

RESUMEN

Autor [Sadowski Torres, J.C.](#)
Autor corporativo [Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima \(Peru\). Facultad de Economía y Planificación](#)
Título **Diseño de estrategias para incrementar los resultados de una tienda financiera y su zona de influencia**
Impreso Lima : UNALM, 2014

Copias

Ubicación	Código	Estado
Sala Tesis	E13. S33 - T	USO EN SALA
Descripción	37 p. : 7 fig., 9 cuadros, 6 ref. Incluye CD ROM	
Tesis	Trabajo Monográfico (Ing Gestión Empresarial)	
Bibliografía	Facultad : Economía y Planificación	
Sumario	Sumario (Es)	
Materia	INSTITUCIONES FINANCIERAS PRESTAMOS SERVICIOS GESTION COMPETENCIA ECONOMICA GESTION POR OBJETIVOS EVALUACION PERU AGENCIAS BANCARIAS ZONA DE INFLUENCIA	
Nº estándar	PE2016000310 B / M EUV E13; E20	

El presente estudio tiene como objetivo diseñar estrategias que permitan incrementar los resultados de la Tienda Financiera México del Banco Interbank para el año 2014, previa evaluación de la situación actual de la tienda a través de indicadores de gestión elaborados por Interbank los cuales están alineados a los objetivos estratégicos establecidos por la alta dirección de la empresa y además previa evaluación de la situación competitiva de la tienda dentro de su zona de influencia. El análisis se basa en un método descriptivo y el diseño es no experimental de tipo transversal. Los datos fueron obtenidos de fuentes primarias (como entrevistas a expertos) y fuentes secundarias (análisis documental). A través del estudio se pudo determinar que la Tienda México tuvo una buena

gestión en el año 2013. En la actualidad se encuentra como competidor líder dentro de su área de influencia, sin embargo existe la necesidad de diseñar estrategias para aprovechar oportunidades no explotadas y hacer frente a futuras amenazas en su zona de influencia, así como mantener sus fortalezas y corregir sus debilidades.

ABSTRACT

The objective of this study is to design strategies to increase the results of Banco Interbank's Mexico Financial Store for the year 2014, after evaluating the current situation of the store through management indicators prepared by Interbank which are aligned with the strategic objectives established by the top management of the company and also after evaluating the competitive situation of the store within its area of influence. The analysis is based on a descriptive method and the design is non-experimental of a cross-sectional type. The data were obtained from primary sources (such as expert interviews) and secondary sources (documentary analysis). Through the study it was possible to determine that the Mexico Store had a good management in 2013. It is currently a leading competitor within its area of influence, however there is a need to design strategies to take advantage of unexploited opportunities and make again st future threats in its area of influence, as well as maintaining its strengths and correcting its weaknesses.