



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“DIAGNOSTICO DE LOS LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS DE LA
PROMOCIÓN DE CRÉDITOS DEL INSTITUTO DE DESARROLLO
DE LA PEQUEÑA Y MICRO EMPRESA – IDESI REGION GRAU”**

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACION

AUTORA:

TERESA DE JESÚS CÓRDOVA ALCARAZO

ASESOR:

MSc. RICARDO ANTONIO ARMAS JUÁREZ

LINEA DE INVESTIGACION:

Administración Estratégica

**PIURA- PERÚ
2016**

PAGINA DEL JURADO

Dr. Freddy William Castillo Palacios
PRESIDENTE

Mg. Carmen Milena Noblecilla Saavedra
SECRETARIO

Mg. Lidia Mercedes Olaya Guerrero
VOCAL

DEDICATORIA.

Esta tesis está dedicada al Ser Supremo a ti Padre Dios por tu infinitoamor , a mis padres, a mi esposo por su paciencia y apoyo constante, a mi adorada hija Ximena Raquel por ser mi fuente de inspiración; y a todas las personas importantes de mi vida, que me apoyaron para lograr mis metas. .

AGRADECIMIENTO

A Dios por iluminar mi vida con sabiduría para el logro de mis metas.

A la Universidad César Vallejo por la oportunidad de poder seguir formándome como una profesional.

A mi profesor y Asesor Ing. Ricardo Antonio Armas Juárez por su asesoría para hacer realidad mi trabajo de investigación.

A IDESI por brindarme la información necesaria para el desarrollo de mi tesis.

DECLARACIÓN JURADA.

Yo, Bach. Teresa de Jesús Córdova Alcarazo estudiante de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Escuela Académico Profesional de Administración, identificada con DNI N°42503663, con la tesis titulada “Diagnóstico de los Lineamientos Estratégicos de la Promoción de Créditos del Instituto de Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa – IDESI Región Grau”

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de: fraude (datos falsos), plagio (información sin citar autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Piura, 28 de Octubre del 2016.

Teresa de Jesús Córdova Alcarazo
DNI N° 42503663

PRESENTACIÓN.

El presente trabajo de investigación titulado "Diagnóstico de los Lineamientos Estratégicos de la Promoción de Créditos del Instituto de Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa – IDESI Región Grau", tiene como finalidad "Determinar la estrategia más efectiva para la promoción de los créditos ofrecidos por el Instituto de Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa en la Región Grau" para lo cual se han desarrollado en el primer capítulo todo lo referente a la Realidad problemática, a las teorías relacionadas al tema principal, describiendo el problema hallado y la justificación y objetivos que busca esta investigación.

En el segundo capítulo se ha desarrollado el diseño de la investigación, la operacionalización de las variables, se describe la población total así como la muestra y las técnicas e instrumentos que se han utilizado en la recolección de los datos, asimismo los métodos de análisis de datos que conllevan a una descripción del panorama encontrado inicialmente y sus principales características.

En el tercer capítulo se abordan los resultados de la aplicación del instrumento, que para este caso ha sido un cuestionario de preguntas, y cada una de ellas nos muestra las aristas de la situación que se describe a profundidad.

En el cuarto capítulo se discuten dichos resultados con el marco teórico, como se entrelazan ambos para describirnos una realidad con sus falencias y acertadas experiencias dando lugar al aporte que como investigadora de este tema paso a proponer en los dos últimos capítulos como son las conclusiones y las recomendaciones.

Esta investigación concluye principalmente en que se debe poner especial atención a los nuevos clientes, porque los clientes ganados ya están contentos con las bondades del producto que ofrece la empresa, y poner especial atención en los clientes internos, que lo componen la fuerza de ventas que se encuentran desmotivada.

