregunta	Respuesta		Total, de encuestados
	Afirmativo	Negativo	
¿Estaría de acuerdo con la tasa que ofrecemos?	200	185	385
Porcentajes	52%	48%	
Total, de población	207,589		

El total de encuestados que cuadra con el perfil adecuado es 52% de las personas encuestadas estarían dispuesta a la tasa de interés que ofrecemos.

Análisis De La Demanda (Investigación: Objetivo, Metodología, Resultados,

Interpretación Y Proyección De LaDemanda)

Segmentación por edad

Tabla 21

Segmentación por edad.

GRUPOS DE EDAD	POBLACIÓN (2017)
21 a 23 años	149183
23 a 25 años	141401
25 a 27 años	132785
27 a 28 años	127410
28 a mas	116182
TOTAL	666961

Segmentación por edad y sexo

Tabla 22

Segmentación por edad y sexo.

GRUPOS DE EDAD	HOMBRE	MUJER
21 a 23 años	72814	76369
23 a 25 años	68513	72888
25 a 28 años	64257	68528
TOTAL	205584	217785

Segmentación por NSE Piura

Tabla 23

Segmentación por NSE Piura.

NIVEL SOCIOECONÓMICO EN PIURA (2017)	PORCENTAJE (%)
NSE B	5.7
NSE C	19.4
NSE B y C	25.1

*NSE del público objetivo***Tabla 24***NSE del público objetivo*

NIVEL SOCIOECONÓMICO EN PIURA (2017)	PORCENTAJE (%)
NSE B	5.7
NSE C	19.4
NSE B y C	25.1

*NSE del público objetivo***Tabla 25***NSE B del público objetivo*

	POBLACIÓN	% NSE ByC
Piura (total)	1856809	25%
Piura (21 a 28 años)	205584	13%
	26725.92	

Análisis De La Oferta (Que Ofrecen Los Competidores –Directos Y Potenciales)

Las Fintech hoy en día te ofrecen una oportunidad y variedad para adquirir servicios y/o productos por lo que son más confiables y/ o rápidos además que son 100% on-line. A comparación de los bancos tradicionales, como sabemos no hay competidores directos que operen en el departamento de Piura, pero si a nivel nacional. Por lo tanto, si existen Fintech que ofrecen productos similares a CREDIT- SCHOOL.

Apurata. cuentan con préstamos de Dinero en línea y son rapidísimos. Puedes solicitar tu préstamo de dinero sin aval desde tu teléfono móvil o puedes solicitar tu crédito desde tu computadora sin tener que ir a un banco o agencia. Tu crédito personal es depositado directamente en tu cuenta bancaria en menos de 15 minutos. Ningún banco te presta un servicio

igual de rápido y seguro como los préstamos instantáneos que ofrece Apurata. Y todo usando la moderna tecnología de los préstamos por internet.

KontigoBiz: es una plataforma Lending as a Service (LaaS) que te permite originar préstamos 100% en línea y marca blanca como Préstamos Pymes, Préstamos Personales, Préstamos Vehiculares, Préstamos Fintech Factoring

Comparabien: te ayuda en este proceso. Te mostramos toda la información en un sólo lugar y de una manera fácil de entender para que tú puedas elegir el producto que se acomode más a tus necesidades. Además, puedes solicitar rápidamente estos productos desde donde estés.

Técnica De Investigación Y Tabulación De Resultados Encuesta

El objetivo de la presente encuesta es conocer si el Financiamiento Online que ofrecen para estudiantes Universitarios y técnicos sería una oportunidad de negocio en el mercado financiero.

1. Indique su sexo

Femenino

Masculino

2. Indique su rango de edad

Entre 18 a 24 años

Entre 25 a 39 años

Entre 40 a 55 años

Entre 56 a + años

3. ¿Alguna vez has utilizado una Fintech? Una Fintech es una herramienta

para realizar pagos de servicios, realizar transferencias de manera digital a través de una página web o aplicativo móvil.

Si
No

4. ¿Quién paga tus estudios?

Padres
Uno mismo
Tu Conyugue
No estudio Actualmente

5. Si usted paga sus estudios ¿De cuánto es su ingreso mensual?

Menos de 950
De 951 a 1200
De 1201 a 1500
De 1501 a más

6. En caso de que otra persona financie tus estudios ¿Su ingreso mensual es mayor a 1200 soles?

Si
No

7. ¿Has solicitado un Crédito antes?

Si
No

8. ¿Has tenido un rechazo de solicitud antes?

Si
No

9. ¿Te parece importante que se lancé al mercado financiero una Fintech que brindéfinanciamiento para cubrir sus cuotas cada ciclo de la universidad y/o instituto?

De acuerdo
En desacuerdo
Indeciso

10. Si este producto se encontraría en el mercado. ¿Estaría usted interesado

enadquirirlo?

- Definitivamente si
- Quizás si
- Quizás no
- Definitivamente no

11. ¿En qué te basas para adquirir un crédito?

- Atención Personalizada
- Tiempo de respuesta rápida
- No pida mucha documentación
- Beneficios
- Tasa de interés baja

12. ¿Qué tasa de interés estaría de acuerdo que sea aplicada al crédito?

- Del 25-30%
- Del 31-35%
- Del 36-40%
- Del 41-50%

13. ¿En cuánto tiempo podría pagar el financiamiento?

- En 1 mes
- En 2 meses
- En 3 meses
- En 4 meses

14. ¿Por qué medio de pago podría cancelar su cuota?

- Por el aplicativo móvil
- Por CCI
- Por yape
- Por plin

15. ¿Recomendarías el financiamiento de la Fintech Credit School a tus amigos?

- Definitivamente si
- Quizás si
- Quizás no
- Definitivamente no

16. ¿De qué manera le gustaría recibir nuestras promociones?

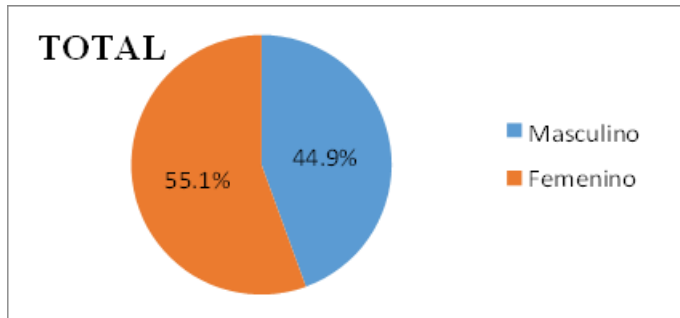
- Redes Sociales
- SMS
- Llamada Telefónica
- Correo Electrónico

Resultados e interpretación de la encuesta realizada:

1. Indique su sexo

Figura 41

Resultados de Pregunta 1

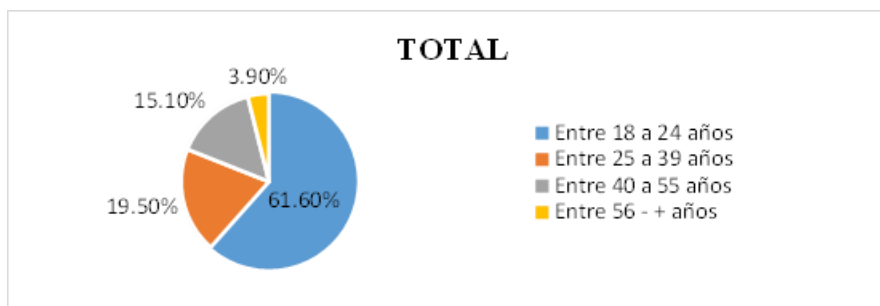


La encuesta fue realizada a una muestra de 385 personas, de las cuales el 55.1% fueron mujeres y el 44.9% fueron del sexo masculino.

