



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Tesis para Optar el Título Profesional de Licenciado en
Administración;**

Denominada:

**PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA
MEJORAR LAS VENTAS DE SEGUROS DE PROTECCIÓN
FAMILIAR Y DE TARJETAS DEL BANCO DE CRÉDITO
DEL PERÚ, SUCURSAL CHICLAYO**

Autora:

Bach. MUNDACA BARBOZA IRINA KAREN

Chiclayo, Perú - 2014

Resumen

El objetivo principal de la investigación fue proponer un planeamiento estratégico de marketing para mejorar las ventas de seguros de protección familiar y de tarjetas del Banco de Crédito del Perú, sucursal Chiclayo.

Se realizó un estudio de tipo descriptivo y propositivo con un diseño no experimental, para lo cual la información fue obtenida y sustentada en una revisión bibliográfica; además se aplicó una encuesta, lo que permitió obtener los resultados a través del método analítico, inductivo y deductivo.

Los resultados de la investigación indican que la problemática actual en la venta de seguros de protección familiar y de tarjetas del Banco de Crédito del Perú, sucursal Chiclayo, está dado por la calificación de precios que el cliente le da a los seguros, también que los factores que influyen en la venta de seguros son los elementos que incentivarían que el cliente adquiriera el seguro para tarjetas como los descuentos, puntos para compras, puntos para viajes y promociones; en cuanto al seguro de protección familiar el cliente prefiere mayor cobertura, pagos de seguro atractivos, servicio médico y el servicio de accidentes. Finalmente se concluyó que las características que debe tener el plan estratégico de marketing para el Banco de Crédito del Perú, sucursal Chiclayo, debe enfocarse en los medios para la promoción de los productos como el internet, televisión, medios impresos, etc. de esta manera es posible realizar una comunicación efectiva con el clientes.