RESUMEN

La presente tesis titulada “Diagnóstico de los Lineamientos Estratégicos de la Promoción de Créditos del Instituto de Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa INDESI- REGION GRAU, pretende mostrar la situación real del sector y aportar con ideas innovadoras para todos los agentes involucrados con la colocación de créditos para las pequeñas y micro empresas de nuestra Región que son consideradas como fuente y raíz generadora de ingresos per cápita a la economía nacional. La idea central es describir los lineamientos estratégicos que permitan generar estrategias efectivas para incrementar la colocación de créditos dentro del sector económico seleccionado. Para ello se ha realizado un análisis de lo que la teoría nos enseña sobre la fuerza de ventas y su importancia dentro de este proceso, así como fortalecer los puntos débiles encontrados en la situación ya existente y que ha impedido un real desarrollo y crecimiento de un sector tan importante para la región Piura. Par tal efecto, se ha desarrollado una investigación de campo seria y contundente basado en entrevistas a personal directivo de la empresa seleccionada y de fuentes secundarias que han permitido concluir en lineamientos estratégicos concretos y específicos que aterrizan en indicadores y metas concretas medibles -año a año como puede apreciarse a partir del tercer capítulo de esta tesis. Podemos resumir que para lograr aplicar una estrategia efectiva para incrementar los créditos en este sector, se hace necesario seguir unos lineamientos, basados en una serie de principios y valores que deben ser las guías o parámetros sobre los que se fundamentan cada uno de ellos. La presente investigación se centra en temas de competitividad, fuerza de ventas, promoción, tecnología y financiamiento; sobre la base de estos ejes es que se ha elaborado los lineamientos estratégicos los mismos que pueden observarse en detalle y que, de socializarse con los agentes de interés del sector, puede ser de gran aporte en la medida que se pueda llevar a cabo las estrategias que recomienda este estudio.

Palabras claves: Fuerza de Ventas, Créditos, Pequeña Empresa, Micro Empresa, Estrategia.

ABSTRACT

This thesis entitled "Diagnosis of Strategic Guidelines Credits Promotion Development Institute of Small and Micro Enterprise IDESI- Grau region, aims to show the real situation of the sector and contribute with innovative ideas for all those involved with placing credit for small and micro enterprises in our region that are considered root source and generating per capita income to the national economy. The central idea is to describe the strategic guidelines to generate effective to increase placement of loans within the selected economic sector strategies. For this we have done an analysis of what the theory teaches us about the sales force and its importance in this process and strengthen weak points found in the existing situation and prevented real development and growth of a so important for the region Piura sector. Pair this end, it has developed a research serious and forceful field based on interviews with managers of the selected company and secondary sources that have concluded in concrete and specific strategic guidelines landing on indicators and concrete targets measurable -year after year as it can be seen from the third chapter of this thesis. We can summarize that in order to implement an effective strategy to increase lending in this sector, it is necessary to follow a few guidelines, based on a set of principles and values that should be the guidelines or parameters that are based each. This research focuses on issues of competitiveness, sales force, promotion, technology and financing; on the basis of these axes it is that it has made the strategic guidelines the same as can be observed in detail and, to socialize with agents of interest in the sector can be a great contribution to the extent that can take place strategies recommended by this study.

Keywords: Sales Force Credit, Small Business, Micro Enterprise Strategy.

ÍNDICE

Página del jurado	2
Dedicatoria	3
Agradecimiento	4
Declaratoria de autenticidad	5
Presentación	6
RESUMEN	7
ABSTRACT	8
Índice	9
I. INTRODUCCIÓN	10
1.1. Realidad Problemática	11
1.2. Teorías Relacionadas al tema	12
1.3. Justificación del Estudio	22
1.4. Objetivos	22
II. METODO	23
2.1. Diseño de la Investigación	23
2.2. Operacionalización de variables	23
2.3. Población y muestra	24
2.4. Métodos, Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	26
III. RESULTADOS	27
IV. DISCUSIÓN	38
V. CONCLUSIONES	42
VI. RECOMENDACIONES	43
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	44
ANEXOS	46