2. Indique su rango de edad

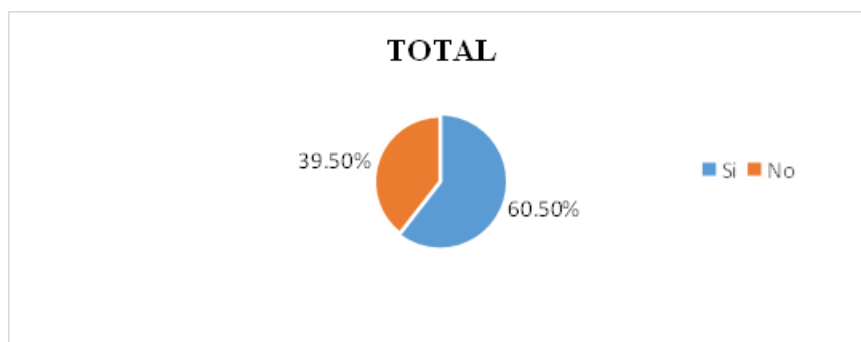
Figura 42

Resultados de Pregunta 2



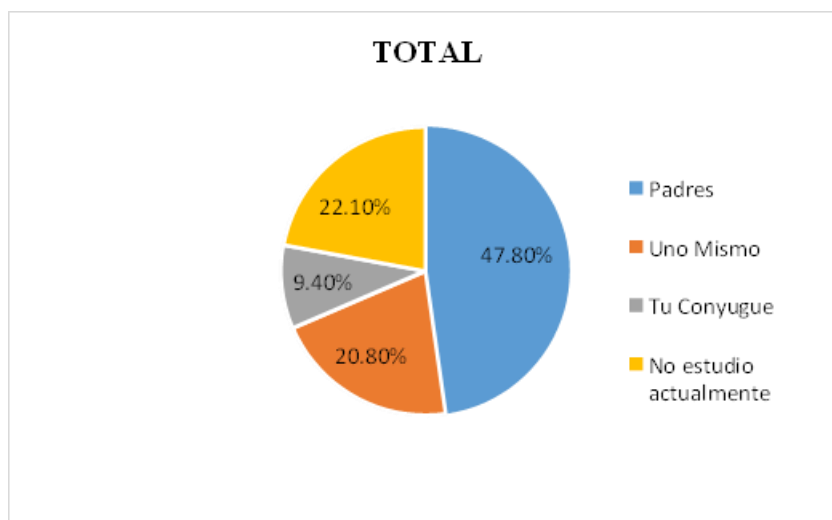
La grafica muestra que la mayoría de las encuestas están dentro del rango de 18 a 24 años con un porcentaje del 61.60%.

3. ¿Alguna vez has utilizado una Fintech? Una Fintech es una herramienta para realizar pagos de servicios, realizar transferencias de manera digital a través de una página web o aplicativo móvil.

Figura 43*Resultados de la Pregunta 3*

La grafica muestra que la mayoría de las encuestas han utilizado una Fintech, siendo reflejado con un porcentaje del 60.50%.

4. ¿Quién paga tus estudios?

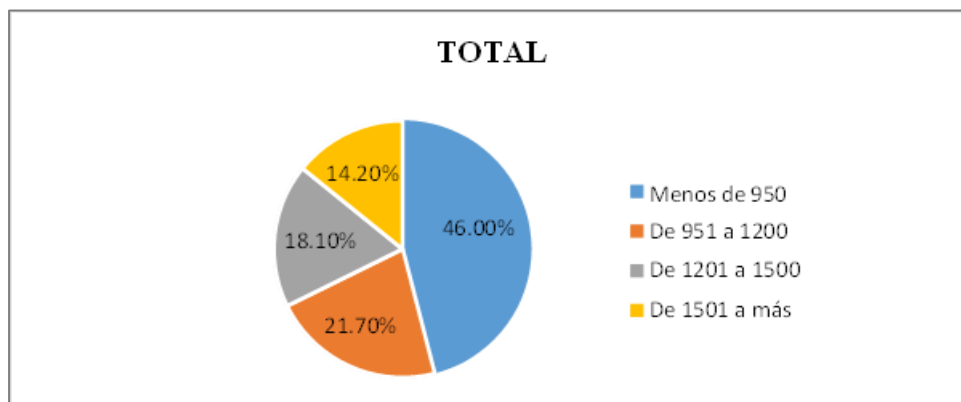
Figura 44*Resultados de la Pregunta 4*

La grafica muestra que el 47.80% indica que sus padres son quienes pagan sus estudios mientras que el 20.10% indica que ellos mismo se pagan. Así mismo se muestra que el 9.40% estudia gracias a que su pareja paga sus estudios, mientras que 22.10% no estudia actualmente.

5. Si usted se paga sus estudios: ¿De cuánto es su ingreso mensualmente?

Figura 45

Resultados de la Pregunta 5

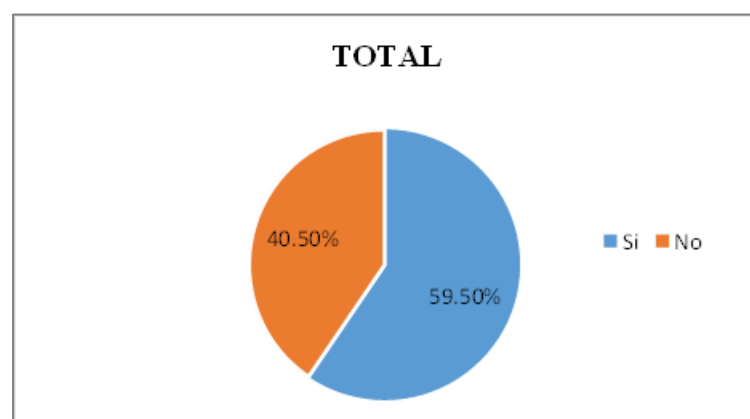


La grafica muestra que el 46% percibe menos de 950 soles mensualmente, mientras que el 1.70% se encuentra dentro del rango (951 – 1200 soles). Así mismo se muestra que el 18.10% se encuentra dentro del rango (1201 – 1500 soles). Finalmente se muestra que el 14.20% gana mensualmente (1501 a más).

6. En el caso de que otra persona financie tus estudios: ¿Su ingreso mensual es mayor a 1200 soles.

Figura 46

Resultados de la Pregunta 6

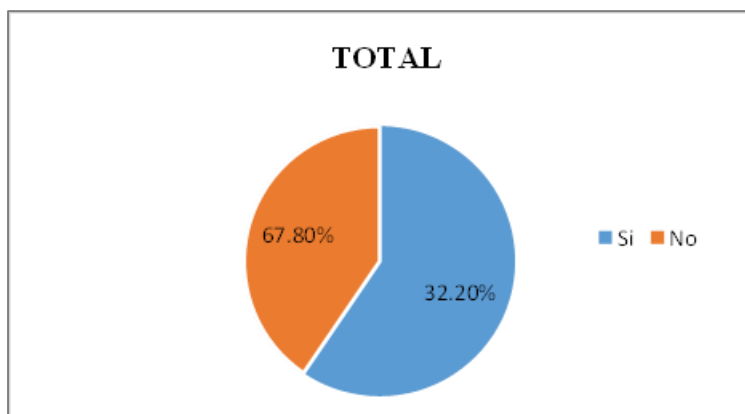


La grafica muestra que el 59.50% tiene un ingreso mayor a 1200 soles. Mientras que el 40.50% tiene un ingreso mensual menor.

7. ¿Has solicitado un Crédito antes?

Figura 47

Resultados de la Pregunta 7

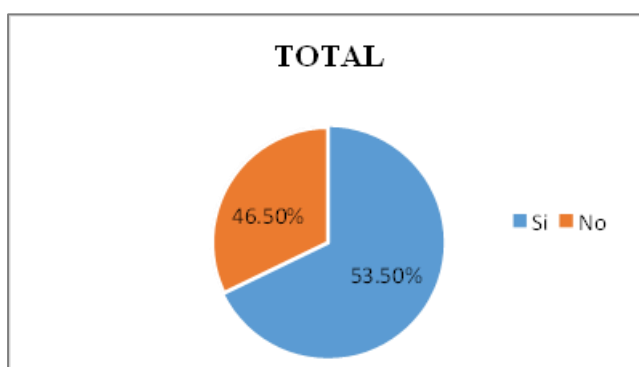


La grafica muestra que el 32.20% ha solicitado un crédito antes. Mientras que el 67.80% no ha solicitado aun o quizás fue rechazado por algún motivo (No tener historial crediticio, documentación incompleta, ingreso mensual).

