

# UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICO Y ADMINISTRATIVAS

### ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



## “ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD DE LOS FONDOS MUTUOS OFRECIDOS POR EL BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ, PARA PLANTEAR UN PLAN DE COMUNICACIÓN, AREQUIPA, 2016”

Presentado por el Bachiller:

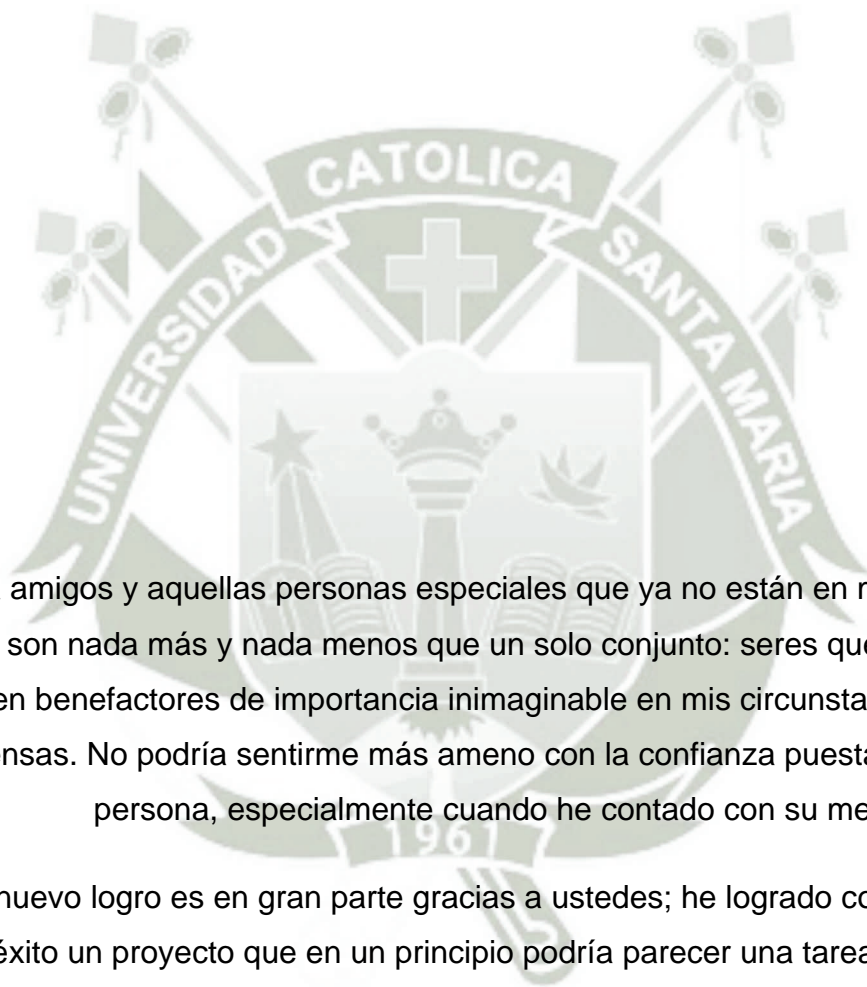
***Alarcón Quequezana, Ronald Francisco***

Para optar el Título Profesional de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**AREQUIPA- PERÚ**

**2016**



Familia amigos y aquellas personas especiales que ya no están en mi vida, no son nada más y nada menos que un solo conjunto: seres queridos que suponen benefactores de importancia inimaginable en mis circunstancias más intensas. No podría sentirme más ameno con la confianza puesta sobre mi persona, especialmente cuando he contado con su mejor apoyo.

Este nuevo logro es en gran parte gracias a ustedes; he logrado concluir con éxito un proyecto que en un principio podría parecer una tarea titánica e interminable.

Quisiera dedicar mi tesis a ustedes, personas de bien, seres que ofrecen amor bienestar, y los finos deleites de la vida

Muchas gracias a aquellos seres queridos que siempre guardo en mi alma

## RESUMEN

La siguiente tesis se basa en el estudio del mercado para dar a conocer un instrumento financiero tal son los FONDOS MUTUOS, basándose en la rentabilidad que presentaron a lo largo de los últimos 5 años para así poder generar una confianza visible y visual de que los FONDOS MUTUOS son rentables, la tesis también quiere dar a conocer cuál es el funcionamiento, los instrumentos que utiliza las ventajas y desventajas, en general dar toda la información relevante sobre los FONDOS MUTUOS, también dar a entender que no todas las personas son potenciales inversores de FONDOS MUTUOS

Al final de la tesis podremos encontrar información relevante como por ejemplo:

¿Cómo definir en qué FONDOS MUTUOS conviene invertir?

Esto depende mucho del perfil del inversionista

¿Se logrará conocer el tiempo de recupero de una inversión con el antecedente histórico?

Por lo general si, y solo en los FONDOS MUTUOS de renta fija y renta variable

¿Conoceremos cómo se aplica el repago del fondo a liquidar?

El repago del fondo a liquidar no es más que una reactivación del fondo agregándole dinero al fondo

¿Cómo trabaja el BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ con fondos mutuos?

El BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ trabaja con tres tipos de fondos, los de renta fija, variable y mixta, cada uno teniendo diferentes grados de riesgo y diferente margen de ganancia

¿Qué tipo de plan de comunicación sería el más conveniente para la promoción de los Fondos Mutuos?

La mejor manera de llegar a los potenciales inversionistas es de manera virtual y con marketing directo

**PALABRAS CLAVES: RIESGO, INVERSIONISTA, FONDOS MUTUOS**

## SUMMARY

The following thesis is based on the market study to present a financial instrument such MUTUAL FUNDS, based on the profitability they presented over the last 5 years in order to generate a visible and visual confidence that MUTUAL FUNDS are profitable, the thesis also wants to disclose what the operation, the instruments that uses the advantages and disadvantages, generally give all relevant information on MUTUAL FUNDS, also imply that not all people are potential investors MUTUAL FUNDS

At the end of the thesis we can find relevant information such as:

How to define what MUTUAL FUNDS should invest?

This depends very much on the profile of the investor

Will it be possible to know the recovery time of an investment with the historical antecedent?

Usually if, and only in the MUTUAL FUNDS of fixed income and equities

Will we know how to apply the repayment of the fund to be settled?

The repayment of the fund to be settled is nothing more than a reactivation of the fund adding money to the fund

How does the BANCO DE CREDITO DEL PERU work with mutual funds?

The BANCO DE CREDITO DEL PERU works with three types of funds, fixed income, variable and mixed, each having different degrees of risk and different profit margin

What type of communication plan would be the most suitable for the promotion of Mutual Funds?

The best way to reach potential investors is virtual and direct marketing

**KEYWORDS: RISK, INVESTOR, MUTUAL FUNDS**

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	12
CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO TEÓRICO .....	13
1.1. Problema.....	13
1.2. Descripción .....	13
1.2.1. Campo .....	14
1.2.2. Área .....	14
1.2.3. Línea .....	14
1.2.4. Tipo de Problema.....	14
1.2.5. Metodología aplicada .....	14
1.2.6. Interrogantes Básicas .....	14
1.2.7. Justificación .....	15
1.3. Objetivos.....	16
1.3.1. Objetivo General .....	16
1.3.2. Objetivos Específicos.....	16
1.3.3. Variables.....	16
1.4. Marco Teórico .....	17
1.5. Definiciones .....	17
1.6. Características Generales.....	18
1.6.1. Beneficios de los Fondos Mutuos .....	18
1.6.2. Desventajas de los Fondos Mutuos .....	20
1.6.3. Administradoras de Fondos Mutuos .....	20
1.7. Rendimiento Acumulado .....	33
1.7.1. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Extra Conservador Soles. 34	
1.7.2. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Extra Conservador Dólares .....	35

1.7.3.	BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Corto Plazo Soles.....	36
1.7.4.	BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Corto Plazo Dólares .....	37
1.7.5.	BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Conservador Mediano Plazo Soles .....	38
1.7.6.	BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Conservador Mediano Plazo Dólares.....	39
1.7.7.	Fondo de Fondos BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Deuda LatAm.....	40
1.7.8.	BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Moderado Soles .....	41
1.7.9.	BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Moderado Dólares .....	42
1.7.10.	BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Equilibrado Soles.....	43
1.7.11.	BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Equilibrado .....	44
1.7.12.	BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Crecimiento Soles .....	45
1.7.13.	BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones Soles .....	46
1.7.14.	BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones.....	47
1.7.15.	BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones Cóndor .....	48
1.7.16.	BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Deuda Global .....	49
1.7.17.	BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones Global .....	50
1.8.	Riesgo de Inversión .....	51
1.9.	Tipo de moneda .....	54
1.10.	Tipo de fondo mutuo .....	55
1.11.	PLAN DE COMUNICACIÓN .....	75
1.12.	Las estrategias de Comunicación .....	83
1.13.	Rangos de inversión .....	86
1.14.	Perfil del inversionista .....	87
1.15.	Evaluación del estrato socio económico de los inversionistas	88
1.16.	Aceptación de los productos .....	90
1.17.	Nivel de aceptación.....	90
1.18.	Recupero de la inversión .....	97

1.19.	Tiempo de recupero de la inversión en fondos mutuos.....	97
1.20.	Conceptualización de clientes.....	98
CAPÍTULO II PLANTEAMIENTO OPERACIONAL.....		99
2.1.	Técnicas e instrumentos .....	99
2.2.	Estructuras de los Instrumentos.....	99
2.3.	Campo de Verificación.....	100
2.3.1.	Ámbito.....	100
2.3.2.	Temporalidad .....	100
2.3.3.	Muestra .....	100
2.3.4.	METODOLOGÍA APLICADA.....	101
2.4.	Estrategia de Recolección de Datos .....	101
2.4.1.	En la Preparación .....	101
2.4.2.	En la Ejecución .....	101
2.4.3.	En la evaluación.....	102
2.5.	Recursos Necesarios.....	103
2.5.1.	Recursos Humanos.....	103
2.5.2.	Recursos Materiales .....	103
2.5.3.	Recursos financieros.....	103
2.6.	Cronograma de actividades .....	104
CAPITULO III RESULTADOS DE LA INVESTIGACION .....		105
2.8.	Conclusiones .....	105
2.9.	Hipótesis .....	109
2.10.	Bibliografía Básica .....	110

## ÍNDICE DE CUADRO

CUADRO N° 1 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	17
CUADRO N° 2 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Extra Conservador Soles.....	34
CUADRO N° 3 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Extra Conservador Dólares ..	35
CUADRO N° 4 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Corto Plazo Soles .....	36
CUADRO N° 5 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Corto Plazo Dólares .....	37
CUADRO N° 6 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Conservador Mediano Plazo Soles .....	38
CUADRO N° 7 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Conservador Mediano Plazo Dólares.....	39
CUADRO N° 8 Fondo de Fondos BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Deuda LatAm.....	40
CUADRO N° 9 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Moderado Soles .....	41
CUADRO N° 10 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Moderado Dólares .....	42
CUADRO N° 11 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Equilibrado Soles.....	43
CUADRO N° 12 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Equilibrado.....	44
CUADRO N° 13 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Crecimiento Soles .....	45
CUADRO N° 14 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones Soles .....	46
CUADRO N° 15 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones .....	47
CUADRO N° 16 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones Cóndor .....	48
CUADRO N° 17 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Deuda Global.....	49
CUADRO N° 18 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones Global.....	50
CUADRO N° 19 TIPO DE MONEDA .....	54
CUADRO N° 20 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Extra Conservador Soles....	56
CUADRO N° 21 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Extra Conservador Dólares	57
CUADRO N° 22 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Corto Plazo Soles .....	58
CUADRO N° 23 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Corto Plazo Dólares. ....	59
CUADRO N° 24 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Conservador Mediano Plazo Soles .....	60



CUADRO N° 25 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Conservador Mediano Plazo Dólares.....	61
CUADRO N° 26 Fondo de Fondos BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Deuda LatAm.....	62
CUADRO N° 27 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Moderado Soles .....	64
CUADRO N° 28 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Moderado Dólares .....	65
CUADRO N° 29 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Equilibrado Soles.....	66
CUADRO N° 30 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Equilibrado.....	67
CUADRO N° 31 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Crecimiento Soles .....	68
CUADRO N° 32 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones Soles .....	70
CUADRO N° 33 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones.....	71
CUADRO N° 34 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones Cóndor .....	72
CUADRO N° 35 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones Global.....	74
CUADRO N° 36 RANGO DE INVERSIÓN .....	87
CUADRO N° 37 TIEMPO DE RECUPERO DE LA INVERSIÓN EN FONDOS MUTUOS .....	98
CUADRO N° 38 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN .....	99
CUADRO N° 39 RECURSOS FINANCIEROS .....	104
CUADRO N° 40 CRONOGRAMA DE LA INVESTIGACIÓN .....	104

## ÍNDICE DE GRAFICA

GRÁFICA N° 1 RENTABILIDADES N °1 .....	34
GRÁFICA N° 2 RENTABILIDADES N°2 .....	35
GRÁFICA N° 3 RENTABILIDADES N°2 .....	36
GRÁFICA N° 4 RENTABILIDADES N°3 .....	37
GRÁFICA N° 5 RENTABILIDADES N°4 .....	38
GRÁFICA N° 6 RENTABILIDADES N°5 .....	39
GRÁFICA N° 7 RENTABILIDADES N°6 .....	40
GRÁFICA N° 8 RENTABILIDADES N°7 .....	41
GRÁFICA N° 9 RENTABILIDADES N° 8 .....	42
GRÁFICA N° 10 RENTABILIDADES N°9 .....	43
GRÁFICA N° 11 RENTABILIDADES N°10 .....	44
GRÁFICA N° 12 RENTABILIDADES N°11 .....	45
GRÁFICA N° 13 RENTABILIDADES N°12 .....	46
GRÁFICA N° 14 RENTABILIDADES N°13 .....	47
GRÁFICA N° 15 RENTABILIDADES N°14 .....	48
GRÁFICA N° 16 RENTABILIDADES N°15 .....	49
GRÁFICA N° 17 RENTABILIDADES N°16 .....	50
GRÁFICA N° 18 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Extra Conservador Soles.....	56
GRÁFICA N° 19 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Extra Conservador Dólares ....	57
GRÁFICA N° 20 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Corto Plazo Soles.....	58
GRÁFICA N° 21 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Corto Plazo Dólares .....	59
GRÁFICA N° 22 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Conservador Mediano Plazo Soles .....	60
GRÁFICA N° 23 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Conservador Mediano Plazo Dólares.....	61
GRÁFICA N° 24 Fondo de Fondos BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Deuda LatAm .....	62
GRÁFICA N° 25 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Moderado Soles .....	64

