

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**EI PRODUCTO CREDIJOYA Y SU INCIDENCIA EN LA UTILIDAD
NETA DE LA CAJA TRUJILLO – AGENCIA ESPAÑA - 2012**

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR:
BR. JUAN CARLOS CASTAÑEDA ARIAS**

**ASESORES:
DRA. FLOR ALICIA CALVANAPÓN ALVA
MG. LUIS ALBERTO MUÑOZ DÍAZ**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
MARKETING**

**TRUJILLO - PERÚ
2013**

PAGINA DEL JURADO

Dra. Calvanapon Alva Flor Alicia
Presidente

Mg. Muñoz Díaz Luis Alberto
Secretario

Mg. Baltodano Nontol Luz Alicia
Vocal

DEDICATORIA

A ti Dios que me diste la oportunidad de vivir y regalarme una familia maravillosa.

A ustedes: papá Carlos, mamá María y hermanos: Kathya, Cinthya, Marthyn, Rosario y Norma; por darme una carrera para mi futuro y por creer en mí, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre están apoyándome y brindándome todo su amor.

A mi primer sobrino Marco Gianluca, que es la energía que me impulsa cada día.

A mis ángeles que desde el cielo siempre me saben iluminar.

El Autor

AGRADECIMIENTO

Expreso mi gratitud y profundo aprecio a:

A la Universidad "CÉSAR VALLEJO" por haber sido el gestor de mi Formación Académica.

A la Dra. Luz Alicia Baltodano Nontol por su enseñanza en los cursos de estadística.

A mis asesores: Dra. Alicia Calvanapón Alva y Mg Luis Muñoz Díaz, por todo el tiempo y dedicación a orientarme en la realización de tesis.

A mis profesores de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad César Vallejo, por su dedicación de hacerme llegar sus enriquecedores conocimientos que contribuyó a mi desarrollo profesional y tratar de formarme como persona dispuesta a seguir sirviendo a la sociedad.

En mi agradecimiento no puedo dejar de mencionar a mi familia que con su apoyo fueron los motores de mis acciones, y a quienes expreso mi gratitud por su invaluable apoyo y amor en la consecución de mis objetivos

A la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Trujillo S.A. Por haberme facilitado información necesaria para alcanzar con éxito todos los objetivos propuestos en la Tesis.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

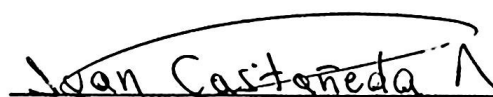
Por el presente documento Castañeda Arias Juan Carlos. Ha elaborado la tesis denominada El producto Credijoya y su incidencia en utilidad neta de la Caja Trujillo-agencia española-2012

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración, otorgado por la Universidad Cesar Vallejo de Trujillo declara que el presente trabajo ha sido íntegramente elaborado por mi persona y que en el no existe plagio de naturaleza alguna, en especial copia de otro trabajo de tesis o similar presentado por cualquier persona ante cualquier institución educativa o no.

Igualmente dejo expresa constancia que las citas tomadas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo, por lo que no he asumido como mías las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos o de internet.

En caso de incumplimiento de esta declaración me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo y la facultad de ciencias Empresariales.

Trujillo, Julio del 2013.


Firma
DNI N°.....43.83.5846

PRESENTACION

Señores Miembros del Jurado:

Presento ante Uds. La Tesis titulada: "EL PRODUCTO CREDIJOYA Y SU INCIDENCIA EN LA UTILIDAD NETA DE LA CAJA TRUJILLO-AGENCIA ESPAÑA-2012" con la finalidad de determinar si el Producto Credijoya incide en la Utilidad Neta de la Caja Trujillo - Agencia España en cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo para obtener el Título de Licenciado en Administración.

Esperando cumplir con los requerimientos de aprobación.