8. ¿Has tenido Un rechazo de solicitud antes?

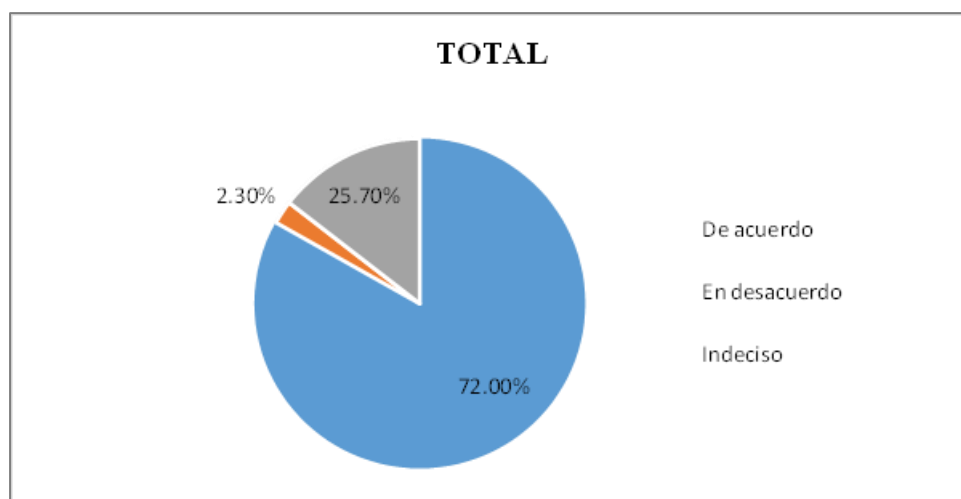
Figura 48

Resultados de la Pregunta 8



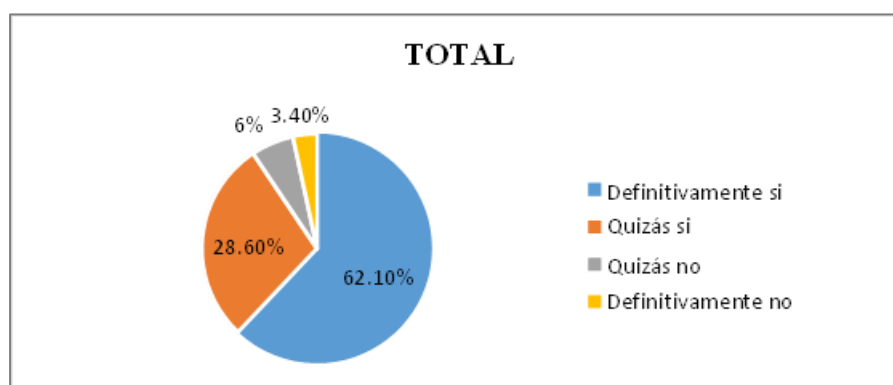
La grafica muestra que el 53.50% ha tenido alguna vez un rechazo de solicitud de crédito. Mientras que el 46.40% ha recibido un crédito de manera exitosa.

9. ¿Te parece importante que se lancé al mercado financiero una Fintech que brindé financiamiento para cubrir sus cuotas cada ciclo de la Universidad y/o instituto?

Figura 49*Resultados de la Pregunta 9*

La grafica muestra que el 83.10% cree importante el hecho de que se lance al mercado financiero este producto. Mientras que el 2.30% no cree que sea muy importante y el 14.5% se encuentra indeciso.

10. Si este producto se encontraría en el mercado. ¿Estaría usted interesado en adquirirlo?

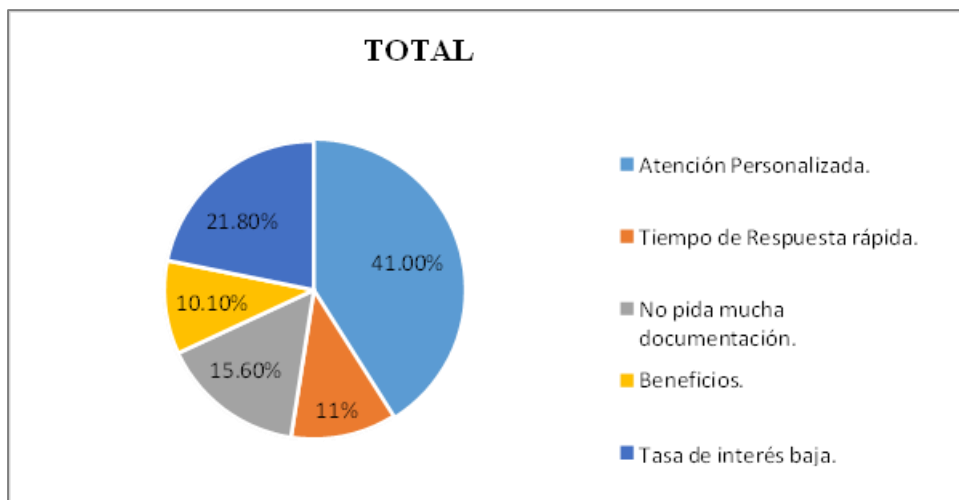
Figura 50*Resultados de la Pregunta 10*

La grafica muestra que el 62.10% si adquirirá el producto, el 28.60% deja la posibilidad. Mientras que el 6% indica que quizás no. Finalmente, el 3.40% indica que definitivamente no lo adquirirá.

11. ¿En qué te basas para adquirir un Crédito?

Figura 51

Resultados de la Pregunta 11

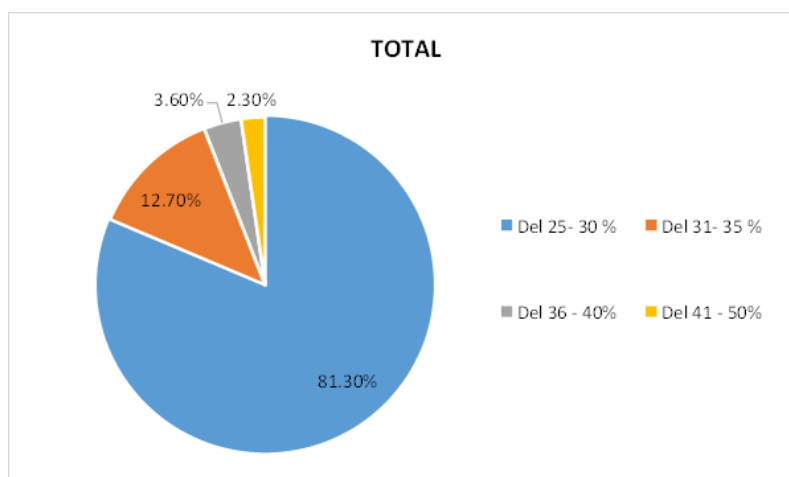


La grafica muestra que el 41% para adquirir se basa en la atención al cliente, el 11 opta por un tiempo de respuesta rápido, el 15.60% que no pida mucha documentación, en 10.10% indica que por los beneficios que puedan brindarle, mientras que el 21.80% indica que la tasa de interés baja en uno de los aspectos que considera para adquirir el crédito.

12. ¿Qué tasa de interés estaría de acuerdo que sea aplicada al crédito?