GRÁFICA N° 26 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Moderado Dólares .....	65
GRÁFICA N° 27 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Equilibrado Soles .....	66
GRÁFICA N° 28 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Equilibrado .....	67
GRÁFICA N° 29 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Crecimiento Soles .....	68
GRÁFICA N° 30 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones Soles.....	70
GRÁFICA N° 31 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones.....	71
GRÁFICA N° 32 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones Cóndor .....	72
GRÁFICA N° 33 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Deuda Global .....	73
GRÁFICA N° 34 Prefiere invertir o ahorrar .....	91
GRÁFICA N° 35 Que moneda usa .....	91
GRÁFICA N° 36 En que prefiere invertir.....	92
GRÁFICA N° 37 En que banco confiaría para invertir su dinero.....	92
GRÁFICA N° 38 Conoce que es un fondo mutuo .....	93
GRÁFICA N° 39 ¿Si conocieras cual es la rentabilidad histórica de los fondos mutuos considerarías invertir en ellos? .....	93
GRÁFICA N° 40 ¿Le parece importante saber en cuanto tiempo puede ver ganancias o pérdidas, para tomar una decisión de inversión?.....	94
GRÁFICA N° 41 ¿Te gustaría saber en que invierte el banco para generar ganancias? .....	94
GRÁFICA N° 42 Estaría interesado en comenzar a invertir su dinero.....	95
GRÁFICA N° 43 ¿Mediante qué medio le gustaría recibir información sobre su inversión? .....	95

## INTRODUCCIÓN

El mercado financiero tiene muchas formas de generar rentabilidad y una de ellas es la inversión en Fondos mutuos, dichos fondos permiten generar mayores ganancias asistida por una Sociedad Administradora de Fondos Mutuos.

El uso del fondo mutuo es una opción moderna, segura y sencilla para convertirse en inversionista, que minimiza el riesgo y maximiza la rentabilidad de su dinero, al invertirlo en una cartera diversificada de instrumentos financieros de la más alta calidad crediticia. Un Fondo Mutuo es un patrimonio administrado por una Sociedad Administradora de Fondos (SAF) y formado por la suma de aportes voluntarios de dinero de personas y empresas (partícipes) que buscan obtener una rentabilidad mayor que la que ofrecida por los productos tradicionales de ahorro.

La investigación buscará mostrar la rentabilidad historia de los fondos mutuos ofrecidos por el BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ, ya que al ser el banco más grande del Perú tiene mayor llegada al mercado de inversionistas y aquellos potenciales inversores.

## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO TEÓRICO

#### 1.1. Problema

“Falta de conocimiento de los fondos mutuos como una opción de inversión y rentabilidad en los ahorristas e inversionistas de Arequipa, Analizando la rentabilidad histórica de los fondos mutuos ofrecidos por el Banco de Crédito del Perú como una muestra de éxito.”

#### 1.2. Descripción

La investigación buscara mostrar la rentabilidad de los fondos mutuos ofrecidos por el BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ para realizar un plan de comunicación en Arequipa, y así poder mostrarles a las personas que los fondos mutuos son una buena manera de invertir su dinero.

El fondo mutuo es una opción moderna, segura y sencilla para convertirse en inversionista, ya que minimiza el riesgo y maximiza la rentabilidad del dinero, al invertirlo en una cartera diversificada de instrumentos financieros de la más alta calidad crediticia. Un Fondo Mutuo es un patrimonio administrado por una Sociedad Administradora de Fondos (SAF) y formado por la suma de aportes voluntarios de dinero de personas y empresas (partícipes) que buscan obtener una rentabilidad mayor que la que ofrecida por los productos tradicionales de ahorro que brindan los intermediarios financieros.

El fondo mutuo es una alternativa de ahorro e inversión donde el dinero que suscriben distintas personas se junta a través de una Sociedad Administradora de Fondos Mutuos quien lo invierte buscando hacerlo crecer, pudiendo el cliente elegir el fondo mutuo que se adecúe mejor a sus objetivos, y seria de mucha utilidad que el cliente conozca el rendimiento histórico de cada fondo mutuo, para así poder decidir mejor en que fondo invertir.

Mi investigación busca dar a conocer al público en general que los fondos mutuos son una gran opción para invertir dinero, y más aún en los

ofrecidos por el banco privado con mayor respaldo a nivel nacional.

### 1.2.1. Campo

Ciencias Sociales.

### 1.2.2. Área

Administración.

### 1.2.3. Línea

Marketing Financiero.

### 1.2.4. Tipo de Problema

**Descriptivo** – Por que realiza la descripción de los datos obtenidos estableciendo características predominantes de las mismas.

**Explicativo** – Por que identifica las causas de las interrogantes de la investigación.

### 1.2.5. METODOLOGÍA APLICADA

Para esta investigación se va aplicar la investigación descriptiva y la investigación Cual-cuantitativa; a través de un conjunto datos observados sobre la variación de los resultados rentables.

- Conocimiento de los fondos mutuos.
- Sobre la aceptación del fondo.
- Saber si se tendrá la aceptación, una vez dado a conocer el producto.

### 1.2.6. Interrogantes Básicas

- ¿Cómo definir en qué FONDOS MUTUOS conviene invertir?
- ¿Se puede reducir en riesgo de pérdida conociendo la rentabilidad histórica de los FONDOS MUTUOS?
- ¿Qué tan confiable es basar la decisión de inversión en un FONDOS MUTUOS según su rentabilidad histórica?

- ¿Se logrará conocer el tiempo de recupero de una inversión con el antecedente histórico?
- ¿Conoceremos cómo se aplica el repago del fondo a liquidar?
- ¿Cómo trabaja el BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ con fondos mutuos?
- ¿Qué tipo de plan de comunicación sería el más conveniente para la promoción de los Fondos Mutuos?

### 1.2.7. Justificación

Ante el desconocimiento sobre temas de inversión, y la alta volatilidad del mercado de valores surge una nueva alternativa, los fondos mutuos, aquellos que tienen un índice de pérdida más bajo que las acciones, bonos, y depósitos a plazo, por lo tanto, darlos a conocer podría significar un beneficio para los posibles y potenciales inversionistas escasos de conocimiento de los mismos.

Así mismo el aporte de la investigación aportara:

Personal. - El aporte de este trabajo busca dar a conocer los fondos mutuos como una opción factible de inversión a cualquier persona que desee realizar inversiones en este tipo de instrumento financiero, en la actualidad.

Económico. - Luego que el fondo ha sido invertido en un instrumento de renta fija, mixta o variable, los intereses generados por el mismo son colocados en un derivado financiero. Los derivados son productos financieros que basan su valor en un activo subyacente, que puede ser un commodity, un índice bursátil, una acción, entre otros. Si el precio de este último sube, el derivado también y viceversa, el hecho de conocer que sucede con el dinero y como este puede aumentar o disminuir significa una potencial alza en la inversión de los FONDOS MUTUOS.

Social. - Conocer uno de los métodos de inversión más comunes y de mayor rentabilidad, generar una idea de inversión en aquellas personas que piensan que el banco es una mala opción.

## 1.3. Objetivos

### 1.3.1. Objetivo General

Analizar la rentabilidad de los Fondos Mutuos, y generar un plan de comunicación.

### 1.3.2. Objetivos Específicos

- Definir en qué FONDOS MUTUOS conviene invertir
- Analizar la reducción del riesgo de pérdida conociendo la rentabilidad histórica de los FONDOS MUTUOS
- Establecer la confiabilidad de decisión de inversión en un FONDOS MUTUOS según su rentabilidad histórica
- conocer el tiempo de recupero de una inversión con el antecedente histórico
- Conocer cómo se aplica el repago del fondo a liquidar
- Conocer cómo trabaja el BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ con fondos mutuos
- Conocer qué tipo de plan de comunicación sería el más conveniente para la promoción de los Fondos Mutuos

### 1.3.3. Variables

#### a) Análisis de Variables

- Variable Dependiente: Análisis de la rentabilidad de los fondos mutuos ofrecidos por el BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ.
- Variable Independiente: planteamiento de un plan de comunicación.



b) Operacionalización de Variables

**CUADRO N° 1  
OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES**

VARIABLE INDEPENDIENTE	SUB-VARIABLE	INDICADOR
Análisis de la rentabilidad de los fondos mutuos BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ	Características generales de los FONDOS MUTUOS	Exposición tipo de instrumento
	evolución de los FONDOS MUTUOS	Rendimiento contra el benchmark
	Rendimiento acumulado	Variación de la rentabilidad de los FONDOS MUTUOS
	Riesgo de inversión de FONDOS MUTUOS	Tipo de moneda
		Fijo, mixto, variable
VARIABLE DEPENDIENTE		
Establecimiento de un plan de comunicación de la imagen de los fondos mutuos	Inversores a FONDOS MUTUOS	Rangos de inversión
	Perfil del inversionista	Estrato socio económico
	Aceptación de los productos	Nivel de aceptación
	Recupero de la inversión	Tiempo de recupero

Fuente: Elaboración Propia.

#### 1.4. Marco Teórico

#### 1.5. Definiciones

Análisis de la Rentabilidad de los fondos mutuos

Fondos de Renta fija. - Fondos de bajo riesgo que invierten en Depósitos a Plazo y Bonos. Objetivo: Preservar el valor de tu dinero

- BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Extra Conservador Soles
- BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Extra Conservador Dólares
- BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Corto Plazo Soles
- BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Corto Plazo Dólares
- BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Conservador Mediano Plazo Soles

- BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Conservador Mediano Plazo Dólares
- Fondo de Fondos BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Deuda LatAm

Fondos de renta mixta. - Fondos de Riesgo medio que invierten en Depósitos a Plazo, Bonos y Acciones. Objetivo: Apreciar tu dinero con una moderada exposición a acciones.

- BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Moderado Soles
- BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Moderado Dólares
- BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Equilibrado Soles
- BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Equilibrado
- BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Crecimiento Soles

Fondos de renta variable. - Fondos de alto riesgo que invierten en acciones. Objetivo: Apreciar tu dinero con una exposición de hasta 100% en acciones.

- BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones Soles
- BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones
- BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones Cóndor
- BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Deuda Global
- BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones Global

## 1.6. Características Generales

### 1.6.1. Beneficios de los Fondos Mutuos

La principal ventaja de invertir en fondos mutuos es que una persona puede acceder con un bajo monto de dinero a condiciones y mercados que de otra forma están reservados sólo para grandes inversionistas, debido a que los altos costos de transacción no le permitirían invertir como inversionista individual.

Por otra parte, los fondos ofrecen una cartera de inversiones diversificada.

Podemos decir que las ventajas de invertir en un fondo mutuo se resumen en lo siguiente:

- **Facilidad de Inversión:** Una de las ventajas de invertir en fondos mutuos es que para empezar a invertir en ellos no se requiere de mayores conocimientos financieros, pues se trata de una inversión sencilla y, además inmediata. Por otro lado, una vez realizada la inversión inicial, es posible seguir realizando inversiones de pequeñas cantidades de dinero, igualmente de manera sencilla y rápida.
- **Monto mínimo de Inversión:** Además de ser una forma sencilla y rápida de invertir, para empezar a invertir en fondos mutuos no se requiere contar con una gran cantidad de dinero. El monto mínimo requerido para empezar a invertir en ellos puede variar de acuerdo a la empresa administradora del fondo y al tipo de fondo, pero, por lo general, es un monto mínimo al alcance de cualquier inversionista.
- **Liquidez:** Los fondos mutuos permiten que el inversionista pueda retirar parte o el total de su dinero en cualquier momento, lo que le brinda liquidez a su inversión. Pero, además, permiten que uno pueda aumentar su inversión, pudiendo, por ejemplo, retirar dinero de un fondo e invertirlo inmediatamente en otro; lo que hace de los fondos mutuos una inversión flexible.
- **Diversificación:** Al invertir en fondos mutuos en realidad estamos invirtiendo en una cartera diversificada de activos financieros; lo que hace de los fondos mutuos una inversión de bajo riesgo, ya que, por ejemplo, para perder nuestro dinero, varios de los activos que conforman la cartera del fondo tendrían que perder su valor de un momento a otro. Asimismo, invertir en fondos mutuos nos permite acceder a instrumentos financieros que, debido a su alto requerimiento de capital o

conocimiento, invirtiendo de manera individual, probablemente, no podríamos acceder.

- Administrado por profesionales: Las inversiones que realizan los fondos mutuos son realizadas por inversionistas profesionales que buscan las mejores oportunidades del mercado teniendo en cuenta los objetivos de rentabilidad y el nivel de riesgo que puede asumir el fondo. Ellos sumado al hecho de que se basan en una inversión diversificada ya que son regulados y supervisados por entidades gubernamentales, hacen de los fondos mutuos una inversión segura.

### **1.6.2. Desventajas de los Fondos Mutuos**

Entre las principales están el hecho de que no ofrecen una alta rentabilidad en comparación a otras alternativas de inversión, el poco control que se tiene sobre las inversiones, y las comisiones que se deben pagar a la empresa administradora del fondo.