CASTAÑEDA ARIAS JUAN CARLOS

INDICE

	Pág.
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARACION DE AUTENTICIDAD	iv
PRESENTACIÓN	v
INDICE	vi
RESUMEN	vii
I. INTRODUCCIÓN	11
1.1 Justificación	12
1.2 El problema	13
1.3 Hipótesis	14
1.4 Objetivos	14
1.5 Antecedentes, fundamentación científica, técnica u humanística	14
Antecedentes.....	14
Marco teórico	19
Marco conceptual	50
II. MARCO METODOLOGICO	52
2.1 Variables	52
2.1.1 Definición Conceptual	52
2.1.2 Definición operacional... ..	53
2.3 Metodología	54
2.4 Tipo de Estudio	54
2.5. Diseño.....	54
2.6 Población y muestra	54
2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos... ..	56

2.8 Validación de los Instrumentos.....	56
2.9. Métodos de análisis de datos.....	56
III. RESULTADOS.....	58
IV. DISCUSION.....	96
V. CONCLUSIONES.....	100
VI. RECOMENDACIONES.....	103
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	104
VIII. ANEXO.....	106

RESUMEN

La presente investigación realiza un diagnóstico de la situación actual del producto Credijoya de la Caja Trujillo – Agencia España, donde se identifica el nivel de ventas, colocaciones, tasa de morosidad, situación del producto Credijoya frente a sus competidores y las necesidades de sus clientes objetivos así como su nivel de satisfacción.

La utilidad Neta ha sido evaluada mediante los ratios financieros Roe y Roa para conocer el rendimiento económico sobre la inversión y el patrimonio.

Como problema se formula la interrogante con respecto al uso del producto Credijoya sobre la utilidad neta dentro de la empresa, en los resultados encontrados destacamos que la Caja Trujillo – agencia España no da prioridad al producto Credijoya como un producto base dentro de su cartera de productos crediticios a pesar que este producto ha colocado un buen monto de préstamos en los últimos años; esto es muestra de la falta de estrategias direccionales.

Por esto mismo se acepta la hipótesis de investigación que precisa que el producto Credijoya si está generando valor para la Caja Trujillo.

El Producto Credijoya no cuenta con un departamento, el cual se encargue del proceso de marketing, por ende la supervisora del producto Credijoya realiza las estrategias de marketing basadas al presupuesto y funciones del área de Créditos (Pyme, Hipotecarios y consumo).

Dentro de la investigación se concluye que la empresa Caja Trujillo –agencia España cuenta con la solidez económica y financiera , el respaldo de los clientes los cuales están satisfechos con el producto Credijoya en cuanto a montos prestados , tasas de interés, calidad del servicio, por esto se necesita reforzar la fidelización del cliente y el posicionamiento de la marca a través de la aplicación de un Plan de marketing con el propósito de aprovechar las fortalezas de la empresa y poder minimizar las debilidades y enfrentar las amenazas del sector de crédito pignoraticio credijoya.

Palabras Clave: Producto Credijoya, Plan de marketing y Utilidad neta.

ABSTRACT

The present investigation carries out a diagnosis of the current situation of the product Credijoya of the Caja Trujillo - Agency España, where the level of sales is identified, placements, delinquency rate, situation of the product Credijoya in front of its competitors and the necessities of its objective clients as well as its level of satisfaction.

The Net utility has been evaluated by means of the financial ratios it Roe and Roa to know the economic yield on the investment and the patrimony.

As problem the query is formulated with regard to the use of the product Credijoya about the net utility inside the company, inside the opposing results we highlight that the Box Trujillo - agency Spain doesn't give priority to the product Credijoya like a product bases inside its wallet of credit products to weigh that this product has placed a good one I mount of loans in the last ages; this is sample of the lack of directional strategies. For this reason same the investigation hypothesis is accepted that specifies that the product Credijoya if it is generating value for the Caja Trujillo.

The Product Credijoya doesn't have a department, which takes charge of the marketing process, reason why the directress of the product Credijoya carries out the marketing strategies based to the budget and functions of the area of Credits (Pyme, Hypothecary and consumption).

Inside the investigation you concludes that the company Caja Trujillo - Agency España has the economic and financial solidity, the back of the clients which are satisfied with the product Credijoya as for borrowed montos, interest rates, quality of the service, for this reason is needed to reinforce the client's fidelización and the positioning of the mark through the application of a marketing Plan with the purpose of taking advantage of the strengths of the company and power to minimize the weaknesses and to face the threats of the sector of pignorative credit.

Key words: Product Credijoya, marketing Plan and Net utility.