Figura 52

Resultados de la Pregunta 12

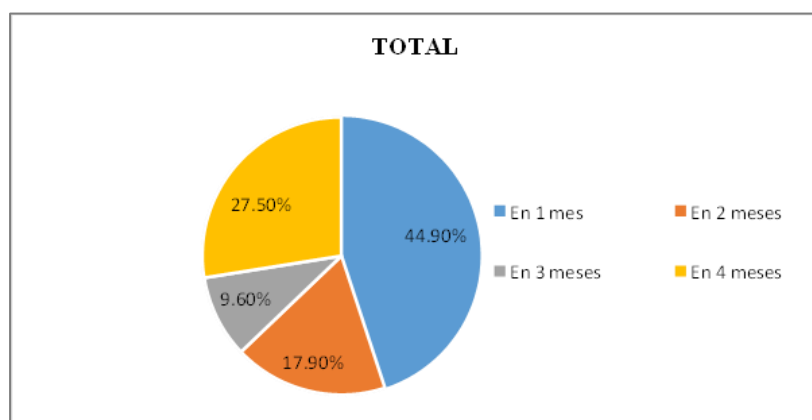


La grafica muestra que el 81.30% cree conveniente que la tasa de interés este dentro del rango (25 – 30%). El 12.70% está dentro del rango (31 – 45%). Mientras que el 3.60% está dentro del rango (36 – 40%). Y el más bajo indica que el 2.30% opto por (41 – 50%).

13. ¿En cuánto tiempo podría pagar el financiamiento?

Figura 53

Resultados de la Pregunta 13

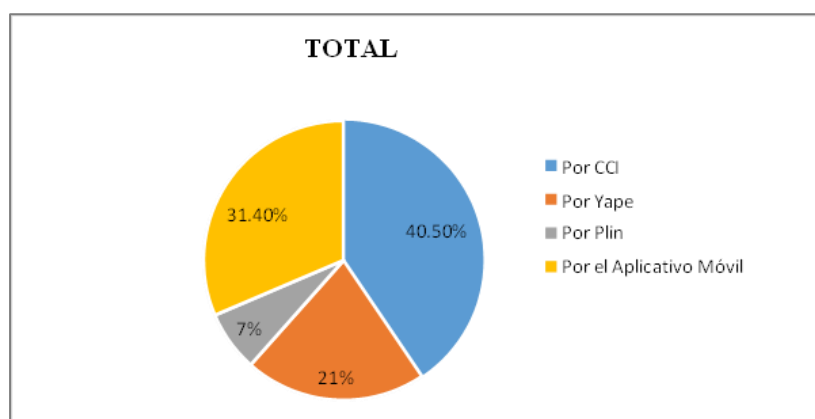


La grafica muestra que el 44.90% podría pagar el crédito en un 1 mes, el 17.90% en 2 meses, el 9.60% en 3 meses, mientras que el 27.50% en 4 meses.

14. ¿Por qué medio de pago podría cancelar su cuota?

Figura 54

Resultados de la Pregunta 14

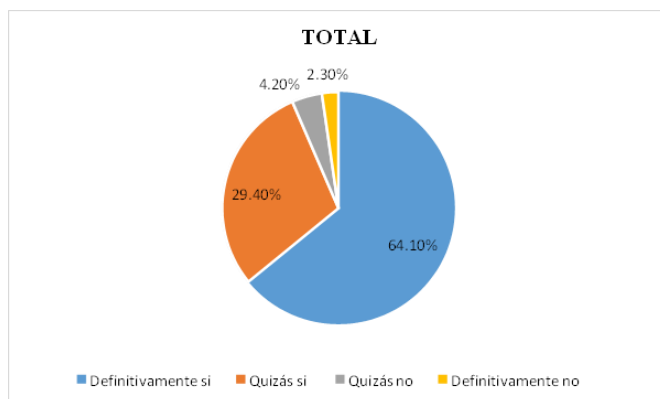


La grafica muestra que el 40.50% opto por pagar con CCI, el 21% por Yape, el 7% por Plin y el 31.40% por el aplicativo Móvil.

15. ¿Recomendarías el financiamiento de la Fintech Credit School a tus amigos?

Figura 55

Resultados de la Pregunta 15

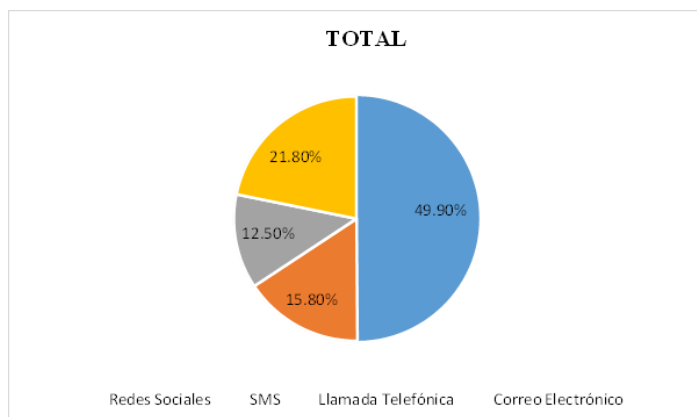


La grafica muestra que el 64.10% definitivamente si recomendara el financiamiento, el 29.40% deja la posibilidad de si recomendarlo, el 4.20% no da la posibilidad y el 2.30% indica que definitivamente no lo recomendaría.

16. ¿De qué manera le gustaría recibir Nuestras Promociones?

Figura 56

Resultados de la Pregunta 16



La grafica muestra que el 49.90% le gustaría recibir nuestras promociones por redes sociales tales como (Facebook, Tik Tok, Instagram, WhatsApp). El 15.80% por Mensajes de texto, el 12.50% por llamada telefónica y el 21.80% por correo electrónico.

Capítulo VIII

Plan Económico - Financiero

Inversión – Depreciación

Tabla 26

Plan de Inversión

PLAN DE INVERSIÓN - FINTECH CREDIT SCHOOL			
1. INVERSIÓN FIJA / TANGIBLE			S/ 22,126.00
MUEBLES Y ENSERES			S/ 4,868.00
	Valor Unitario	Cantidad	Valor total
Escritorio	S/. 350.00	2	S/ 700.00
Escritorio en L	S/. 699.00	2	S/ 1,398.00
Mueble de Archivos	S/. 800.00	2	S/ 1,600.00
Ventilador	S/. 75.00	2	S/ 150.00
Sillas de escritorio	S/. 120.00	6	S/ 720.00
Sillas de atención	S/. 50.00	6	S/ 300.00
MAQUINARIAS			S/ 758.00
	Valor Unitario	Cantidad	Valor total
Audiculares	S/. 79.00	2	S/ 158.00
Estabilizador normal	S/. 50.00	3	S/ 150.00
Estabilizador con carga de energia	S/. 150.00	3	S/ 450.00
COMPUTADORAS E IMPRESORAS			S/ 16,500.00
	Valor Unitario	Cantidad	Valor total
Laptops	S/. 2,500.00	6	S/ 15,000.00
Impresoras	S/. 750.00	2	S/ 1,500.00
2. INVERSIÓN INTANGIBLE / PRE-OPERATIVA			S/ 16,504.99
	Valor Unitario	Cantidad	
Gastos Notariales			S/ 700.00
Registros Públicos y Notariales	S/ 250.00	1	S/ 250.00
Legalización de libros de planilla	S/ 100.00	1	S/ 100.00
Elaboración de la minuta	S/ 200.00	1	S/ 200.00
Firma de Socios	S/ 50.00	3	S/ 150.00
Licencia de funcionamiento y defensa civil	S/ 250.00	1	S/ 250.00
Inscripción en registros públicos			S/ 20.00
Implementación del local	S/ 3,000.00	1	S/ 3,000.00
Inscripción en INDECOPI	S/ 534.99	1	S/ 534.99
Desarrollo del App / Web	S/ 12,000.00		S/ 12,000.00
3. CAPITAL DE TRABAJO			150,300.89

Adelanto y garantía de alquiler	(Adelanto y garantía)	S/ 2,800.00
Dinero para Gastos Administrativos	*Un mes	S/ 12,817.92
Dinero para Gastos de Ventas	*Un mes	S/ 5,627.28
Fondo de créditos		S/ 129,055.69