### **1.6.3. Administradoras de Fondos Mutuos**

#### **1.6.3.1. ¿Qué son?:**

Son sociedades anónimas especiales, cuyo objeto exclusivo es la administración de recursos de terceros (administración de Fondos Mutuos, Fondos de Inversión Rescatables, Fondos de Inversión no Rescatables y Administración de Cartera de Terceros), pudiendo desarrollar otras actividades complementarias a su giro que les autorice la Superintendencia. Son demandantes de valores a través de los fondos y carteras de terceros que administran.

Estos son aportes voluntarios, de personas naturales o jurídicas, a un fondo, el cual es administrado por una Sociedad Administradora de Fondos. Esta es supervisada por la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV).

#### **1.6.3.2. ¿Cómo se organizan?**

Los inversionistas dan dinero a la Administradora y el mandato es que se invierta en diferentes tipos de activos, que pueden ser -a grosso modo- acciones o bonos. La condición es que el producto tiene que conversar con el nivel de tolerancia al riesgo del cliente.



### 1.6.3.3. ¿Quién los controla?

La Superintendencia de Banca, Seguros y AFP es el organismo encargado de la regulación y supervisión de los Sistemas Financiero, de Seguros y del Sistema Privado de Pensiones, así como de prevenir y detectar el lavado de activos y financiamiento del terrorismo. Su objetivo primordial es preservar los intereses de los depositantes, de los asegurados y de los afiliados al SPP.

### 1.6.3.4. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Extra Conservador Soles

- **DESCRIPCIÓN Y ESTRATEGIA**

El Fondo Mutuo BCP Extra Conservador Soles FMIV invierte únicamente en depósitos a plazo denominados en nuevos soles, predominantemente en el mercado local (nacional), y la duración del portafolio de inversión se ubica entre 1 y 90 días como máximo. La estrategia de inversión busca optimizar la rentabilidad tomando en cuenta la expectativa de evolución de las tasas de interés en nuevos soles de corto plazo, invirtiendo en aquellos plazos donde se considere se obtengan las mejores tasas de interés.

- **CARACTERÍSTICAS GENERALES**

Fecha de lanzamiento del fondo:	22-oct-1998
Patrimonio del fondo:	NS 1764.19 MM
Número de Partícipes	49,523
Perfil	Extra Conservador
Comisión Unificada del Fondo	0.60% + IGV
Volatilidad del Fondo	0.10%
Rating Crediticio Apoyo	AA+ / RM2
Equilibrium	AA+ / RM1
Duración del Fondo	0.2

### 1.6.3.5. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Extra Conservador Dólares

- **DESCRIPCIÓN Y ESTRATEGIA**

El Fondo Mutuo BCP Extra Conservador Dólares FMIV invierte únicamente en depósitos a plazo denominados en dólares americanos, predominantemente en el mercado local (nacional), y la duración del portafolio de inversión se ubica entre 1 y 90 días como máximo. La estrategia de inversión busca optimizar la rentabilidad tomando en cuenta la expectativa de evolución de las tasas de interés en dólares de corto plazo, invirtiendo en aquellos plazos donde se considere se obtengan las mejores tasas de interés.

- **CARACTERÍSTICAS GENERALES**

Fecha de lanzamiento del fondo:	22-oct-1998
Patrimonio del fondo:	USD 882.09 MM
Número de Partícipes	20,202
Perfil	Extra Conservador
Comisión Unificada del Fondo	0.30%+ IGV
Volatilidad del Fondo	0.02%
Rating Crediticio	Apoyo AA+ / RM2
Equilibrium	AA+ / RM2
Duración del Fondo	0.23

### 1.6.3.6. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Corto Plazo Soles

- **DESCRIPCIÓN Y ESTRATEGIA**

El Fondo Mutuo BCP Corto Plazo Soles FMIV es un fondo mutuo de corto plazo, invierte únicamente en instrumentos de deuda y depósitos a plazo, mayormente en el mercado local (nacional), y la duración del portafolio de inversión se ubica

entre 90 y 360 días como máximo. La estrategia de inversión busca optimizar la rentabilidad tomando en cuenta la expectativa de evolución de las tasas de interés en nuevos soles de corto, mediano y largo plazo, invirtiendo en aquellos plazos donde se considere se obtengan las mejores tasas de interés.

- **CARACTERÍSTICAS GENERALES**

Fecha de lanzamiento del fondo:	12-dic-2013
Patrimonio del fondo:	NS 357.17 MM
Número de Partícipes	8,250
Perfil	Corto Plazo
Comisión Unificada del Fondo	0.75%+ IGV
Volatilidad del Fondo	0.79%
Rating Crediticio Apoyo	AA+ / RM3
Equilibrium	AA+ / RM3
Duración del Fondo	0.47

### 1.6.3.7. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Corto Plazo Dólares

- **DESCRIPCIÓN Y ESTRATEGIA**

El Fondo Mutuo BCP Corto Plazo Dólares FMIV es un fondo mutuo de corto plazo, invierte únicamente en instrumentos de deuda y depósitos a plazo, mayormente en el mercado local (nacional), y la duración del portafolio de inversión se ubica entre 90 y 360 días como máximo. La estrategia de inversión busca optimizar la rentabilidad tomando en cuenta la expectativa de evolución de las tasas de interés en dólares de corto, mediano y largo plazo, invirtiendo en aquellos plazos donde se considere se obtengan las mejores tasas de interés.



- **CARACTERÍSTICAS GENERALES**

Fecha de lanzamiento del fondo:	12-dic-2013
Patrimonio del fondo:	USD 300.29 MM
Número de Partícipes	3,621
Perfil	Corto Plazo
Comisión Unificada del Fondo	0.45%+ IGV
Volatilidad del Fondo	0.16%
Rating Crediticio Apoyo	AA+ / RM3
Equilibrium	AA+ / RM3
Duración del Fondo	0.47

### 1.6.3.8. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Conservador Mediano Plazo Soles

- **DESCRIPCIÓN Y ESTRATEGIA**

El Fondo Mutuo BCP Conservador Mediano Plazo Soles FMIV es un fondo mutuo de mediano plazo, invierte únicamente en instrumentos de deuda, en el mercado nacional e internacional, y la duración del portafolio de inversión se ubica entre 361 y 1,080 días como máximo. La estrategia de inversión busca optimizar la rentabilidad tomando en cuenta la expectativa de evolución de las tasas de interés en nuevos soles de corto, mediano y largo plazo, invirtiendo en aquellos plazos donde se considere se obtengan las mejores tasas de interés.

- **CARACTERÍSTICAS GENERALES**

Fecha de lanzamiento del fondo:	01-mar-2007
Patrimonio del fondo:	NS 413.19 MM
Número de Partícipes	8,811
Perfil	Conservado Mediano Plazo
Comisión Unificada del Fondo	1.35%+IGV
Volatilidad del Fondo	2.04%
Rating Crediticio Apoyo	AA+ / RM5
Equilibrium	AA+ / RM4

BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Conservador Mediano Plazo  
Dólares

- **DESCRIPCIÓN Y ESTRATEGIA**

El fondo mutuo BCP Conservador Mediano Plazo Dólares FMIV es un fondo mutuo de mediano plazo, invierte únicamente en instrumentos de deuda, mayormente en el mercado local (nacional), y la duración del portafolio de inversión se ubica entre 361 y 1,080 días como máximo. La estrategia de inversión busca optimizar la rentabilidad tomando en cuenta la expectativa de evolución de las tasas de interés en dólares americanos de corto, mediano y largo plazo, invirtiendo en aquellos plazos donde se considere se obtengan las mejores tasas de interés

- **CARACTERÍSTICAS GENERALES**

Fecha de lanzamiento del fondo:	18-mar-1996
Patrimonio del fondo:	USD 339.99 MM
Número de Partícipes	13,004
Perfil	Conservador Mediano Plazo
Comisión Unificada del Fondo	1.35%+IGV
Volatilidad del Fondo	0.99%
Rating Crediticio Apoyo	AA+ / RM5
Equilibrium	AA+ / RM4
Duración del Fondo	1.91

### 1.6.3.9. Fondo de Fondos BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Deuda LatAm

- **DESCRIPCIÓN Y ESTRATEGIA**

El Fondo Mutuo BCP Deuda LATAM FMIV invierte en cuotas de participación de fondos mutuos de instrumentos de deuda de diversos plazos y la duración del portafolio de inversión se ubica entre 90 días y 10 años como máximo. La estrategia de inversión busca optimizar la rentabilidad tomando en cuenta la

expectativa de evolución de las tasas de interés de corto, mediano y largo plazo, invirtiendo en aquellos plazos donde se considere se obtengan los mejores rendimientos.

- **CARACTERÍSTICAS GENERALES**

Fecha de lanzamiento del fondo:	07-ago-2012
Patrimonio del fondo:	USD 7.45 MM
Número de Partícipes	190
Perfil	Moderado
Comisión Unificada del Fondo	1.35%+ IGv
Volatilidad del Fondo	8.11%
Duración del Fondo	5.1

#### 1.6.3.10. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Moderado Soles

- **DESCRIPCIÓN Y ESTRATEGIA**

El Fondo Mutuo BCP Moderado Soles FMIV es un fondo mutuo mixto moderado, invierte predominantemente en instrumentos de deuda, mayormente en el mercado local (nacional). Su política de inversiones establece como porcentaje mínimo de inversión en instrumentos de deuda 75% del portafolio, y como porcentaje máximo de inversión en instrumentos de renta variable 25% del portafolio.

- **CARACTERÍSTICAS GENERALES**

Fecha de lanzamiento del fondo:	02-jun-2008
Patrimonio del fondo:	NS 32.10 MM
Número de Partícipes	808
Perfil	Moderado
Comisión Unificada del Fondo	2.75%+ IGv
Volatilidad del Fondo	5.21%
Duración del Fondo (*)	1.98

### 1.6.3.11. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Moderado Dólares

- **DESCRIPCIÓN Y ESTRATEGIA**

El Fondo Mutuo BCP Moderado FMIV es un fondo mutuo mixto moderado, invierte predominantemente en instrumentos de deuda, mayormente en el mercado local (nacional). Su política de inversiones establece como porcentaje mínimo de inversión en instrumentos de deuda 75% del portafolio, y como porcentaje máximo de inversión en instrumentos de renta variable 25% del portafolio.

- **CARACTERÍSTICAS GENERALES**

Fecha de lanzamiento del fondo:	15-set-2003
Patrimonio del fondo:	USD 28.04 MM
Número de Partícipes	1,363
Perfil	Moderado
Comisión Unificada del Fondo	2.75%+ IGV
Volatilidad del Fondo	4.38%
Duración del Fondo (*)	1.88

### 1.6.3.12. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Equilibrado Soles

- **DESCRIPCIÓN Y ESTRATEGIA**

El Fondo Mutuo BCP Equilibrado Soles FMIV es un fondo mutuo mixto balanceado, invierte en instrumentos de deuda e instrumentos de renta variable, mayormente en el mercado local (nacional). Su política de inversiones establece como porcentaje mínimo de inversión en instrumentos de deuda 50% del portafolio, y como porcentaje mínimo de inversión en instrumentos de renta variable 25% del portafolio. En consecuencia, los porcentajes máximos son de 75% y 50% para instrumentos de deuda y renta variable, respectivamente.

- **CARACTERÍSTICAS GENERALES**

Fecha de lanzamiento del fondo:	02-jun-2008
Patrimonio del fondo:	NS 22.91 MM
Número de Partícipes	637
Perfil	Equilibrado
Comisión Unificada del Fondo	3.00%+ IGV
Volatilidad del Fondo	9.46%
Duración del Fondo (*)	1.99

### 1.6.3.13. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Equilibrado

- **DESCRIPCIÓN Y ESTRATEGIA**

El Fondo Mutuo BCP Equilibrado FMIV es un fondo mutuo mixto balanceado, invierte en instrumentos de deuda e instrumentos de renta variable, mayormente en el mercado local (nacional). Su política de inversiones establece como porcentaje mínimo de inversión en instrumentos de deuda 50% del portafolio, y como porcentaje mínimo de inversión en instrumentos de renta variable 25% del portafolio. En consecuencia, los porcentajes máximos son de 75% y 50% para instrumentos de deuda y renta variable, respectivamente.

- **CARACTERÍSTICAS GENERALES**

Fecha de lanzamiento del fondo:	01-mar-2007
Patrimonio del fondo:	USD 16.31 MM
Número de Partícipes:	1,044
Perfil:	Equilibrado
Comisión Unificada del Fondo:	3.00%+ IGV
Volatilidad del Fondo:	8.68%
Duración del Fondo (*):	1.83

#### 1.6.3.14. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Crecimiento Soles

- **DESCRIPCIÓN Y ESTRATEGIA**

El Fondo Mutuo BCP Crecimiento Soles FMIV es un fondo mutuo mixto, invierte preferentemente en instrumentos de renta variable, mayormente en el mercado local (nacional). Su política de inversiones establece como porcentaje mínimo de inversión en instrumentos de deuda 25% del portafolio, y como porcentaje mínimo de inversión en instrumentos de renta variable 50% del portafolio. En consecuencia, los porcentajes máximos son de 50% y 75% para instrumentos de deuda y renta variable, respectivamente.

- **CARACTERÍSTICAS GENERALES**

Fecha de lanzamiento del fondo:	02-jun-2008
Patrimonio del fondo:	NS 46.17 MM
Número de Partícipes	1,310
Perfil	Crecimiento
Comisión Unificada del Fondo	3.25%+ IGV
Volatilidad del Fondo	13.27%
Duración del Fondo (*)	1.83

#### 1.6.3.15. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones Soles

- **DESCRIPCIÓN Y ESTRATEGIA**

El Fondo Mutuo BCP Acciones Soles FMIV es un fondo mutuo de renta variable, invierte predominantemente en acciones, mayormente en el mercado local (nacional). Su política de inversiones establece como porcentaje máximo de inversión en instrumentos de deuda 25% del portafolio, y como porcentaje mínimo de inversión en instrumentos de renta variable 75% del portafolio. Se invierte como mínimo 75% del portafolio en acciones.

