

RESUMEN

Autor [Espinoza Calle, J.E.](#)
Autor corporativo [Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima \(Peru\). Facultad de Economía y Planificación](#)
Título **Análisis costo-beneficio de la implementación de una estrategia de comunicaciones en la zonal selva central de Agrobanco 2014-2015**
Impreso Lima : UNALM, 2018

Copias

| Ubicación | Código | Estado |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| Sala Tesis | E13. E7 - T | USO EN SALA |
| Descripción | 84 p. : 11 fig., 6 cuadros, 42 ref. Incluye CD ROM | |
| Tesis | Tesis (Economista) | |
| Bibliografía | Facultad : Economía y Planificación | |
| Sumario | Sumarios (En, Es) | |
| Materia | BANCOS AGRICOLAS COMUNICACION DIFUSION DE INFORMACION TECNICAS DE GESTION ANALISIS DE COSTOS Y BENEFICIOS RENTABILIDAD ZONA TROPICAL PERU ESTRATEGIA DE COMUNICACION SELVA CENTRAL AGROBANCO | |
| Nº estándar | PE2018000737 B / M EUV E13; C20 | |

El presente estudio fue realizado con el objetivo principal de determinar y explicar el costo - beneficio de la implementación de una estrategia de comunicaciones en la Zonal Selva Central de AGROBANCO en el periodo 2014-2015. Esto se realizó mediante la revisión documentaria de los estados financieros del Banco correspondientes al ejercicio anual del periodo evaluado; y mediante un estudio cuantitativo aplicado a una muestra de 67 directivos del banco, lo cual permitió establecer los factores más críticos en el diseño de la mejora de la estrategia de comunicaciones y su impacto en la rentabilidad del banco. Los factores económico financieros que afectan la rentabilidad en las oficinas que conforman la zona selva central de AGROBANCO son la morosidad, la tasa efectiva anual y la tasa de fondeo (8.80% para la zona). Para el año 2014 se obtuvo en la zona una morosidad del 1.60% con una TEA de 18.93%; mientras que el 2015 se obtuvieron valores de 0.90% y 18.80% respectivamente. El análisis de rentabilidad de la cartera de la Zonal Selva Central de AGROBANCO obtuvo para el año 2014 un valor de 4.60%, mientras que para el año 2015, 6.19% significando un aumento en las utilidades de 3.15 millones de soles. Las oficinas más rentables de la zona fueron Pichanaki y Villa Rica para el año 2014, y Pichanaki y Oxapampa para el 2015. Los resultados obtenidos en la investigación muestran que los factores críticos de la estrategia de comunicaciones, con respecto a su aporte en el incremento de la rentabilidad de la Zonal Selva Central de AGROBANCO son ($p < 0.05$): El estado anterior de la estrategia de comunicaciones, el marketing y la comunicación y las relaciones humanas. El análisis costo beneficio muestra que en base a una inversión de S/ 97 222.22 y un retorno calculado de 3.15 millones de soles, podemos concluir

que la relación costo/beneficio de la aplicación de la estrategia de marketing con respecto al incremento de la rentabilidad, es de 30.98. Por último la comparación del nivel de utilidades para el año 2015 (12,219 Miles de S/) es mayor estadísticamente ($p < 0.05$) con respecto al valor obtenido el 2014 (8,172 Miles de S/), con respecto a los ingresos totales.

Abstract

This study aims to determine and to explain the cost –benefit relation as a consequence of the implementation of a new communications strategy in AGROBANCO's central rainforest zone from 2014 to 2015. To achieve the research's targets, all the financial reports related to the bank activities over the studied zone during the years of study were analysed. On the other hand a qualitative study, based on Lickert questions survey technique, over a sample of 67 workers representing the executive staff of the bank (Total population = 369), in order to research the key factor of the communications strategy that affect positively the profitability. The result of this study shows that the bank profitability is affected by non- performing loan rate and both, incoming and outgoing performing rate. The found non-performing loan rate corresponding to 2014 was 1.60%, however for the next year (2015) this rate showed an important drop to 0.90%. Meanwhile the bank's performing loan rate (for customers) stayed on the same amount during 2014 and 2015. (18.93% and 18.80% for both). The profitability analysis showed a return rate (Based on total amount of loan) of 4.60% for 2014, and 6.19 for 2015 followed by an important increase of the profits of 3.15 million of dollars. The most profitable offices in the central rainforest zone of AGROBANCO were Pichanaki and Villa Rica for 2014, and Pichanaki and Oxapampa for 2015. The survey analysis showed that the key factor of the communication strategy were ($p < 0.05$): The performance of the old strategy, marketing and communications, and human relationships. The outcome of the cost-benefit analysis was that investing S/ 97 222.22 results in a return of S/3 150 000.00, with a rate of 30.98. Finally, the return of 2014 (12,219 miles of Soles) is statistically greater ($p < 0.05$) that the return of 2015 (8.172 miles of Soles) according to the total incomes and taxes