INVERSIÓN	188,931.88
------------------	-------------------

Tabla 27*Calculo De La Depreciación Anual Y Mensual*

	CÁLCULO DE LA DEPRECIACIÓN POR ANUAL Y MENSUAL		
	DEPRECIACION	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION MENSUAL
MUEBLES Y ENSERES	10%	S/ 486.80	S/ 40.57
Escritorio	10%	S/ 70.00	S/ 5.83
Escritorio en L	10%	S/ 139.80	S/ 11.65
Mueble de Archivos	10%	S/ 160.00	S/ 13.33
Ventilador	10%	S/ 15.00	S/ 1.25
Sillas de escritorio	10%	S/ 72.00	S/ 6.00
Sillas de atención	10%	S/ 30.00	S/ 2.50
MAQUINARIAS	20%	S/ 151.60	S/ 12.63
Audiculares	20%	S/ 31.60	S/ 2.63
Estabilizador normal	20%	S/ 30.00	S/ 2.50
Estabilizador con carga de energia	20%	S/ 90.00	S/ 7.50
COMPUTADORAS E IMPRESORAS	25%	S/ 4,125.00	S/ 343.75
Laptops	25%	S/ 3,750.00	S/ 312.50
Impresoras	25%	S/ 375.00	S/ 31.25
COSTO TOTAL ACTIVOS Y DEPRECIACIÓN		S/ 4,763.40	S/ 396.95

Tabla 28*Depreciación Y Amortización*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Depreciación (tangibles)	S/ 4,763.40	S/ 2,700.90	S/ 638.40	S/ 638.40	S/ 638.40
Amortización (intangibles)	S/ 3,301.00	S/ 3,301.00	S/ 3,301.00	S/ 3,301.00	S/ 3,301.00
TOTAL	S/ 8,064.40	S/ 6,001.90	S/ 3,939.40	S/ 3,939.40	S/ 3,939.40

Precios

Tabla 29

Monto De Préstamos

MONTO DE PRESTAMOS	
S/ 250.00 - S/ 499.00	5%
S/ 500.00 - S/ 950.00	41%
S/ 951.00 - S/ 1,200.00	22%
S/ 1,201.00 - S/ 1,600.00	18%
S/ 1,601.00 - S/ 2,500.00	14%
TOTAL	100%

95%

Tabla 30

Tasa De Interés Por 30 Días

PRECIOS (SIN IGV)									
SERVICIO	PRÉSTAMO CREDIT SCHOOL								
MONTO	S/500.00	S/950.00	S/951.00	S/1,200.00	S/1,201.00	S/1,600.00	S/1,601.00	S/2,500.00	
MONTO PROMEDIO	S/725.00		S/1,075.50		S/1,400.50		S/2,050.50		S/1,312.88
COSTO (30 DÍAS) (TASA)	5.00%		6.00%		7.00%		8.00%		
PRECIO	S/36.25		S/64.53		S/98.04		S/164.04		
PARTICIPACIÓN	41%		22%		18%		14%		
PARTICIPACIÓN AJUSTADA	43%		23%		19%		15%		100%
PRECIO PONDERADO	S/15.64		S/14.74		S/18.68		S/24.52		S/ 73.58

Tabla 31

Tasa De Interés Por 60 Días

PRECIOS (SIN IGV)									
SERVICIO	PRÉSTAMO CREDIT SCHOOL								
MONTO	S/500.00	S/950.00	S/951.00	S/1,200.00	S/1,201.00	S/1,600.00	S/1,601.00	S/2,500.00	
MONTO PROMEDIO	S/725.00		S/1,075.50		S/1,400.50		S/2,050.50		S/1,312.88
COSTO (60 DÍAS) (TASA)	10.00%		11.00%		12.00%		13.00%		
PRECIO	S/72.50		S/118.31		S/168.06		S/266.57		
PARTICIPACIÓN	41%		22%		18%		14%		
PARTICIPACIÓN AJUSTADA	43%		23%		19%		15%		100%
PRECIO PONDERADO	S/31.29		S/27.02		S/32.02		S/39.84		S/ 130.18

Tabla 34

Tasa De Interés Por 90 Días

PRECIOS (SIN IGV)								
SERVICIO	PRÉSTAMO CREDIT SCHOOL							
MONTO	S/500.00	S/950.00	S/951.00	S/1,200.00	S/1,201.00	S/1,600.00	S/1,601.00	S/2,500.00
MONTO PROMEDIO	S/725.00		S/1,075.50		S/1,400.50		S/2,050.50	S/1,312.88
COSTO (90 DÍAS) (TASA)	15.00%		16.00%		17.00%		18.00%	
PRECIO	S/108.75		S/172.08		S/238.09		S/369.09	
PARTICIPACIÓN	41%		22%		18%		14%	
PARTICIPACIÓN AJUSTADA	43%		23%		19%		15%	100%
PRECIO PONDERADO	S/46.93		S/39.31		S/45.36		S/55.17	S/ 186.77

Tabla 33

Tasa de interés por 120 días

PRECIOS (SIN IGV)								
SERVICIO	PRÉSTAMO CREDIT SCHOOL							
MONTO	S/500.00	S/950.00	S/951.00	S/1,200.00	S/1,201.00	S/1,600.00	S/1,601.00	S/2,500.00
MONTO PROMEDIO	S/725.00		S/1,075.50		S/1,400.50		S/2,050.50	S/1,312.88
COSTO (120 DÍAS) (TASA)	20.00%		21.00%		22.00%		23.00%	
PRECIO	S/145.00		S/225.86		S/308.11		S/471.62	
PARTICIPACIÓN	41%		22%		18%		14%	
PARTICIPACIÓN AJUSTADA	43%		23%		19%		15%	100%
PRECIO PONDERADO	S/62.58		S/51.59		S/58.70		S/70.49	S/ 243.37
PRECIO (INTERESES) PROMEDIO								S/158.47

Tabla 32

Planilla De Personal

PLANILLA DE PERSONAL										
PUESTO / CARGO	SUELDO BRUTO	SIS	CTS	VACACIONES	Asignación familiar (No)	ONP	AFP	GRATIFICACIÓN	COSTO TOTAL ANUAL	COSTO TOTAL MENSUAL
		S/ 15.00				13%	10%			
Costo operativo	S/ 2,050.00	S/ 30.00	S/ -	S/ 85.42	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 2,050.00	S/ 50,585.00	S/ 4,215.42
Analista de Sistemas	S/ 1,025.00	S/ 15.00	S/ -	S/ 42.71	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 1,025.00	S/ 25,292.50	S/ 2,107.71
Ejecutivo de Marketing	S/ 1,025.00	S/ 15.00	S/ -	S/ 42.71	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 1,025.00	S/ 25,292.50	S/ 2,107.71
Gasto Administrativo	S/ 2,700.00	S/ 30.00	S/ -	S/ 112.50	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 2,700.00	S/ 66,510.00	S/ 5,542.50
Administrador	S/ 1,500.00	S/ 15.00	S/ -	S/ 62.50	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 1,500.00	S/ 36,930.00	S/ 3,077.50
Contador	S/ 1,200.00	S/ 15.00	S/ -	S/ 50.00	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 1,200.00	S/ 29,580.00	S/ 2,465.00
Gasto de Ventas	S/ 2,050.00	S/ 30.00	S/ -	S/ 85.42	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 2,050.00	S/ 50,585.00	S/ 4,215.42
Analista de Créditos y Cobranzas	S/ 1,025.00	S/ 15.00	S/ -	S/ 42.71	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 1,025.00	S/ 25,292.50	S/ 2,107.71
Analista de Créditos y Cobranzas	S/ 1,025.00	S/ 15.00	S/ -	S/ 42.71	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 1,025.00	S/ 25,292.50	S/ 2,107.71
TOTAL ANUAL /MENSUAL									S/ 167,680.00	S/ 13,973.33
REGÍMENES LABORALES	RÉGIMEN MYPE									