- **CARACTERÍSTICAS GENERALES**

Fecha de lanzamiento del fondo:	17-set-2012
Patrimonio del fondo:	NS 9.35 MM
Número de Partícipes	237
Perfil	Agresivo
Comisión Unificada del Fondo	3.50%+ IGV
Volatilidad del Fondo	17.47%

### 1.6.3.16. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones

- **DESCRIPCIÓN Y ESTRATEGIA**

El Fondo Mutuo BCP Acciones FMIV es un fondo mutuo de renta variable, invierte predominantemente en acciones, mayormente en el mercado local (nacional). Su política de inversiones establece como porcentaje máximo de inversión en instrumentos de deuda 25% del portafolio, y como porcentaje mínimo de inversión en instrumentos de renta variable 75% del portafolio. Se invierte como mínimo 75% del portafolio en acciones.

- **CARACTERÍSTICAS GENERALES**

Fecha de lanzamiento del fondo:	16-ene-2007
Patrimonio del fondo:	USD 18.59 MM
Número de Partícipes	1,344
Perfil	Agresivo
Comisión Unificada del Fondo	3.50%+ IGV
Volatilidad del Fondo	16.81%

### 1.6.3.17. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones Cóndor

- **DESCRIPCIÓN Y ESTRATEGIA**

El Fondo Mutuo BCP Acciones CONDOR FMIV es un fondo mutuo de renta variable, invierte predominantemente en instrumentos representativos de participación y en menor

medida, en cuotas de fondos mutuos de instrumentos de corto o muy corto plazo o en instrumentos de deuda. Su política de inversiones establece como porcentaje mínimo de inversión, un 75% del portafolio del Fondo en instrumentos de participación, y cuando menos el 70% de esos, en instrumentos representativos de participación emitidos por sociedades cuyo riesgo este relacionado a Chile y Colombia.

- **CARACTERÍSTICAS GENERALES**

Fecha de lanzamiento del fondo:	14-ago-2012
Patrimonio del fondo:	USD 2.68 MM
Número de Partícipes	107
Perfil	Agresivo
Comisión Unificada del Fondo	3.5%+ IGV
Volatilidad del Fondo	17.89%

### 1.6.3.18. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Deuda Global

- **DESCRIPCIÓN Y ESTRATEGIA**

El Fondo Mutuo BCP Deuda GLOBAL FMIV es un fondo mutuo de mediano plazo, invierte exclusivamente en instrumentos de deuda y en cuotas de fondos mutuos de instrumentos de deuda. La duración promedio del Fondo será entre 3-7 años. La estrategia de inversión busca optimizar la rentabilidad tomando en cuenta (i) la expectativa de evolución de las tasas de interés de corto, mediano y largo plazo, invirtiendo en aquellos plazos donde se considere se obtengan las mejores rendimientos

- **CARACTERÍSTICAS GENERALES**

Fecha de lanzamiento del fondo:	25-mar-2013
Patrimonio del fondo:	USD 28.97 MM
Perfil	Moderado
Comisión Unificada del Fondo	0.95%+ IGV
Volatilidad del Fondo	4.78%
YTM	4.54%
Rating Crediticio	BB
Duración del Fondo	4.63



### 1.6.3.19. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones Global

- **DESCRIPCIÓN Y ESTRATEGIA**

El Fondo Mutuo BCP Acciones GLOBAL FMIV es un fondo mutuo de renta variable, invierte predominantemente en instrumentos de renta variable y en cuotas de fondos mutuos de renta variable. Su política de inversiones establece como porcentaje máximo de inversión en instrumentos de deuda 25% del portafolio, como porcentaje mínimo de inversión en instrumentos de renta variable 75% del portafolio, y como porcentaje máximo de inversión en mercados del extranjero (Estados Unidos, Mercado Emergentes, Europa y Asia Desarrollada) 100% del portafolio.

- **CARACTERÍSTICAS GENERALES**

Fecha de lanzamiento del fondo:	25-mar-2013
Patrimonio del fondo:	USD 27.62 MM
Perfil	Agresivo
Comisión Unificada del Fondo	1.75%+ IGV
Volatilidad del Fondo	13.65%

## 1.7. Rendimiento Acumulado

Tablas mostrando la rentabilidad historia de los fondos mutuos al cierre del año 2015

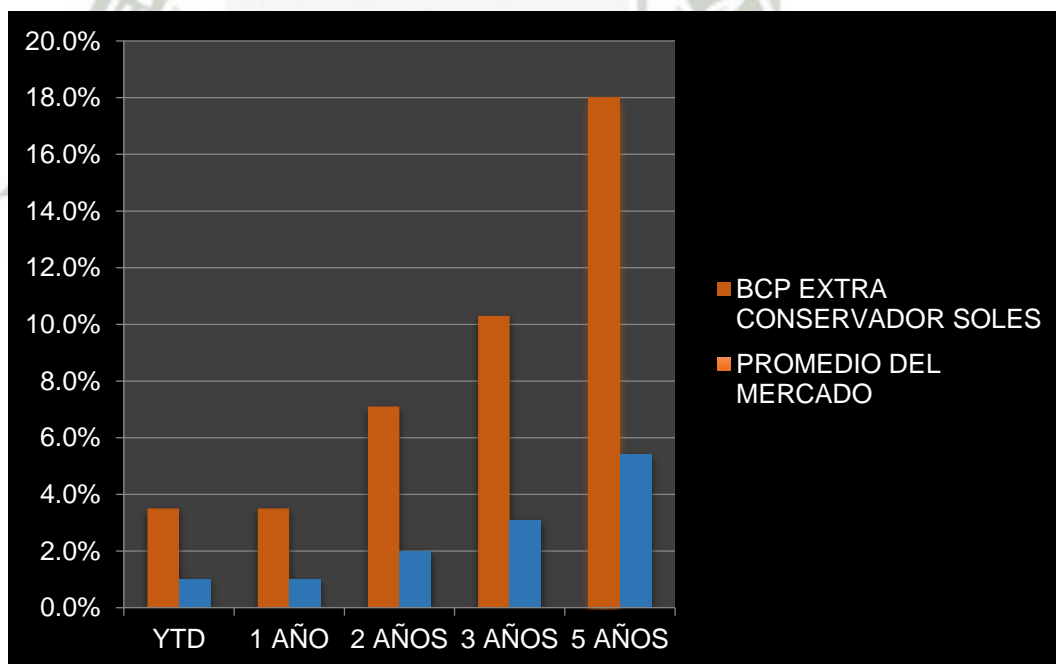
### 1.7.1. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Extra Conservador Soles

**CUADRO N° 2**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Extra Conservador Soles**

YTD	2014	2013	2012	2011	2010	
<b>BCP Extra Conservador Soles</b>	3.55%	3.39%	3.05%	3.53%	3.30%	1.36%
<b>Promedio del Mercado</b>	1.00%	1.00%	1.10%	1.10%	1.10%	1.10%

Fuente: Boletín informativo BCP 2015

**GRÁFICA N° 1**  
**RENTABILIDADES N °1**



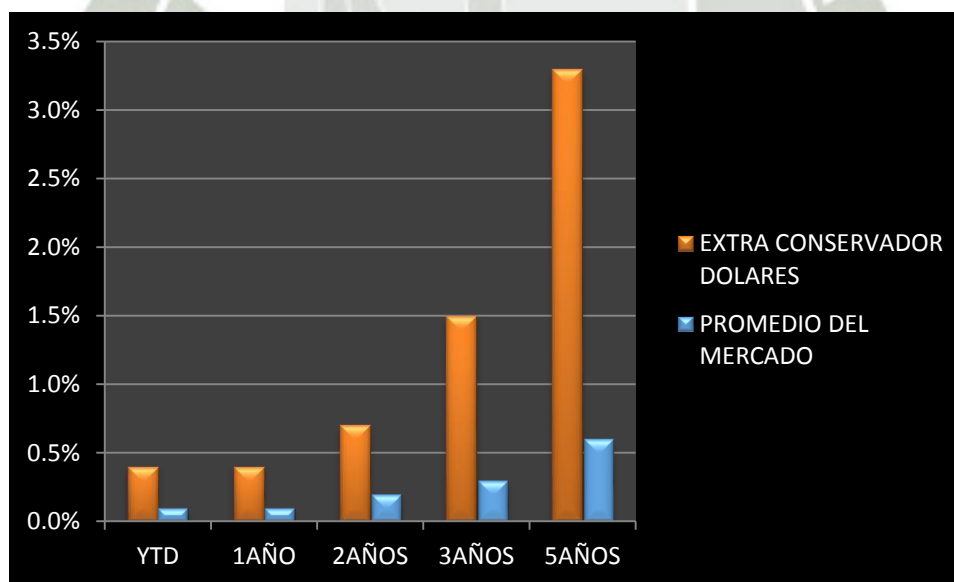
### 1.7.2. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Extra Conservador Dólares

**CUADRO N° 3**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Extra Conservador Dólares**

YTD	2014	2013	2012	2011	2010	
<b>BCP Extra Conservador Dólares</b>	0.43%	0.25%	0.79%	1.03%	0.79%	0.75%
<b>Promedio del Mercado</b>	0.07%	0.01%	0.16%	0.15%	0.15%	0.15%

Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

**GRÁFICA N° 2**  
**RENTABILIDADES N°2**



Elaboración Propia.

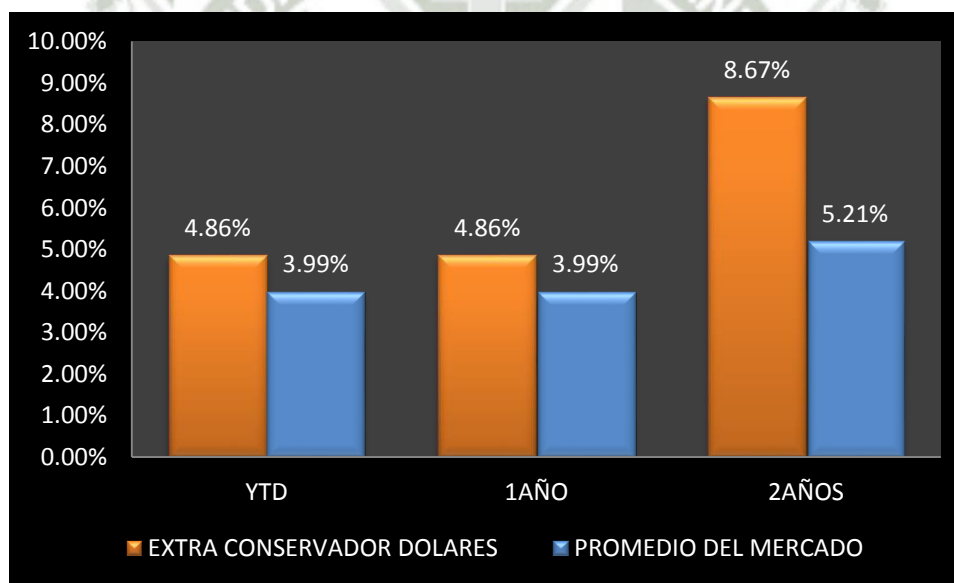
### 1.7.3. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Corto Plazo Soles

**CUADRO N° 4**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Corto Plazo Soles**

YTD	2014	2013	2012
<b>BCP Corto Plazo Soles</b>	4.86%	3.63%	
<b>Promedio del Mercado</b>	180	3.99%	1.17%

Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

**GRÁFICA N° 3**  
**RENTABILIDADES N°2**



Elaboración Propia.

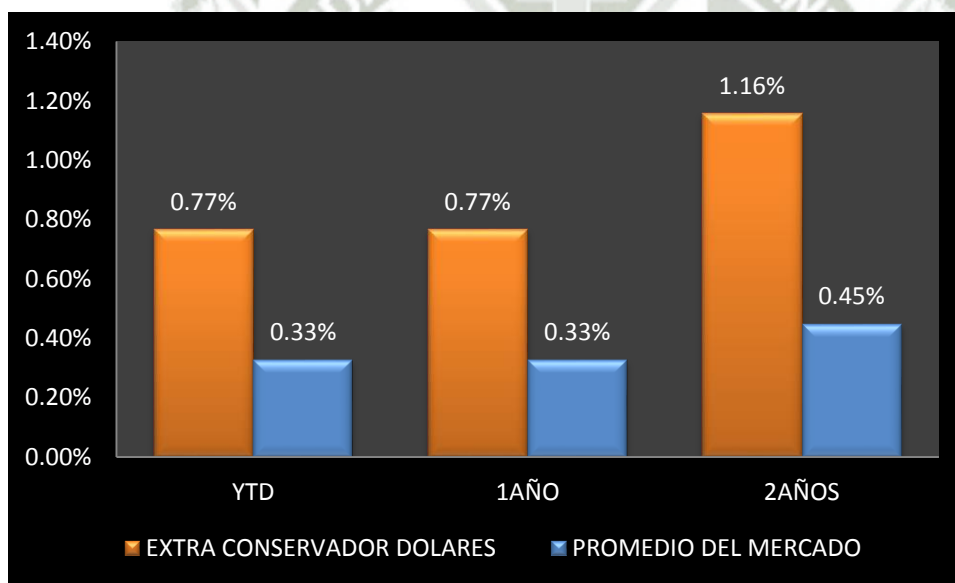
### 1.7.4. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Corto Plazo Dólares

**CUADRO N° 5**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Corto Plazo Dólares**

YTD	2014	2013	2012	2011
<b>BCP Corto Plazo Dólares</b>	0.77%	0.39%		
<b>Promedio del Mercado</b>	0.33%	0.11%		

Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

**GRÁFICA N° 4**  
**RENTABILIDADES N°3**



Elaboración Propia.

**1.7.5. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Conservador Mediano  
Plazo Soles**

**CUADRO N° 6  
BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Conservador Mediano Plazo Soles**

YTD	2014	2013	2012	2011	2010	
<b>BCP Conservador Mediano Plazo Soles</b>	2.65%	4.23%	-0.67%	7.62%	5.15%	1.46%
<b>Promedio del Mercado</b>	3.99%	1.67%	2.50%	3.50%	1.60%	0.90%

Fuente Boletín informativo BCP 2015.

