

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES



**ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**"LA ESTRATEGIA DEL MARKETING Y LA
CARTERA CREDITICIA DEL BANCO AZTECA EN
LA CIUDAD DE CHIMBOTE EN EL AÑO 2013"**

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

**AUTOR:
AHUMADA OBLEA GREISY JOHANNA**

**ASESOR:
MG. ESPINOZA RAMIREZ OLENKA**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
DESARROLLO EMPRESARIAL**

**CHIMBOTE – PERÚ
2013**

DEDICATORIA

A todas aquellas personas con hambre de conocimientos, que no se conforman con lo que le dan, sino con lo que pueden conseguir.

AGRADECIMIENTO

A Dios que todo lo ve;

A mis padres, por su sacrificio y amor infinito;

A mi Abuelita Rosa Sandoval, Por los ejemplos de perseverancia, constancia que la caracterizaban y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y hacer que siempre confié en Dios;

A todos mis docentes, que de alguna u otra manera contribuyeron en el fortalecimiento de mis conocimientos en el campo en el cual me desenvuelvo.

PRESENTACIÓN

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

Se presenta ante su sensato juicio la tesis titulada: ***Las estrategias de Marketing y la Cartera Crediticia del Banco Azteca en la ciudad de Chimbote en el año 2013***, con el objeto de optar el grado de: Licenciada en Administración de Empresas; El objetivo de esta investigación es Analizar la relación entre los niveles de la estrategia de marketing y la cartera crediticia del Banco Azteca en el año 2013.

La investigación que se ha desarrollado, representa un aporte teórico, práctico y metodológico, que contribuye a beneficiar a todas las empresas bancarias, debido a que se mejorara la cartera crediticia de la mano con la correcta estrategia de marketing empleada.

Expreso mi profundo agradecimiento a todos mis docentes que contribuyeron, con su abnegada labor, en el proceso de aprendizaje de la investigación de tesis, en especial a mi asesora por brindarme su incondicional apoyo.

1.2.1.2.6. EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN DE CARTERA	79
1.2.1.2.7. DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS DEL BANCO	85
1.2.1.2.8. CARTERA DE CRÉDITO PERSONALES	86
1.2.2. MARCO CONCEPTUAL	90
2. MARCO METODOLÓGICO	94
2.1. HIPÓTESIS	94
2.2. VARIABLES	94
2.3. METODOLOGÍA	95
2.4. POBLACIÓN Y MUESTRA	96
2.5. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	96
2.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	97
2.7. MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS	98
3. RESULTADOS	99
4. DISCUSIÓN	131
5. CONCLUSIONES	139
6. SUGERENCIAS	140
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	144
8. ANEXOS	

RESUMEN

La investigación de tesis titulada: "Las estrategias de Marketing y la Cartera crediticia del Banco Azteca en la ciudad de Chimbote en el año 2013", corresponde a analizar la relación que existe entre ambas variables. El problema de investigación planteado fue: ¿Cuál es la relación entre los niveles de las estrategias del marketing y la cartera crediticia del banco azteca en la ciudad de Chimbote en el año 2013?

Se ha incluido como objetivo general analizar la relación entre los niveles de la estrategia de marketing y la cartera crediticia del Banco Azteca en el año 2013. Otros objetivos a determinar con la investigación son: Efectuar un análisis sobre las estrategias de marketing utilizadas por el banco azteca; determinar el nivel de estrategia de marketing empleada por el banco azteca; determinar el nivel de la cartera crediticia del Banco Azteca; y analizar la evolución de la cartera crediticia del banco azteca.

La población estuvo constituida por 189 clientes semanales de la cartera del Banco Azteca de la ciudad de Chimbote en el año 2013, dividida por dos tipos de clientes: Clientes Puntuales y Clientes Atrasados.

Para el análisis estadístico, según la investigación de tipo de estudio correlacional y diseño no experimental transversal, se utilizó las pruebas estadísticas Chi – cuadrado, por lo que con esta prueba contrastamos la hipótesis de investigación planteada.

Después de realizar el proceso de investigación, se han obtenido conclusiones acordes a los objetivos planteados, por lo tanto, se ha llegado a determinar el nivel de estrategias de marketing empleada por el banco azteca, el 91% de nivel medio, el 8% de nivel bajo y el 1% del nivel alto. Así mismo, se ha logrado determinar el nivel de la cartera crediticia del banco Azteca, obteniendo el 83% de nivel medio, el 10% de nivel bajo y el 8% del nivel alto.

Finalmente, se ha llegado a analizar las estrategias de marketing y la cartera crediticia del banco Azteca en la ciudad de Chimbote en el año 2013. Por lo tanto, la Prueba Chi cuadrado ha permitido aceptar la hipótesis de investigación al 95% de nivel de confianza, con un valor calculado (14,95) superior al valor crítico (9,49). Con estos resultados se puede concluir que existe relación entre ambas variables.

PALABRAS CLAVES: Estrategias, Marketing, Crediticia, Nivel de Confianza.

ABSTRACT

The research thesis entitled : " Marketing strategies and loan portfolio of Banco Azteca in the city of Chimbote in 2013 " corresponds to analyze the relationship between the two variables. The research question was raised : What is the relationship between the levels of marketing strategies and the loan portfolio of the bank in the Aztec city of Chimbote in 2013 ?

It is included as a general objective to analyze the relationship between the levels of the marketing strategy and the loan portfolio of Banco Azteca in 2013 . Other objectives are to determine research : Conduct an analysis of the marketing strategies used by the Aztec bank, determine the level of marketing strategy used by the Aztec bank, determine the level of the loan portfolio of Banco Azteca , and analyze the evolution of the bank 's loan portfolio Aztec .

The population consisted of 189 clients weekly portfolio of Banco Azteca city of Chimbote in 2013 , divided by two types of customers : Customers and Clients Late Punctual .

For statistical analysis , according to research by type of study and cross- correlational non-experimental design , statistical tests used Chi - square , so this test we contrast the hypothesis proposed investigation .

After performing the research process , findings were obtained in line with the objectives , therefore , has come to determine the level of marketing strategies used by the Aztec bank, 91% of average , 8% of low level and 1 % of the highest level . Likewise, it has been possible to determine the level of the loan portfolio of Banco Azteca , obtaining 83% average , 10% of low level and high level of 8% .

Finally , it has come to analyze marketing strategies and Azteca bank 's loan portfolio in the city of Chimbote in 2013 . Therefore, the chi-square test was allowed to accept the research hypothesis at 95% confidence level , with a higher calculated value (14.95) at the critical value (9.49) . With these results we can conclude that there is a relationship between the two variables.

KEYWORDS: Marketing, Strategies, Portfolio, Evolution, Confidence.