Gastos Operativos

Tabla 38

Gastos Operativos Mensuales

GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/ 12,817.92
ALQUILER DEL LOCAL	S/ 1,400.00
PLANILLA ADMINISTRATIVA	S/ 9,757.92
SERVICIOS(Luz, Agua, Internet, telefono)	S/ 700.00
UTILES DE OFICINA	S/ 80.00
MATERIALES DE LIMPIEZA	S/ 50.00
COMMUNITY MANAGER	S/ 500.00
ASESOR LEGAL	S/ 300.00
CENTRALES DE RIESGO INFOCORP	S/ 30.00
GASTOS DE VENTAS	S/ 5,627.28
PLANILLA DE VENTAS	S/ 4,215.42
PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES	S/ 1,200
PUBLICIDAD RADIO - PERIODICO	S/ 212

Tabla 37

Gastos De Ventas Anual

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS ADMINISTRACIÓN ANUAL	S/ 153,815.00	S/ 153,815.00	S/ 153,815.00	S/ 153,815.00	S/ 153,815.00

Tabla 36

Costo De Publicidad

COSTO DE PUBLICIDAD		
DÓLAR	3.852	
RADIO	\$ 40.00	S/ 154.08
PERIODICOS	\$ 15.00	S/ 57.78
TOTAL	S/ 212	

Costos de Ventas

Tabla 35

Gastos Administración Anual

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS DE VENTAS ANUAL	S/ 67,527.32	S/ 71,869.33	S/ 76,490.52	S/ 81,408.87	S/ 86,643.46
CRECIM.	6%				

Tabla 39

Costos Variables Unitarios

SERVICIO DE PRÉSTAMO CREDIT SCHOOL							
S/ 500 - S/ 2,500	PART. %	COSTO	PRECIO (SIN IGV)	COSTO TOTAL (SIN IGV)			
30 DÍAS	43%	S/ 8.33	S/ 7.06	S/ 7.06			
60 DÍAS	23%	S/ 8.33	S/ 7.06				
90 DÍAS	19%	S/ 8.33	S/ 7.06				
120 DÍAS	15%	S/ 8.33	S/ 7.06				
PUBLICIDAD - REDES SOCIALES							
	DIAS	MES	Estimación de clientes captados	144			
REDES SOCIALES	S/ 40.00	S/ 1,200.00	PUBLICIDAD	S/ 1,200			
			TOTAL	S/ 1,200			
RANGO/ALCANCE	144,000		COSTO PAQUETE DE PUBLICIDAD	Estadísticamente cuando un negocio inicia, oscila en 0.1%, para determinar la proyección de clientes y poder estimar el costo de cada uno, sobre el costo de publicidad. Además, es un rango extraordinario para un nuevo negocio.			
CLIENTE	144	0.10%	S/ 1,200				
FUENTES CONSULTADAS							
	DIAS	MES					
REDES SOCIALES	S/ 40.00	S/ 1,200.00					
			CONSULTOR 1	CONSULTOR 2	CONSULTOR 3	CONSULTOR 4	PROMEDIO
ALCANCE	DÍA		5,000	5,500	4,000	4,700	4,800
	MES		150,000	165,000	120,000	141,000	144,000

Tabla 40

Proyección de Costo de Ventas - Soles

COSTO DE VENTAS														
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	
S/ 500 - S/ 2,500 (30 - 120 DÍAS)	S/ 7.06	S/ 1,222	S/ 1,246	S/ 1,271	S/ 1,296	S/ 1,322	S/ 1,349	S/ 1,376	S/ 1,403	S/ 1,431	S/ 1,460	S/ 1,489	S/ 1,519	S/ 16,385
		S/ 1,222	S/ 1,246	S/ 1,271	S/ 1,296	S/ 1,322	S/ 1,349	S/ 1,376	S/ 1,403	S/ 1,431	S/ 1,460	S/ 1,489	S/ 1,519	S/ 16,385
CRECIMIENTO MENSUAL	2.00%													

Tabla 41

Resumen De Costo De Ventas

RESUMEN DE COSTO DE VENTAS:					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
S/ 500 - S/ 2,500 (30 - 120 DÍAS)	S/ 16,385	S/ 19,826	S/ 23,990	S/ 29,028	S/ 35,124
TOTAL DE COSTO VENTAS	S/ 16,385	S/ 19,826	S/ 23,990	S/ 29,028	S/ 35,124
CRECIMIENTO ANUAL	21.00%				

Tabla 43

Punto de Equilibrio General

PUNTO DE EQUILIBRIO - GENERAL					
COSTOS FIJOS MENSUALES	S/ 18,445.19				
PRECIO DE VENTA (SIN IGV)	S/ 158.47				
(PROMEDIO PONDERADO)					
COSTO VARIABLE UNITARIO	S/ 7.06				
PUNTO DE EQUILIBRIO	<table border="1"> <tr> <td>COSTO FIJO</td> <td rowspan="2">122</td> <td rowspan="2">CRÉDITOS POR MES</td> </tr> <tr> <td>(Precio - Cvu)</td> </tr> </table>	COSTO FIJO	122	CRÉDITOS POR MES	(Precio - Cvu)
COSTO FIJO	122	CRÉDITOS POR MES			
(Precio - Cvu)					

Tabla 44

Proyección de Ventas - Número de Créditos

VENTAS TOTALES:			ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	
PART. %																
ENCUESTA	41%	S/ 500 - S/ 2,500 (30 DÍAS)	43%	75	76	78	79	81	82	84	86	87	89	91	93	1001
	22%	S/ 500 - S/ 2,500 (60 DÍAS)	23%	40	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	49	530
	18%	S/ 500 - S/ 2,500 (90 DÍAS)	19%	33	34	34	35	36	36	37	38	39	39	40	41	442
	14%	S/ 500 - S/ 2,500 (120 DÍAS)	15%	26	26	27	27	28	29	29	30	30	31	32	32	347
TOTAL	95%	TOTAL	100%	173	176	180	184	187	191	195	199	203	207	211	215	2320
CRECIMIENTO MENSUAL				2%											FONDO CRÉDITOS	S/ 129,056

Tabla 46

Análisis de Morosidad

ANÁLISIS DE MOROSIDAD		TASA	5.0%				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
TOTAL DE CRÉDITOS	100%	2,320	2,807	3,397	4,110	4,973	
CRÉDITOS MOROSOS	5.0%	116.01	140.37	170	206	249	
VALOR PROM. DE CRÉDITO		S/ 2,500	S/ 2,500	S/ 2,500	S/ 2,500	S/ 2,500	
TOTAL DE MOROSIDAD		S/ 290,021.70	S/ 350,926	S/ 424,621	S/ 513,791	S/ 621,687	
CRÉDITO INCOBRABLE	10.0%	S/ 29,002	35,093	42,462	51,379	62,169	
Del total de créditos morosos; ¿Cuál es el porcentaje de incobrables? En promedio es alrededor del 10%							

Proyección de Ventas

Tabla 45

Proyección De Ventas - Soles

VENTAS TOTALES														
		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1
PRECIO														
S/ 500 - S/ 2,500 (30 DÍAS)	S/ 73.58	S/ 5,494	S/ 5,604	S/ 5,716	S/ 5,830	S/ 5,946	S/ 6,065	S/ 6,187	S/ 6,310	S/ 6,437	S/ 6,565	S/ 6,697	S/ 6,831	S/ 73,681
S/ 500 - S/ 2,500 (60 DÍAS)	S/ 130.18	S/ 5,144	S/ 5,247	S/ 5,352	S/ 5,459	S/ 5,568	S/ 5,679	S/ 5,793	S/ 5,909	S/ 6,027	S/ 6,147	S/ 6,270	S/ 6,396	S/ 68,991
S/ 500 - S/ 2,500 (90 DÍAS)	S/ 186.77	S/ 6,156	S/ 6,279	S/ 6,405	S/ 6,533	S/ 6,663	S/ 6,797	S/ 6,933	S/ 7,071	S/ 7,213	S/ 7,357	S/ 7,504	S/ 7,654	S/ 82,563
S/ 500 - S/ 2,500 (120 DÍAS)	S/ 243.37	S/ 6,293	S/ 6,419	S/ 6,547	S/ 6,678	S/ 6,812	S/ 6,948	S/ 7,087	S/ 7,229	S/ 7,373	S/ 7,521	S/ 7,671	S/ 7,824	S/ 84,401
		S/ 23,086	S/ 23,548	S/ 24,019	S/ 24,499	S/ 24,989	S/ 25,489	S/ 25,999	S/ 26,519	S/ 27,049	S/ 27,590	S/ 28,142	S/ 28,705	S/ 309,636
CRECIMIENTO MENSUAL	2.00%													