**GRÁFICA N° 5  
RENTABILIDADES N°4**



Elaboración Propia.

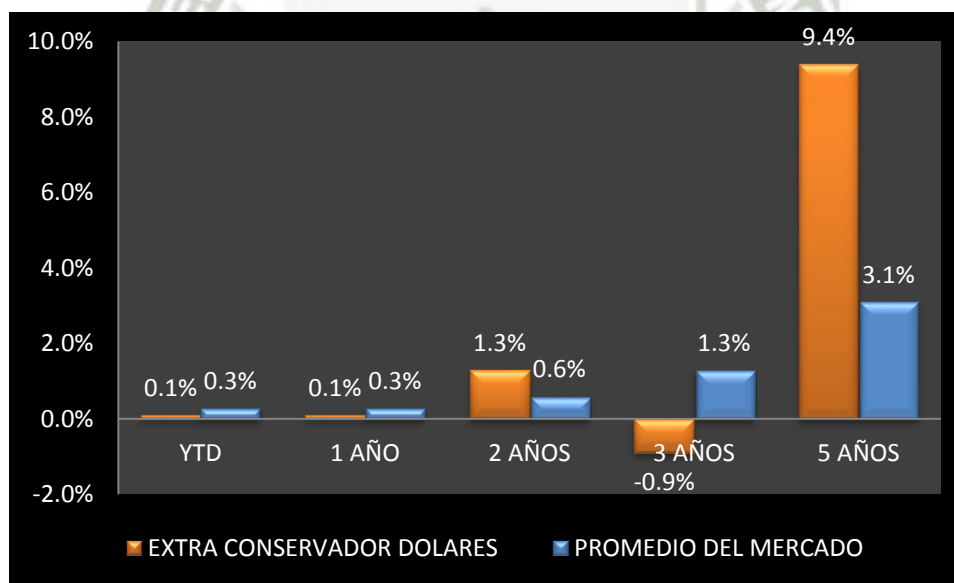
**1.7.6. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Conservador Mediano  
Plazo Dólares**

**CUADRO N° 7  
BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Conservador Mediano Plazo Dólares**

YTD	2014	2013	2012	2011	2010	
<b>BCP Conservador Mediano Plazo Dólares</b>	0.14%	1.12%	2.17%	5.39%	4.81%	2.21%
<b>Promedio del Mercado</b>	0.31%	0.32%	0.90%	0.90%	0.90%	0.90%

Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

**GRÁFICA N° 6  
RENTABILIDADES N°5**



Elaboración Propia.

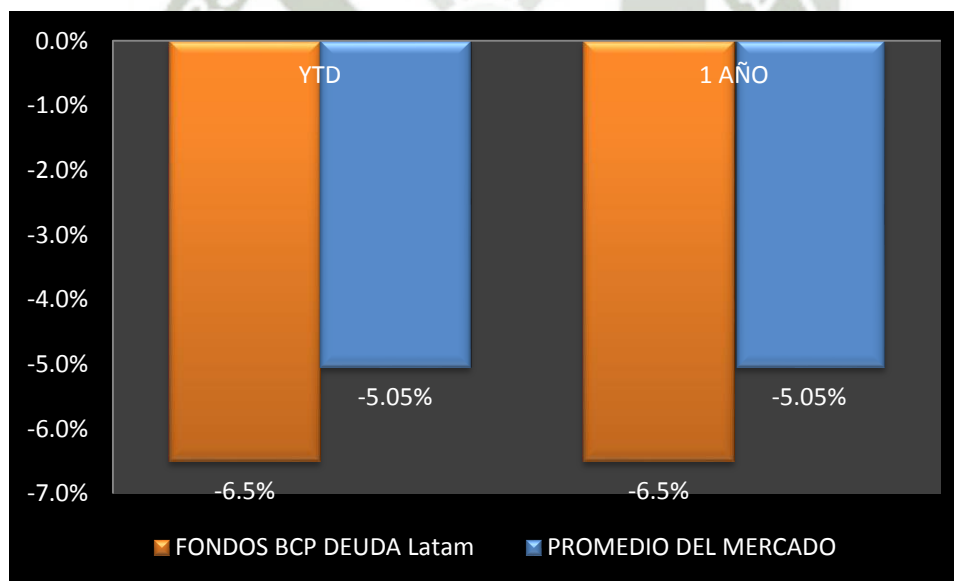
### 1.7.7. Fondo de Fondos BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Deuda LatAm

**CUADRO N° 8**  
**Fondo de Fondos BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Deuda LatAm**

YTD	2014	2013	2012	2011	2010
<b>Fondo de Fondos BCP Deuda Latam</b>	-6.47%	2.81%			
<b>Promedio del Mercado</b>	-5.05%	5.95%	-		

Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

**GRÁFICA N° 7**  
**RENTABILIDADES N°6**



Elaboración Propia.



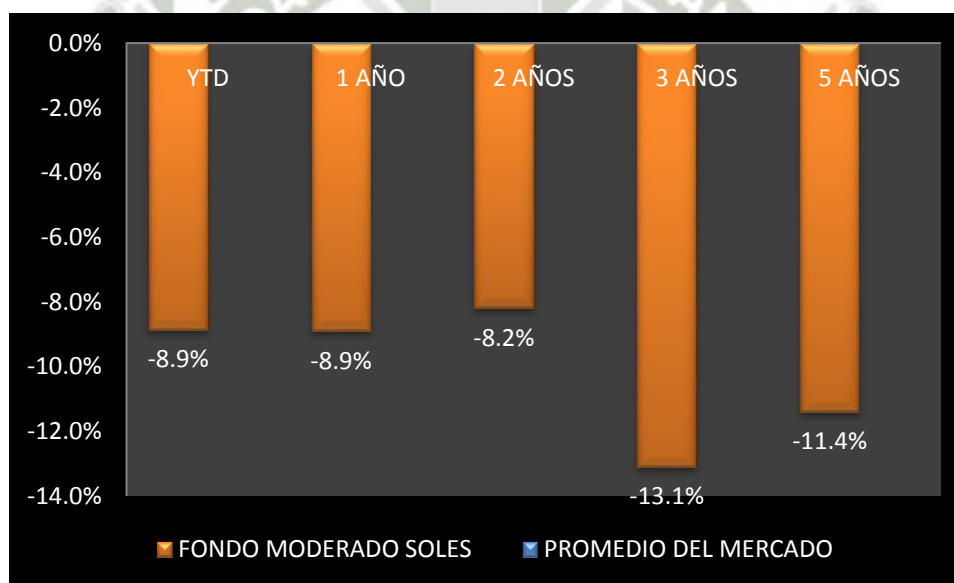
### 1.7.8. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Moderado Soles

**CUADRO N° 9**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Moderado Soles**

YTD	2014	2013	2012	2011	2010	
<b>BCP Moderado Soles</b>	-8.86%	-0.67%	-5.33%	-7.73%	-5.30%	-14.01%
<b>Promedio del Mercado</b>	- 0.83%	-3.14%	3.51%	-5.20%	15.11%	

Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

**GRÁFICA N° 8**  
**RENTABILIDADES N°7**



Elaboración Propia.

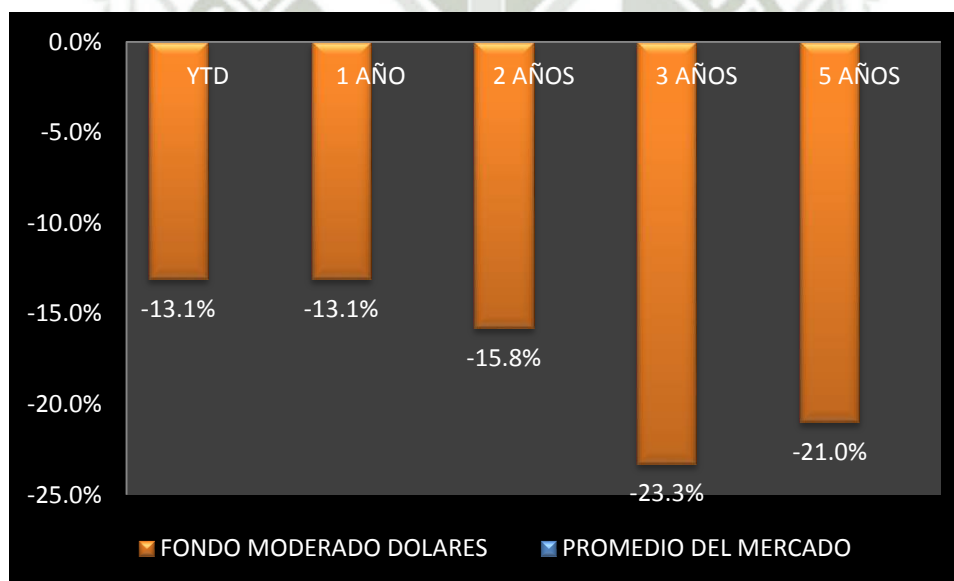
### 1.7.9. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Moderado Dólares

**CUADRO N° 10**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Moderado Dólares**

YTD	2014	2013	2012	2011	2010	
<b>BCP Moderado</b>	-13.09%	-3.08%	-8.91%	7.26%	-4.40%	15.09%
<b>Promedio del Mercado</b>	-1.92%	-7.18%	4.25%	-2.93%	12.07%	

Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

**GRÁFICA N° 9**  
**RENTABILIDADES N° 8**



Elaboración Propia.

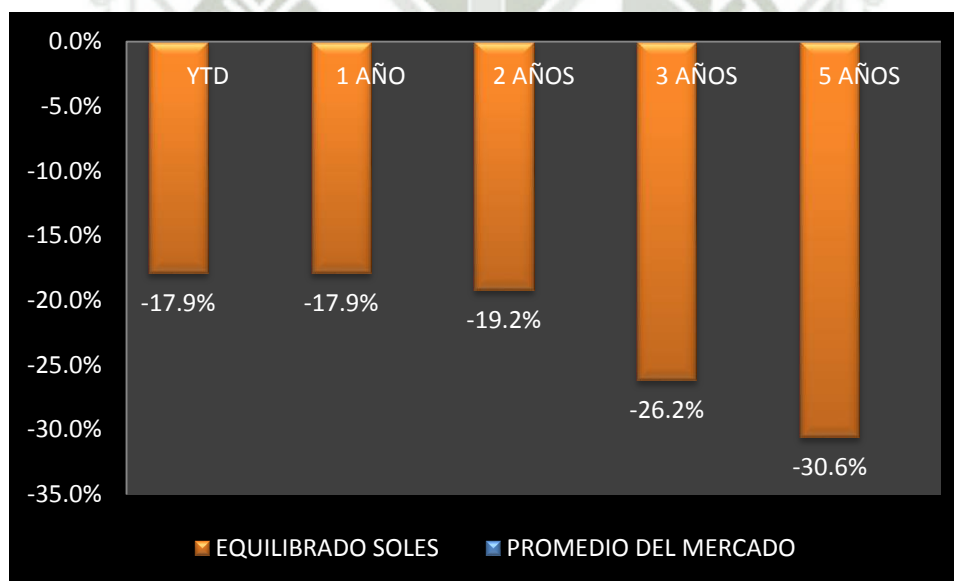
1.7.10. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Equilibrado Soles

CUADRO N° 11  
BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Equilibrado Soles

YTD	2014	2013	2012	2011	2010	
<b>BCP Equilibrado Soles</b>	-17.93%	-1.58%	-8.68%	8.72%	-13.45%	29.00%
<b>Promedio del Mercado</b>	-0.31%	-8.07%	3.90%	-11.65%	28.86%	

Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

GRÁFICA N° 10  
RENTABILIDADES N°9



Elaboración Propia.

1.7.11. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Equilibrado

CUADRO N° 12  
BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Equilibrado

YTD	2014	2013	2012	2011	2010	
<b>BCP Equilibrado</b>	-23.72%	-6.00%	-13.88%	10.18%	-11.78%	31.15%
<b>Promedio del Mercado</b>	-4.04%	13.54%	5.66%	-10.55%	30.56%	

Fuente Boletín informativo BCP 2015.

GRÁFICA N° 11  
RENTABILIDADES N°10



Elaboración Propia.

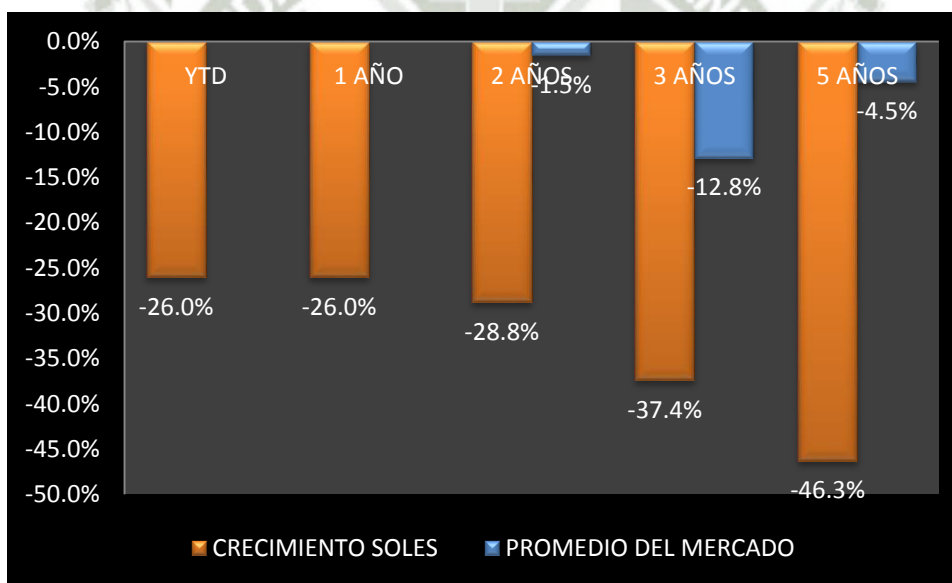
1.7.12. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Crecimiento Soles

CUADRO N° 13  
BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Crecimiento Soles

YTD	2014	2013	2012	2011	2010	
<b>BCP Crecimiento Soles</b>	-26.00%	- 3.74%	-12.09%	8.82%	-21.20%	45.37%
<b>Promedio del Mercado</b>	-1.53%	-12.81%	4.45%	-16.89%	42.71%	

Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

GRÁFICA N° 12  
RENTABILIDADES N°11



Elaboración Propia.

