

**UNIVERSIDAD DE PIURA**  
**PAD ESCUELA DE DIRECCIÓN**



**LINEAMIENTOS Y APRENDIZAJES EN LA EVALUACIÓN DE  
APERTURA DE UNA AGENCIA BANCARIA ASOCIADA AL  
RETAIL**

Trabajo de investigación para optar el Grado de  
Máster en Dirección de Empresas

**LUIGINO KAISERBERGER ARCE**  
**CARLOS MARTIN MIRANDA GUTIERREZ**

Asesora: Angela María Carrasco Eléspuru

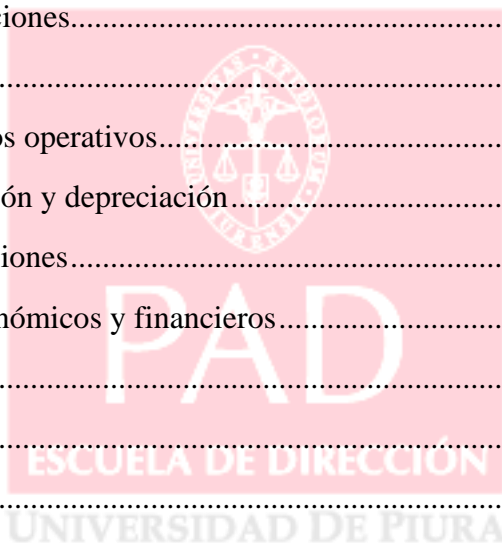
Lima, diciembre de 2017



## TABLA DE CONTENIDO

Índice de figuras .....	v
Índice de tablas .....	vii
Índice de anexos .....	ix
Introducción.....	1
CAPÍTULO 1. Marco de referencia .....	3
1.1. Objetivo .....	3
1.2. Alcance .....	3
CAPÍTULO 2. Descripción de la empresa Banco Cencosud .....	5
2.1. Historia del Grupo Cencosud .....	5
2.2. Visión .....	6
2.3. Misión.....	6
2.4. Estrategia comercial .....	6
2.5. Productos ofrecidos .....	6
2.6. Canales de distribución y atención .....	7
CAPÍTULO 3. Análisis de apertura de agencia .....	9
3.1. Identificación de la zona de ingreso .....	9
3.2. Análisis de demanda.....	9
3.2.1. Características de la zona .....	9
3.2.2. Valoración de características de las tarjetas de crédito .....	12
3.2.3. Características de la demanda.....	12
3.3. Análisis de oferta .....	13
3.3.1. Competidores.....	13
3.3.2. Productos ofrecidos .....	13
3.3.3. Percepción de los Clientes respecto a la oferta actual .....	14
3.3.4. Nivel de Bancarización.....	14
3.4. Análisis de propuesta de valor .....	14
3.4.1. Productos a ofrecer .....	15
3.4.2. Mercado objetivo.....	15
3.4.3. Propuesta de valor .....	15
	iii

CAPÍTULO 4. Análisis económico financiero .....	17
4.1. Venta e ingresos proyectados .....	17
4.1.1. Proyección de captación de tarjetas.....	17
4.1.2. Proyección de crecimiento anual.....	18
4.1.3. Venta de seguros complementarios .....	18
4.1.4. Ingresos por ventas .....	18
4.2. Inversión Inicial .....	18
4.3. Costo de fondos .....	19
4.4. Costo de riesgo .....	19
4.5. Gastos operacionales .....	19
4.5.1. Remuneraciones.....	19
4.5.2. Marketing .....	20
4.5.3. Otros gastos operativos.....	20
4.5.4. Amortización y depreciación.....	20
4.5.5. Remodelaciones.....	20
4.6. Resultados económicos y financieros.....	20
Conclusiones.....	21
Bibliografía.....	23
Anexos.....	25



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Grupo CENCOSUD .....	5
Figura 2. Zonificación del departamento de Cajamarca.....	11
Figura 3. Nivel Socio Económico (NSE) .....	11





## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Percepción de los clientes sobre tarjetas de crédito.....	16
Tabla 2. Clasificación de las tiendas por nivel de facturación .....	17
Tabla 3. Crecimiento anual proyectado .....	18
Tabla 4. Inversión inicial de mobiliario.....	19







## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Ficha técnica de Estudio de Mercado .....	25
Anexo 2. Razón principal de elección de tarjeta principal .....	26
Anexo 3. Lugares donde el Cliente usa su Tarjeta Principal.....	27
Anexo 4. Frecuencia de asistencia al supermercado .....	28
Anexo 5. Medios de pago en supermercados .....	29
Anexo 6. Beneficios de las tarjetas comerciales.....	30
Anexo 7. Promociones preferidas (%) en una Tarjeta de Crédito .....	31
Anexo 8. Proyección de venta, ingresos y gastos de la agencia de Cajamarca del Banco Cencosud.....	32
Anexo 9. Estado de resultados proyectado de la agencia de Cajamarca .....	33