RESUMEN DE VENTAS:						
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
S/ 500 - S/ 2,500 (30 - 120 DÍAS)		S/ 309,636	S/ 374,659	S/ 453,338	S/ 548,538	S/ 663,732
TOTAL DE VENTAS		S/ 309,636	S/ 374,659	S/ 453,338	S/ 548,538	S/ 663,732
CRECIMIENTO ANUAL		21.00%				

Flujo de Caja Proyectado

Tabla 47

Flujo De Caja

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	S/ -	S/ 309,635.64	S/ 374,659.13	S/ 453,337.55	S/ 548,538.43	S/ 814,032.39
VENTAS		S/ 309,635.64	S/ 374,659.13	S/ 453,337.55	S/ 548,538.43	S/ 663,731.50
RECUPERACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO						S/ 150,300.89
EGRESOS	S/ 188,931.88	S/ 269,299.55	S/ 288,805.63	S/ 327,654.91	S/ 369,721.38	S/ 419,297.95
INVERSIONES	S/ 188,931.88					
COSTO DE VENTAS		S/ 16,385.41	S/ 19,826.34	S/ 23,989.87	S/ 29,027.75	S/ 35,123.57
GASTOS ADMINISTRATIVOS		S/ 153,815.00	S/ 153,815.00	S/ 153,815.00	S/ 153,815.00	S/ 153,815.00
GASTOS DE VENTAS		S/ 67,527.32	S/ 71,869.33	S/ 76,490.52	S/ 81,408.87	S/ 86,643.46
CRÉDITOS INCOBRABLES		S/ 29,002.17	S/ 35,092.63	S/ 42,462.08	S/ 51,379.11	S/ 62,168.73
IMPUESTO A LA RENTA		S/ 2,569.65	S/ 8,202.34	S/ 6,900.00	S/ 6,900.00	S/ 6,900.00
EXCEDENTE IMPUESTO A LA RENTA		S/ -	S/ -	S/ 23,997.44	S/ 47,190.65	S/ 74,647.20
FLUJO NETO ECONÓMICO	-S/ 188,931.88	S/ 40,336.09	S/ 85,853.50	S/ 125,682.64	S/ 178,817.06	S/ 394,734.44
PRÉSTAMO	S/ 56,679.56					
INTERESES DEL PRÉSTAMO		S/ 9,144.81	S/ 6,030.55	S/ 2,293.43		
AMORTIZACIÓN		S/ 15,571.31	S/ 18,685.57	S/ 22,422.68		
FLUJO NETO FINANCIERO	-S/ 132,252.31	S/ 15,619.98	S/ 61,137.38	S/ 100,966.52	S/ 178,817.06	S/ 394,734.44

Indicadores Financieros

Tabla 48

Indicadores Financieros

COK	9.89%		
VALOR ACTUAL NETO (VANE)	S/ 382,507.08		
VALOR ACTUAL NETO (VANF)	S/ 377,603.50		
TASA INTERNA DE RETORNO (TIRE)	50.2%		
TASA INTERNA DE RETORNO (TIRF)	56.8%		
		WACC	12.32%
BENEFICIO/ COSTO	1.46		
BENEFICIOS ACTUALIZADOS	S/1,817,723.41	VAN POSITIVO	SI VA
COSTOS ACTUALIZADOS	S/1,246,284.46	VAN NEGATIVO	NO VA

Costo de Oportunidad

Tabla 49

Costo de Oportunidad del Capital

COK = Rf + Beta * (Rm-Rf) + Rp			
Rf (Tasa libre de riesgo)	3.17%		
Beta	0.703		
Prima de Riesgo (Rm-Rf)	7.10%		
Riesgo país	1.73%		
COK	9.89%		
CUENTAS POR PAGAR	S/	-	
ACTIVO NO CORRIENTE	S/	38,630.99	
MAQUINARIA Y EQUIPO	S/	22,126.00	
ACTIVOS INTANGIBLES	S/	16,504.99	
TOTAL ACTIVO	S/	188,931.88	
PASIVO CORRIENTE	S/	15,571.31	
CUENTAS POR PAGAR	S/	15,571.31	
OTRAS CUENTAS POR PAGAR	S/	-	
PASIVO NO CORRIENTE	S/	41,108.25	
CUENTAS POR PAGAR DE L/P	S/	41,108.25	
PATRIMONIO	S/	132,252.31	
CAPITAL SOCIAL	S/	188,931.88	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	S/	188,931.88	

Estado de Situación Financiera

Estado de Resultados

Cok – Wacc

Tabla 52

COK y WACC

Tabla 50			
<i>Estado de Resultados</i>			
Rf (tasa libre de riesgo)	3.17%		
Beta	0.703		
Prima de riesgo (Rm - Rf)	7.10%		
Riesgo país	1.73%		
COK (Ke)	9.89%		
MONTO PARA INVERTIR EN EL PROYECTO		S/.	188,932
CAPITAL PROPIO	60.00%	S/.	113,359
FINANCIAMIENTO	40.00%	S/.	75,573
Kd	20.00%		
T	10.00%		
WACC	13.13%		
29.5% EXCEDENTE DEL IMPUESTO A LA RENTA		S/	23,227
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	S/	23,127	S/
RÉGIMEN MYPE		S/	73,821
		S/	119,450
		S/	174,878
		S/	240,494

Figura 58*Formula del COK*

$$\text{CAPM} = R_f + \text{Beta} * (\text{Prima de Riesgo}) + \text{Riesgo País}$$

- R_f : Tasa libre de Riesgo.
- Beta: Indicador de Riesgo de Mercado.
- Prima de riesgo: Plus por cambiar activos sin riesgo por activos con riesgos de mercado.
- Riesgo País: El riesgo país es un índice que intenta medir el grado de riesgo que entraña un país para las inversiones extranjeras

Figura 57*Formula del WACC*

$$\text{WACC} = \% \text{ Deuda} * K_d * (1-T) + \% \text{ Equity} * \text{COK}$$

- K_d : Tasa de interés por financiamientos
- T : Tasa impositiva
- Equity: Aporte de accionistas

Financiamiento

Tabla 53

Financiamiento

CÁLCULO DEL FINANCIAMIENTO		
FINANCIAMIENTO		
MONTO A INVERTIR EN EL PROYECTO		S/. 188,932
CAPITAL PROPIO	60.00%	S/. 113,359
PRÉSTAMO	40.00%	S/. 75,573

PRÉSTAMO	
CAPITAL	S/75,572.75
TASA EFECTIVA ANUAL (TCEA)	20.00%
TASA INTERÉS EFECTIVO MENSUAL	1.5309%
DURACIÓN EN AÑOS DEL PRESTAMO	3
NUMERO TOTAL DE PAGO	36

Pago de Amortizaciones 1er año	S/. 20,761.74
Pago de intereses 1er año	S/. 12,193.08
Pagado préstamo	S/. 32,954.82

Pago de Amortizaciones 2do año	S/. 24,914.09
Pago de intereses 2do año	S/. 8,040.73
Pagado préstamo	S/. 32,954.82

Pago de Amortizaciones 3er año	S/. 29,896.91
Pago de intereses 3er año	S/. 3,057.91
Pagado préstamo	S/. 32,954.82