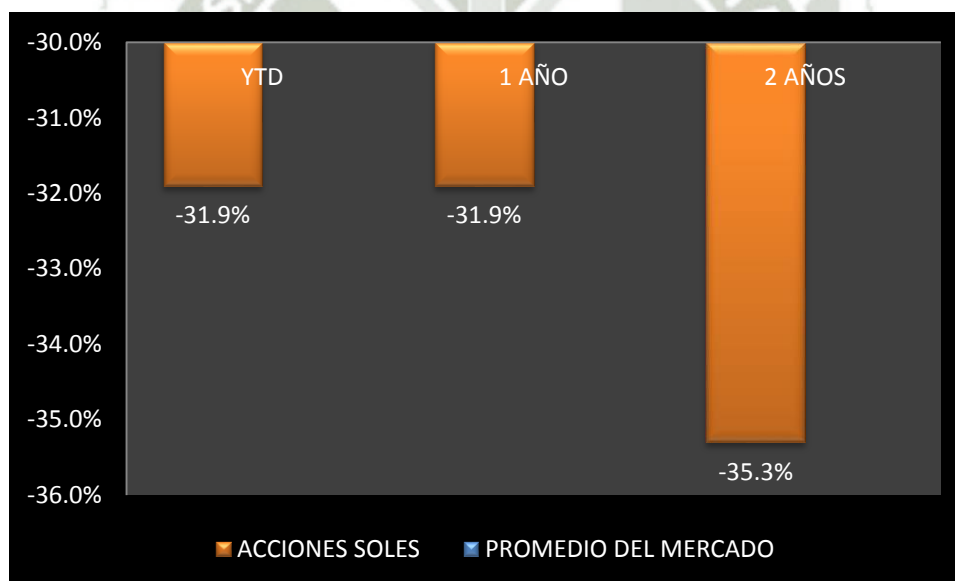
1.7.13. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones Soles

CUADRO N° 14  
BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones Soles

YTD	2014	2013	2012	2011	2010
<b>BCP Acciones Soles</b>	-31.86%	-5.04%	-13.6%		
<b>Promedio del Mercado</b>	-2.61%	-16.8%			

Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

GRÁFICA N° 13  
RENTABILIDADES N°12



Elaboración Propia.

1.7.14. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones

CUADRO N° 15  
BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones

YTD	2014	2013	2012	2011	2010	
<b>BCP Acciones</b>	-40.80%	-11.75%	-22.28%	16.32%	-26.01%	69.46%
<b>Benchmark (*)</b>	-8.28%	-23.96%	13.90%	10.27%	42.22%	

Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

GRÁFICA N° 14  
RENTABILIDADES N°13



Elaboración Propia.

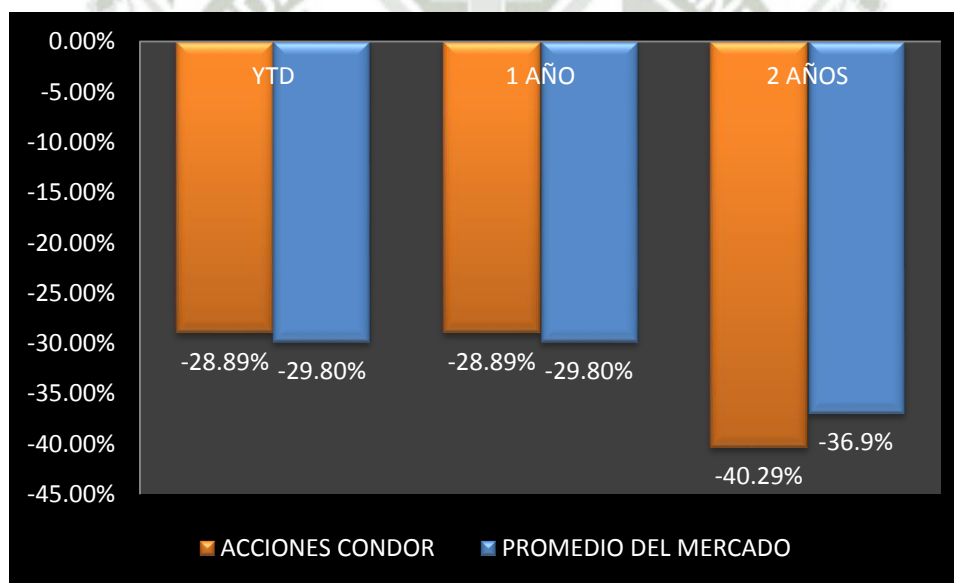
1.7.15. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones Cóndor

**CUADRO N° 16**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones Cóndor**

YTD	2014	2013	2012	2011	2010
<b>BCP Acciones CONDOR</b>	-28.89%	-16.03%	-15.30%		
<b>Promedio del Mercado</b>	-29.81%	-10.10%	-17.54%		

Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

**GRÁFICA N° 15**  
**RENTABILIDADES N°14**



Elaboración Propia.



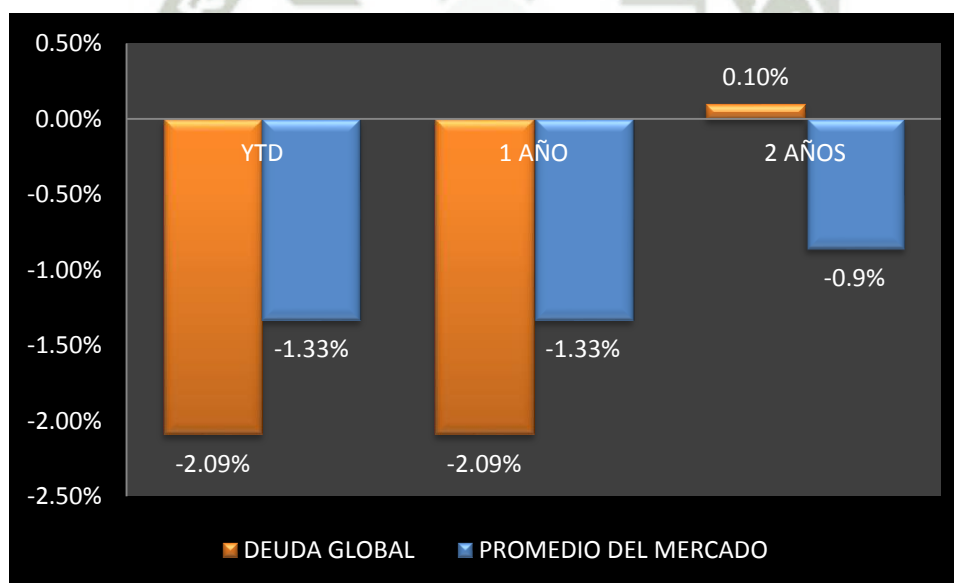
1.7.16. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Deuda Global

CUADRO N° 17  
BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Deuda Global

YTD	2014	2013	2012	2011	2010
<b>BCP Deuda Global</b>	-2.09%	2.24%	-3.14%		
<b>Promedio del Mercado</b>	-1.33%	0.48%	-0.70%		

Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

GRÁFICA N° 16  
RENTABILIDADES N°15



Elaboración Propia.

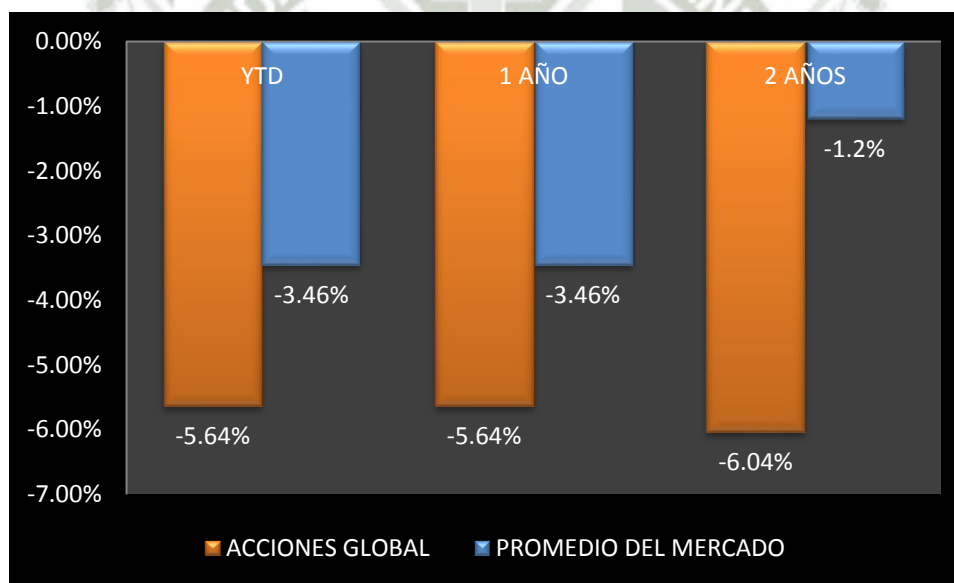
1.7.17. BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones Global

**CUADRO N° 18**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones Global**

YTD	2014	2013	2012	2011	2010
<b>BCP Acciones Global</b>	-5.64%	-0.43%	8.15%		
<b>Pomedio del Mercado</b>	-3.46%	2.35%	13.83%		

Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

**GRÁFICA N° 17**  
**RENTABILIDADES N°16**



Elaboración Propia.

La elaboración de estos gráficos es con la finalidad de conocer y comparar la rentabilidad que tienen los fondos mutuos ofrecidos por el BCP frente a los fondos mutuos ofrecidos por otras entidades financieras (promedio del mercado), podemos notar que los FFMM. De renta fija tienen rentabilidad positiva en todos los años mencionados, y esto se debe a que únicamente invierten en depósitos a plazo garantizando así la rentabilidad positiva, mientras que en los FFMM de renta mixta y renta variable encontramos pérdidas y ganancias de manera aleatoria es decir no siguen un patrón en ningún FFMM y esto se debe a que no solo invierten en depósitos a plazo, estos fondos buscan generar mayor rentabilidad por lo tanto invierten en instrumentos más riesgosos como por ejemplo bonos y acciones. El rendimiento acumulado de los años anteriores no garantiza que el patrón vaya a continuar, es decir que si en algún FFMM. Los años anteriores generaron gran rentabilidad esto no quiere decir que se vaya a repetir en los años siguientes.

### 1.8. Riesgo de Inversión

La palabra riesgo proviene del latín “risicare”, que significa atreverse o transitar por un sendero peligroso<sup>1</sup>. El riesgo se define como “un azar, un peligro, la exposición a una pérdida o a un daño”.<sup>2</sup>

Por lo tanto, el riesgo se entiende como la combinación de la probabilidad y la frecuencia de que ocurra un acontecimiento específico, generalmente de características, consecuencias o impactos desagradables en cualquier campo en que se trate.

El concepto de riesgo implica desde su propia naturaleza, una relación con la incertidumbre y por lo tanto con la posibilidad de que se den diversas interpretaciones, apartándose así de los parámetros de confiabilidad y objetividad, quedando por así decirlo, con sesgo de subjetividad.

---

<sup>1</sup> De Lara Haro, Alfonso; “Medición y Control de Riesgos Financieros”; 2<sup>da</sup> edición; Limusa; Pág. 13.

<sup>2</sup> Weston, J. Fred / Brigham, Eugene F.; “Fundamentos de Administración Financiera”; 10 edición; Mc Graw Hills; 1993; Pág. 190.

Sin embargo, el riesgo es parte inevitable de los procesos de toma de decisiones en general y de los procesos de inversión en particular. El beneficio que se pueda obtener por cualquier decisión o acción que se adopte, debe asociarse necesariamente con el riesgo inherente a dicha decisión o acción.<sup>3</sup>

En finanzas, el riesgo puede ser definido como la dispersión de resultados inesperados, debido a los movimientos en las variables financieras, es decir, la volatilidad de los flujos financieros no esperados, generalmente derivados del valor de los activos o los pasivos. De esta manera, tanto la desviación positiva como la negativa, deben ser consideradas fuentes de riesgo.

Las empresas están expuestas a tres tipos de riesgos:<sup>4</sup>

- a) Riesgos de Negocios.** - Son aquellos que la empresa está dispuesta a asumir para crear ventajas competitivas y agregar valor para los accionistas. Los riesgos de negocios, o riesgos operativos, tienen que ver con el mercado del producto en el cual opera la empresa y comprenden innovaciones tecnológicas, diseño del producto y mercadotecnia. El apalancamiento operativo, relacionado con el nivel de costos fijos y el nivel de costos variables, es también, en gran parte, una variable opcional. En cualquier actividad de negocios, la exposición racional a este tipo de riesgo es considerado como una “habilidad interna o ventaja competitiva” de la propia empresa.
- b) Riesgos Estratégicos.** - Son los resultantes de cambios fundamentales en la economía o en el entorno político. La expropiación y la nacionalización también son considerados riesgos estratégicos. Estos difícilmente se pueden cubrir, a no ser por la diversificación a través de distintas líneas de negocios y de distintos países.

---

<sup>3</sup> De Lara Haro, Alfonso; “Medición y Control de Riesgos Financieros”; 2<sup>da</sup> edición; Limusa; Pág. 13.

