



**UNIVERSIDAD
DEL PACÍFICO**

**Escuela de
Postgrado**

**“PLAN DE MARKETING PARA EL LANZAMIENTO DE GIROS
NACIONALES EN LA APLICACIÓN BANCA MÓVIL DEL
BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ”**

**Trabajo de Investigación presentado
para optar al Grado Académico de
Magíster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial**

Presentado por

**Vicky Kimberly Garcia Tudela
Lavrenti Marilyn Muñoz Tobalino
Ethel Rossmery Sihuacollo Liñan**

Asesor: Carla Pennano Villanueva

[0000-0001-9351-9781](tel:0000-0001-9351-9781)

Lima, junio 2022

REPORTE DE EVALUACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO

A través del presente, Carla Pennano deja constancia que el trabajo de investigación titulado "PLAN DE MARKETING PARA EL LANZAMIENTO DE GIROS NACIONALES EN LA APLICACIÓN BANCA MÓVIL DEL BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ" presentado por Doña Vicky Kimberly Garcia Tudela, Doña Lavrenti Marilyn Muñoz Tobalino y Doña Ethel Rossmery Sihuacollo Liñan, para optar el Grado de Magíster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial fue sometido al análisis del sistema antiplagio Turnitin del programa Blackboard el 6 de marzo de 2023 dando el siguiente resultado:

turnitin Ethel Rossmery Sihuacollo Linan Plan de Marketing - Giros Nacion... 8 de 8

“PLAN DE MARKETING PARA EL LANZAMIENTO DE GIROS NACIONALES EN LA APLICACIÓN BANCA MÓVIL DEL BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ”

Trabajo de Investigación
presentado para optar al Grado Académico de
Magíster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

Presentado por:
Vicky Kimberly Garcia Tudela
Lavrenti Marilyn Muñoz Tobalino
Ethel Rossmery Sihuacollo Liñan

Resumen de coincidencias

13 %

1	hdl.handle.net	3 %
2	repositorio.up.edu.pe	1 %
3	tesis.pucp.edu.pe	1 %
4	repositorioacademico...	1 %
5	Entregado a Universida...	<1 %
6	dspace.udla.edu.ec	<1 %
7	library.co	<1 %

Fecha: 6 de marzo de 2023

CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	iv
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
ÍNDICE DE ANEXOS	x
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	2
1.1 Análisis del Macroentorno: Pestel.....	2
1.1.1 Entorno político	2
1.1.2 Entorno económico.....	3
1.1.3 Entorno social	4
1.1.4 Entorno tecnológico.....	4
1.1.5 Entorno ecológico	5
1.1.6 Entorno legal.....	6
1.1.7 Conclusiones del análisis del Macroentorno	7
1.2 Análisis del Microentorno	7
1.2.1 Identificación, características y evolución del sector	7
1.2.2 Análisis de la industria: cinco fuerzas de Porter	10
1.2.3 Análisis de los competidores	11
1.2.4 Conclusiones del microentorno.....	14
1.3 Análisis interno de la Empresa	15
1.3.1 Canvas e Idea de Negocio	15
1.3.2 Propósito, visión, misión y objetivos:	15
1.3.3 Organización y estructura.....	16
1.3.4 Productos y servicios que ofrece la empresa	17
1.3.5 Análisis de la cadena de valor	18
1.3.6 Matriz Foda	19
1.4 Análisis situacional.....	20

CAPÍTULO II. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	22
2.1 Objetivos de la investigación	22
2.1.1 Objetivo general	22
2.1.2 Objetivos específicos	22
2.1.3 Metodología.....	22
2.2 Investigación cualitativa o exploratoria	23
2.2.1 Exploración de fuentes secundaria	23
2.2.2 Exploración de fuentes primarias.....	27
2.3 Investigación cuantitativa o concluyente	33
2.4 Estimación de la demanda	34
2.5 Conclusiones.....	35
Capítulo III: Planeamiento Estratégico	36
3.1 Objetivos de Marketing	36
3.2 Estrategia Genérica	36
3.3 Estrategia de Crecimiento	36
3.4 Estrategia de Segmentación de Mercado	37
3.5 Estrategia de Posicionamiento	37
3.6 Estrategia de Marca	38
3.7 Estrategia de clientes: Marketing Relacional.....	38
3.7.1 Acciones a corto plazo.....	38
3.7.2 Acciones a mediano plazo	39
3.7.3 Acciones a largo plazo	39
Capítulo IV. Tácticas de Marketing.....	40
4.1 Estrategia de Producto.....	40
4.1.1 Propuesta de valor.....	40
4.1.2 Características del Producto	40
4.1.3 Niveles del producto.....	41
4.2 Estrategia de Precios.....	41
4.3 Estrategia de plaza	42

4.4 Estrategia de Promoción	43
4.4.1 Definición del Concepto.....	43
4.4.2 Puntos de Contacto.....	43
4.5 Estrategia de Comunicación	43
4.6 Estrategia de Personas	45
4.6.1 Reclutamiento y selección de las personas.....	46
4.6.2 Formación y desarrollo del talento	46
4.6.3 Evaluación del rendimiento y comportamiento	47
4.7 Estrategia de procesos	47
4.7.1 Procesos de producción y compra.....	47
4.7.2 Evidencias Físicas	48
Capítulo V: Implementación y control.....	49
5.1 Proyección de ventas	49
5.2 Presupuestos	50
5.2.1 Presupuesto de gastos.....	50
5.2.2 Presupuesto de Inversiones.....	52
5.3 Flujo de Caja	52
5.4 Estado de Resultados	53
5.5 Análisis de la sensibilidad.....	53
5.6 Control de KPIs.....	54
5.7 Planes de contingencia.....	55
Conclusiones y recomendaciones	56
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	58
ANEXOS	61