Tabla 54*Cronograma de Pagos*

T	CAPITAL	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	CUOTA
1	S/ 73,983.49	S/ 1,156.98	S/ 1,589.26	S/ 2,746.24
2	S/ 72,369.91	S/ 1,132.65	S/ 1,613.59	S/ 2,746.24
3	S/ 70,731.62	S/ 1,107.94	S/ 1,638.29	S/ 2,746.24
4	S/ 69,068.24	S/ 1,082.86	S/ 1,663.37	S/ 2,746.24
5	S/ 67,379.41	S/ 1,057.40	S/ 1,688.84	S/ 2,746.24
6	S/ 65,664.72	S/ 1,031.54	S/ 1,714.69	S/ 2,746.24
7	S/ 63,923.77	S/ 1,005.29	S/ 1,740.94	S/ 2,746.24
8	S/ 62,156.18	S/ 978.64	S/ 1,767.60	S/ 2,746.24
9	S/ 60,361.52	S/ 951.58	S/ 1,794.66	S/ 2,746.24
10	S/ 58,539.39	S/ 924.10	S/ 1,822.13	S/ 2,746.24
11	S/ 56,689.36	S/ 896.21	S/ 1,850.03	S/ 2,746.24
12	S/ 54,811.01	S/ 867.88	S/ 1,878.35	S/ 2,746.24
13	S/ 52,903.90	S/ 839.13	S/ 1,907.11	S/ 2,746.24
14	S/ 50,967.59	S/ 809.93	S/ 1,936.30	S/ 2,746.24
15	S/ 49,001.65	S/ 780.29	S/ 1,965.95	S/ 2,746.24
16	S/ 47,005.60	S/ 750.19	S/ 1,996.05	S/ 2,746.24
17	S/ 44,978.99	S/ 719.63	S/ 2,026.60	S/ 2,746.24
18	S/ 42,921.36	S/ 688.60	S/ 2,057.63	S/ 2,746.24
19	S/ 40,832.23	S/ 657.10	S/ 2,089.13	S/ 2,746.24
20	S/ 38,711.12	S/ 625.12	S/ 2,121.12	S/ 2,746.24
21	S/ 36,557.53	S/ 592.65	S/ 2,153.59	S/ 2,746.24
22	S/ 34,370.97	S/ 559.68	S/ 2,186.56	S/ 2,746.24
23	S/ 32,150.93	S/ 526.20	S/ 2,220.03	S/ 2,746.24
24	S/ 29,896.91	S/ 492.21	S/ 2,254.02	S/ 2,746.24
25	S/ 27,608.38	S/ 457.71	S/ 2,288.53	S/ 2,746.24
26	S/ 25,284.82	S/ 422.67	S/ 2,323.57	S/ 2,746.24
27	S/ 22,925.68	S/ 387.10	S/ 2,359.14	S/ 2,746.24
28	S/ 20,530.42	S/ 350.98	S/ 2,395.26	S/ 2,746.24
29	S/ 18,098.50	S/ 314.31	S/ 2,431.93	S/ 2,746.24
30	S/ 15,629.34	S/ 277.08	S/ 2,469.16	S/ 2,746.24
31	S/ 13,122.38	S/ 239.28	S/ 2,506.96	S/ 2,746.24
32	S/ 10,577.04	S/ 200.90	S/ 2,545.34	S/ 2,746.24
33	S/ 7,992.74	S/ 161.93	S/ 2,584.31	S/ 2,746.24
34	S/ 5,368.87	S/ 122.36	S/ 2,623.87	S/ 2,746.24
35	S/ 2,704.83	S/ 82.19	S/ 2,664.04	S/ 2,746.24
36	-S/ 0.00	S/ 41.41	S/ 2,704.83	S/ 2,746.24
TOTAL				S/98,864.47

Conclusiones

Después de haber realizado un estudio para el presente proyecto, tenemos información esencial y suficiente que nos permite llegar a las siguientes conclusiones y recomendaciones:

Conclusión 1

Esta investigación tuvo como objetivo identificar estrategias efectivas sobre el tema Fintech en el sector financiero. Con base en un análisis cuantitativo y cualitativo de la respuesta de nuestros encuestados, se puede concluir que la mayoría de nuestro público objetivo requiere de un financiamiento extra para sus estudios profesionales este es un factor importante.

Conclusión 2

Se logrará elaborar y plantear el objetivo propuesto de la creación de un plan de negocio para CREDIT SCHOOL Dada el contexto de pandemia. En él que se debatió los principales aspectos de la empresa como son el área operativa, de marketing y financiera. Se replanteó y formuló la misión y visión de CREDIT SCHOOL haciéndola más conforme A través de un análisis se logró identificar las principales fortalezas y debilidades, así como las oportunidades y amenazas que tiene CREDIT SCHOOL.

Conclusión 3

El objetivo de CREDIT SCHOOL es crear un sistema - online capaz de ofrecer créditos a estudiantes que dada la coyuntura dejaron de estudiar por varios motivos, logrando así tener mayor participación en este nuevo mercado que es de las Fintech.

Recomendaciones

Dentro de este proyecto nuevo e innovador, se tiene como objetivo que aquellos alumnos que dejaron de estudiar se interesen por pertenecer a la cartera de CREDIT SCHOOL siendo. Una mejora continua para sí mismo; por lo tanto, se recomienda a los lectores que tengan interés en este proyecto.

Recomendación 1

Al ser este una Fintech nueva en el mercado local, se recomienda implementar un plan de negocio que dé a conocer el producto al público objetivo, de tal manera que se cumpla con los objetivos de venta planteados y de esa manera garantizar la factibilidad del proyecto.

Recomendación 2

Se recomienda que se utilice las herramientas que le favorecen actualmente para implementar estrategias de marketing tales como mejor promoción y adecuaciones a CREDIT SCHOOL.

Recomendación 3

Por último, se recomienda implementar el proyecto CREDIT SCHOOL en el país, por su alta rentabilidad ante diferentes escenarios.

Bibliografía

- Recuperado de: <https://gestion.pe/peru/inei-poblacion-de-peru-suma-33-millones- con- tendencia- al-envejecimiento-noticia/?ref=gesr>
- Recuperado de: <https://gestion.pe/blog/te-lo-cuento-facil/2021/04/situacion-actual-del- empleo- en-el-peru-2.html/>
- Recuperado de: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2011/07/11/economia /1310496944_85 02 15.html
- Recuperado de: <https://blogs.iadb.org/conocimiento-abierto/es/gestion-riesgo- reducir- impacto- amenazas-naturales/>
- Recuperado de: <http://earthgonomic.com/noticias/cultura-de-reciclaje/>
- Recuperado de: <https://elcomercio.pe/economia/cuantos-habitantes-tiene-peru-2021- alcanzo- los-33-millones-de-habitantes-en-el-bicentenario-segun-inei-nndc- noticia/?ref=ecr>
- Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/riesgo-pais-de-peru-cerro-sin-variacion-en- 138- puntos-porcentuales-noticia-2/?ref=gesr>
- Recuperado de: <https://confianza.pe/>
- Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/modelo-canvas.html>
- Recuperado de: <https://factorial.mx/blog/recursos-humanos-que-son/>
- Recuperado de: <https://blogs.upn.edu.pe/carreras-para-adultos-que- trabajan/2016/04/14/contabilidad-finanzas-importancia-las-empresas/>
- Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/05/el-marketing-y- sus- definiciones/>
- Recuperado de: <https://www.epsgrau.pe/webpage/desktop/views/>
- Recuperado de: <https://www.claro.com.pe/personas/>
- Recuperado de: <https://www.distriluz.com.pe/enosa/>
- Recuperado de: <https://elperuano.pe/noticia/119110-fintech-llegan-a-movilizar-mas-de- us- 15000-millones>
- Recuperado de: <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/aprueban-el-documento- denominado-guia-para-la-prevencion-de-resolucion-ministerial-n-055- 2020- tr- 1862592-1/>
- Recuperado de: <https://www.bbva.com/publicaciones/se-mantiene-la- politica- monetaria-expansiva/>

Recuperado de: <https://www.tecnologia-informatica.com/que-es-tecnologia-informatica/>

Recuperado de: <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/el-impacto-de-internet-en-la-vida-diaria/>

Recuperado de: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1553/20TOMO_01.pdf

Recuperado de: https://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacion_peru_2017.pdf

Recuperado de: <https://apurata.com/blog/acerca-de/>

Recuperado de: <https://kontigo.pe/software>

Recuperado de: <https://comparabien.com.pe/quienes-somos>