<sup>4</sup> Jorion Philippe; “Valor en Riesgo”; Limusa; Pág. 24

c) **Riesgos Financieros.** - Están relacionados con las posibles pérdidas en los mercados financieros. Los movimientos en las variables financieras, tales como las tasas de interés y los tipos de cambio, constituyen una fuente importante de riesgo para la mayoría de empresas. La exposición a riesgos financieros puede ser optimizada de tal manera que las empresas puedan concentrarse en lo que es su especialidad: administrar su posición a los riesgos de negocio. En contraste con las empresas industriales, la función principal de las instituciones financieras es administrar activamente los riesgos financieros; los bancos, ahora, se han percatado que deben identificar y medir con precisión los riesgos para posteriormente evaluarlos y controlarlos de forma apropiada.



### 1.9. Tipo de moneda

Cada fondo invierte en instrumentos distintos, tanto en el mercado nacional eh internacional, por lo tanto esto no es impedimento para que un fondo nombrado en soles invierta con moneda extranjera como se ve en la siguiente tabla.

**CUADRO N° 19  
TIPO DE MONEDA**

FONDO MUTUO	TIPO DE MONEDA	
	DOLARES	SOLES
Credicorp Capital Extra Conservador soles		100.00%
Credicorp Capital Extra conservador Dolares	100.00%	
Credicorp Capital Corto Plazo Soles	0.70%	99.30%
Credicorp Capital Corto Plazo Dolares	100.00%	
Credicorp Capital Conservador Mediano Plazo Soles	1.77%	98.23%
Credicorp Capital Conservador Mediano Plazo Dolares	100.00%	
Fondo de Fondos Credicorp Capital Deuda LATAM	99.90%	0.10%
Credicorp Capital Moderado Soles	10.90%	89.10%
Credicorp Capital Moderado Dolares	86.60%	13.40%
Credicorp Capital Equilibrado Soles	18.10%	81.90%
Credipor Capital Equilibrado Dolares	73.20%	26.80%
Credicorp Capital Crecimiento Soles	21.90%	78.10%
Credicorp Capital Acciones Soles	23.80%	76.20%
Credicorp Capital Acciones Dolares	56.60%	46.40%
Credicorp Capital Acciones Condor	100.00%	
Fondo de Fondos Credicorp Capital Deuda Global	100.00%	
Credicorp Capital Acciones Global	100.00%	

Elaboración Propia.

### 1.10. Tipo de fondo mutuo

Fondos de Renta fija. - Se trata de fondos de inversión que invierten, exclusivamente, en activos financieros de deuda a corto, medio y largo plazo, emitidos por el Estado o por empresas o entidades públicas y privadas tales como Letras del tesoro, Pagares empresariales, Bonos y Obligaciones, etc.

Por tanto, se trata de fondos que no invierten en renta variable y, en consecuencia, están exentos a sus elevados riegos; si bien, no se trata de fondos sin riesgo ya que la inversión en los activos de renta fija también está sometida a determinados riesgos tales como el riesgo del emisor de los títulos, de la variación de los tipos de interés, de la liquidez del título, etc.



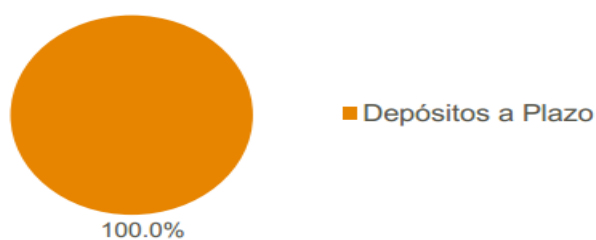
**CUADRO N° 20**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Extra Conservador Soles**

PRINCIPALES EMISORES	
%	FONDO
MiBanco	15.20%
Interbank	14.80%
Banco Continental	14.80%
Scotiabank Peru	14.70%
Banco de Crédito	14.50%
Banco Santander	13.80%
Banco Interamericano de Finanzas	5.90%
Banco Falabella	2.90%
Banco Ripley	2.10%
Banco GNB	1.30%
Otros Emisores	0.00%
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>

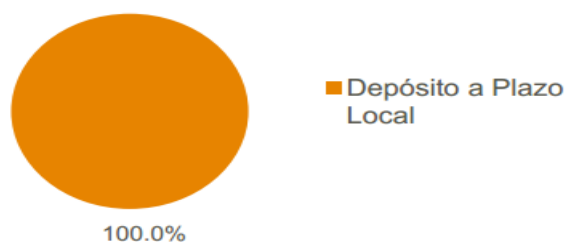
Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

**GRÁFICA N° 18**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Extra Conservador Soles**

EXPOSICIÓN POR TIPO DE INSTRUMENTO



EXPOSICIÓN POR REGIÓN



Fuente: Boletín informativo BCP 2015.



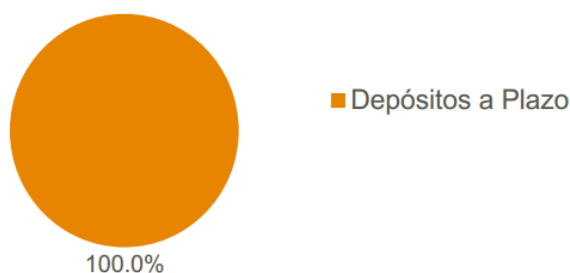
**CUADRO N° 21**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Extra Conservador Dólares**

PRINCIPALES EMISORES	
%	FONDO
Banco Continental	15.00%
Bancolombia	11.40%
Banco de Crédito	10.10%
Banco de Bogotá	9.30%
Interbank	9.00%
Banistmo	7.60%
MiBanco	6.20%
BBVA NY	5.90%
Corpbanca	5.80%
Banco BTG Pactual	5.50%
Otros Emisores	14.20%
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>

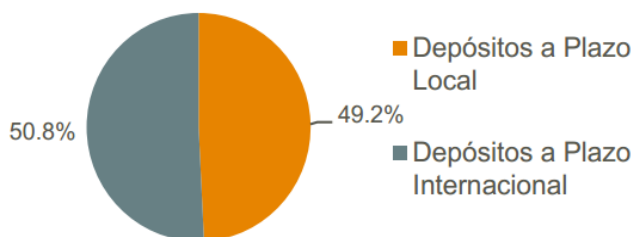
Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

**GRÁFICA N° 19**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Extra Conservador Dólares**

EXPOSICIÓN POR TIPO DE INSTRUMENTO



EXPOSICIÓN POR REGIÓN



Fuente Boletín informativo BCP 2015.

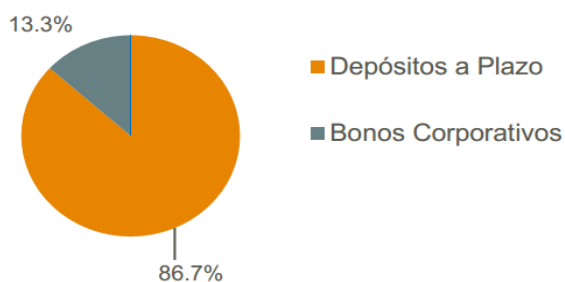
**CUADRO N° 22**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Corto Plazo Soles**

PRINCIPALES EMISORES	
%	FONDO
Banco Continental	15%
MiBanco	11%
Banco Interamericano de Finanzas	9%
Banco de Bogotá	9%
Banco de Crédito	7%
Scotiabank Peru	6%
Banistmo	5%
Interbank	5%
Cofide	4%
Bradesco	4%
Otros Emisores	25%
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>

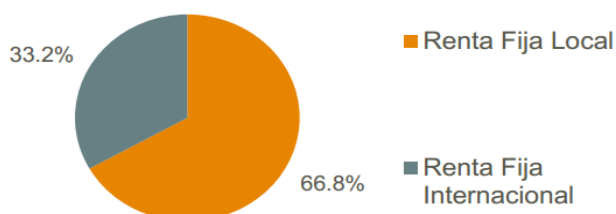
Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

**GRÁFICA N° 20**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Corto Plazo Soles**

**EXPOSICIÓN POR TIPO DE INSTRUMENTO**



**EXPOSICIÓN POR REGIÓN**



Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

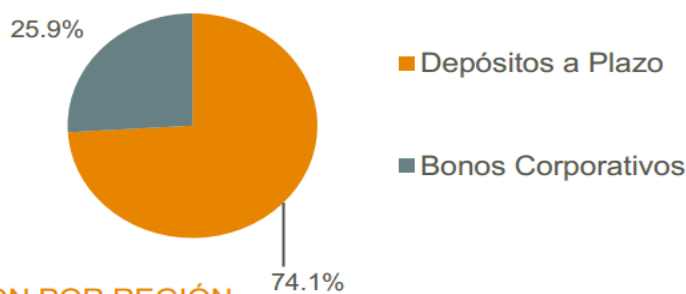
**CUADRO N° 23**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Corto Plazo Dólares.**

PRINCIPALES EMISORES	
%	FONDO
Banco Continental	11%
Banco de Bogotá	11%
Corpbanca	10%
BBVA NY	9%
Banco de Crédito	8%
Bancolombia	8%
Banistmo	7%
Itau	6%
Bradesco	6%
Davivienda	5%
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>

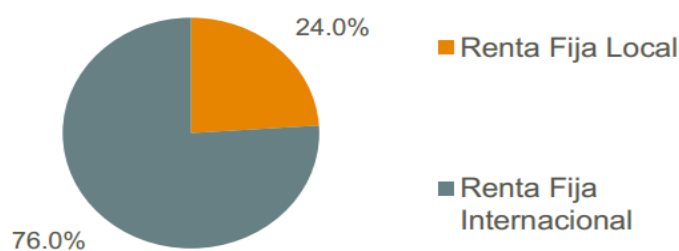
Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

**GRÁFICA N° 21**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Corto Plazo Dólares**

**EXPOSICIÓN POR TIPO DE INSTRUMENTO**



**EXPOSICIÓN POR REGIÓN**



Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

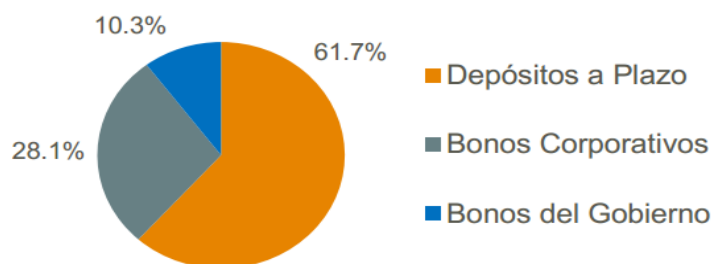
**CUADRO N° 24**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Conservador Mediano Plazo Soles**

PRINCIPALES EMISORES	
%	FONDO
Bancolombia	12%
Gobierno Perú	10%
Banistmo	8%
Banco Continental	8%
Corpbanca	7%
Banco de Bogotá	7%
MiBanco	6%
Bradesco	4%
Telefónica del Perú	4%
Banco BTG Pactual	3%
Otros Emisores	31%
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>

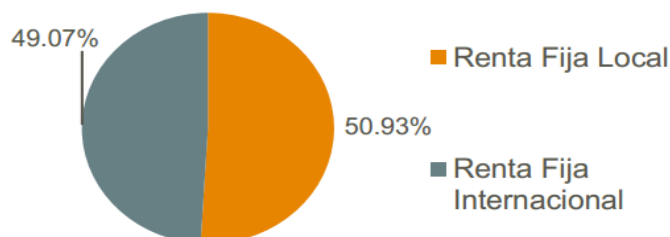
Fuente: Elaboración Propia.

**GRÁFICA N° 22**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Conservador Mediano Plazo Soles**

**EXPOSICIÓN POR TIPO DE INSTRUMENTO**



**EXPOSICIÓN POR REGIÓN**



Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

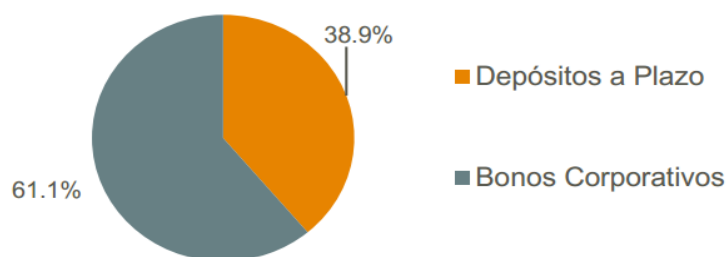
**CUADRO N° 25**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Conservador Mediano Plazo Dólares**

PRINCIPALES EMISORES	
%	FONDO
Banco de Crédito	10%
Corpbanca	10%
Bancolombia	9%
Banco de Bogotá	8%
Banco Continental	8%
KALLPA Generacion	6%
Hunt Oil Company	5%
Banistmo	4%
Davivienda	4%
Banco BTG Pactual	3%
Otros Emisores	33%
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>

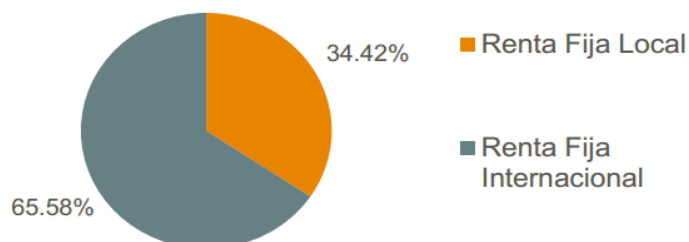
Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

**GRÁFICA N° 23**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Conservador Mediano Plazo Dólares**

EXPOSICIÓN POR TIPO DE INSTRUMENTO



EXPOSICIÓN POR REGIÓN



Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

**CUADRO N° 26**  
**Fondo de Fondos BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Deuda LatAm**

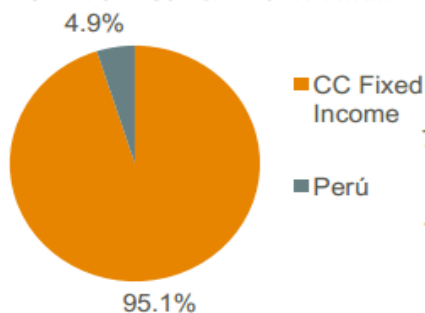
PRINCIPALES EMISORES	
FONDO DE FONDOS BCP DEUDA LATAM	
%	FONDO
CREDICORP CAPITAL Fixed Income	95%
Banco de Crédito	5%
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

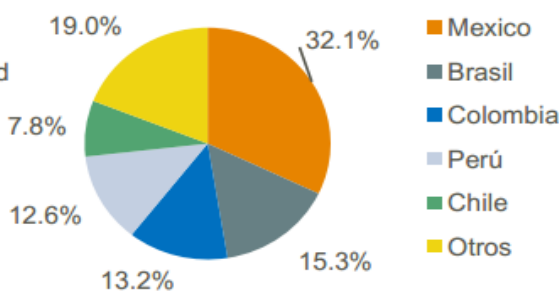
**GRÁFICA N° 24**  
**Fondo de Fondos BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Deuda LatAm**

**EXPOSICIÓN POR REGIÓN**

FONDO DE FONDOS BCP DEUDA LATAM

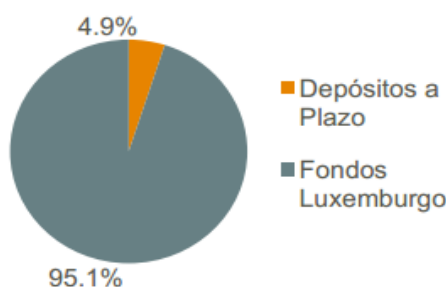


FONDO LUXEMBURGO



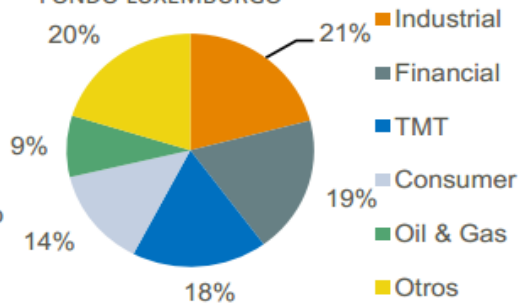
**EXPOSICIÓN POR TIPO DE INSTRUMENTO**

FONDO DE FONDOS BCP DEUDA LATAM



**EXPOSICIÓN POR SECTOR**

FONDO LUXEMBURGO



Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

**Fondos de renta mixta.** - Se trata de fondos de inversión que invierten en una combinación de activos de renta variable y en activos de renta fija. Según sea la mayor o menor proporción de inversión en renta variable o de renta fija determina si el fondo es de renta variable mixta o es de renta fija mixta, respectivamente.

De esta forma, se pueden establecer múltiples combinaciones de renta fija y de renta variable según sea el perfil del inversor, es decir, si el inversor es más o menos adverso al riesgo. Un inversor arriesgado tenderá a fondos de renta variable mixta con alto porcentaje de renta variable, mientras que un inversor conservador se decidirá por un fondo de renta fija mixta con poca inversión en renta variable. Si bien, otros inversores preferirán otras combinaciones intermedias de renta fija o variable según sea su perfil de inversión o combinación de rentabilidad y riesgo asumido, ya que con mayor porcentaje de renta variable mayor será el potencial de rentabilidad pero el riesgo asumido será también mayor; mientras que a medida que se vaya reduciendo la proporción de activos de renta variable en el fondo se reducirá el potencial de ganancia pero también el riesgo asumido.

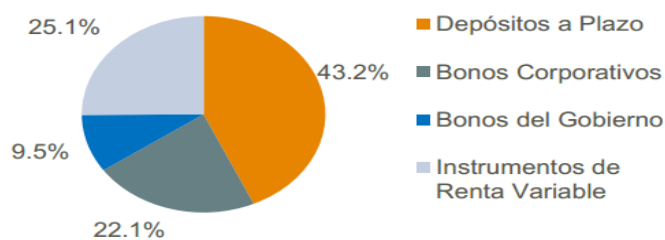
**CUADRO N° 27**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Moderado Soles**

PRINCIPALES EMISORES	
%	FONDO
Gobierno Perú	10%
Bancolombia	8%
Banistmo	7%
Banco de Bogotá	6%
Edelnor	6%
MiBanco	5%
Alicorp	4%
Credicorp	4%
Luz del Sur	4%
Bradesco	3%
Otros Emisores	43%
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>

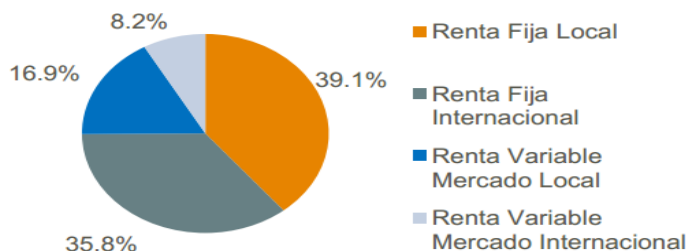
Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

**GRÁFICA N° 25**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Moderado Soles**

**EXPOSICIÓN POR TIPO DE INSTRUMENTO**



**EXPOSICIÓN POR REGIÓN**



Fuente: Boletín informativo BCP 2015.



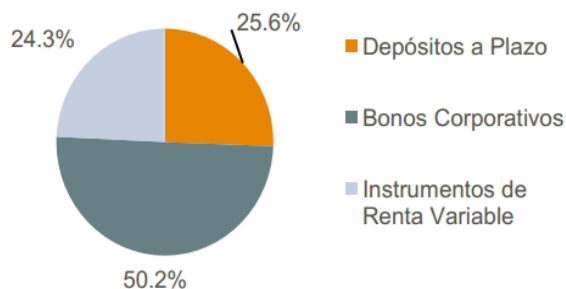
**CUADRO N° 28**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Moderado Dólares**

PRINCIPALES EMISORES	
%	FONDO
Banco Continental	10%
Banco de Crédito	9%
KALLPA Generacion	7%
BBVA NY	6%
Banco de Bogotá	5%
Corpbanca	5%
Bancolombia	4%
Credicorp	4%
Hunt Oil Company	3%
MiBanco	3%
Otros Emisores	44%
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>

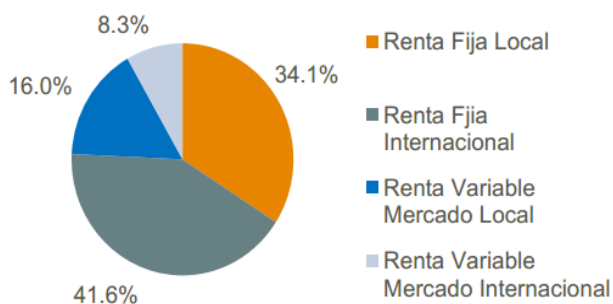
Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

**GRÁFICA N° 26**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Moderado Dólares**

**EXPOSICIÓN POR TIPO DE INSTRUMENTO**



**EXPOSICIÓN POR REGIÓN**



Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

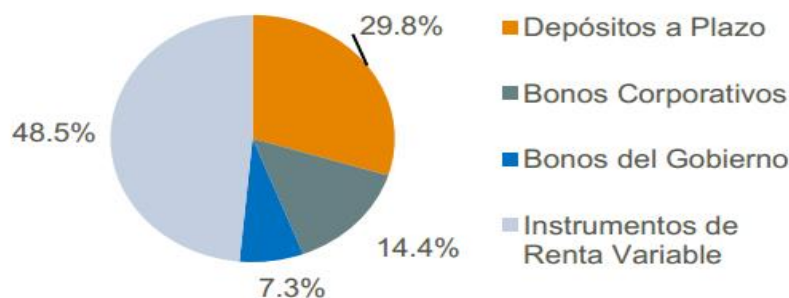
**CUADRO N° 29**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Equilibrado Soles**

PRINCIPALES EMISORES	
%	FONDO
Edelnor	8%
Gobierno Perú	7%
Credicorp	7%
Alicorp	6%
Banistmo	6%
Luz del Sur	5%
Intercorp Financial Services	5%
Banco de Bogotá	4%
Banco Continental	4%
MiBanco	4%
Otros Emisores	44%
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>

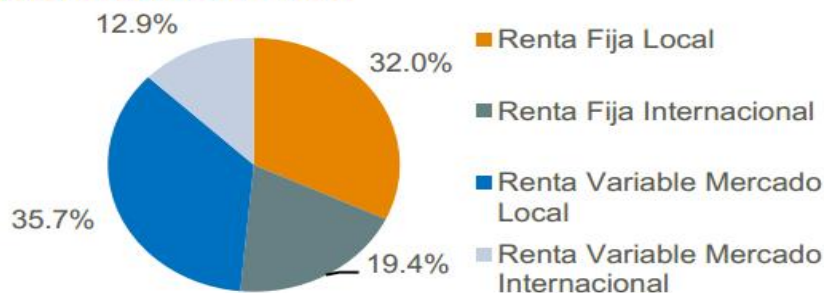
Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

**GRÁFICA N° 27**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Equilibrado Soles**

**EXPOSICIÓN POR TIPO DE INSTRUMENTO**



**EXPOSICIÓN POR REGIÓN**



Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

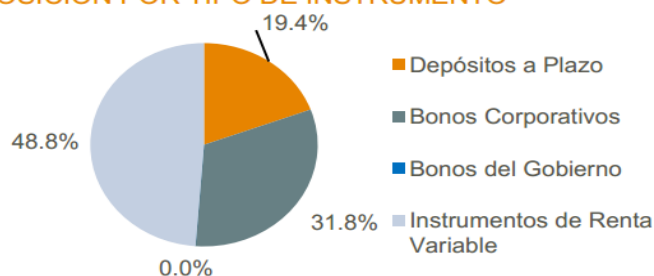
**CUADRO N° 30**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Equilibrado**

PRINCIPALES EMISORES	
%	FONDO
Credicorp	7%
Banco de Crédito	6%
Bancolombia	6%
Intercorp Financial Services	5%
Alicorp	5%
Luz del Sur	5%
Banco Continental	5%
Edelnor	5%
Hunt Oil Company	4%
Cía. de Minas Buenaventura	4%
Otros Emisores	48%
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>

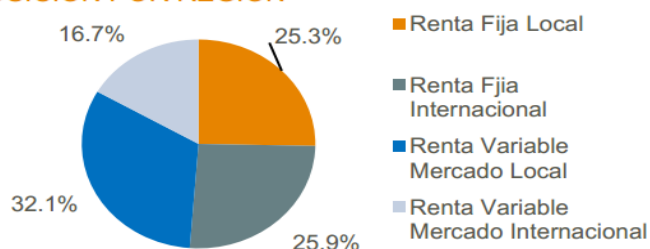
Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

**GRÁFICA N° 28**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Equilibrado**

**EXPOSICIÓN POR TIPO DE INSTRUMENTO**



**EXPOSICIÓN POR REGIÓN**



Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

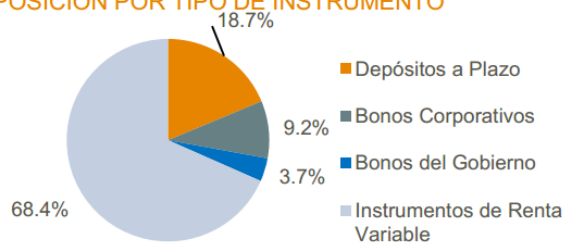
**CUADRO N° 31**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Crecimiento Soles**

PRINCIPALES EMISORES	
%	FONDO
Credicorp	10%
Luz del Sur	9%
Alicorp	8%
Edelnor	8%
Cía. de Minas Buenaventura	6%
Intercorp Financial Services	6%
Banco Continental	5%
Cementos Pacasmayo	5%
Banco de Crédito	4%
Gobierno Perú	4%
Otros Emisores	35%
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>

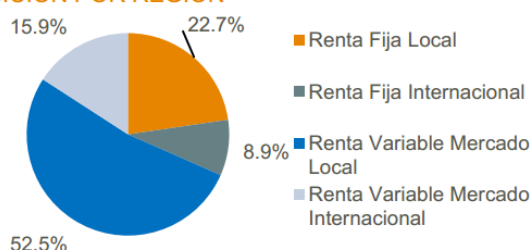
Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

**GRÁFICA N° 29**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Crecimiento Soles**

**EXPOSICIÓN POR TIPO DE INSTRUMENTO**



**EXPOSICIÓN POR REGIÓN**



Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

**Fondos de renta variable.** Se trata de fondos de inversión que invierten, principalmente, en activos de renta variable, principalmente acciones de diferentes emisores o empresas cotizadas en los mercados financieros mundiales. Por tanto, se trata de fondos cuya inversión está sometida a los riesgos existentes en los mercados financieros de renta variable o bolsas mundiales, los cuales son bastante elevados.

Estos fondos se suelen especializar en muy diversas modalidades según sea su política de inversión: fondos que invierten en determinados mercados desarrollados o emergentes o en determinadas empresas que forman parte de los índices bursátiles; fondos que invierten en sectores específicos; fondos que invierten en determinados tipos de empresas, según tamaño, tipo de gestión, o comportamiento ético, fondos que asumen elevados riesgos puesto que utilizan en su operativa instrumentos financieros derivados, etc.



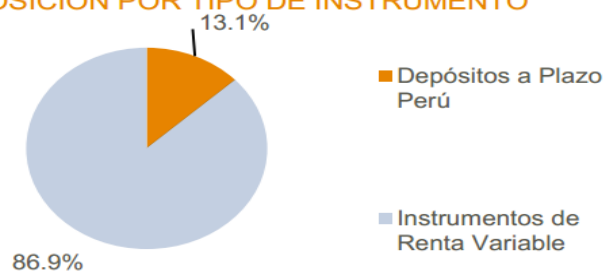
**CUADRO N° 32**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones Soles**

PRINCIPALES EMISORES	
%	FONDO
Credicorp	13%
Alicorp	11%
Luz del Sur	9%
Edelnor	9%
Banco de Crédito	8%
Cía. de Minas Buenaventura	8%
Cementos Pacasmayo	7%
Banco Continental	6%
Energía del Sur	5%
Unión Andina de Cementos	4%
Otros Emisores	20%
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>

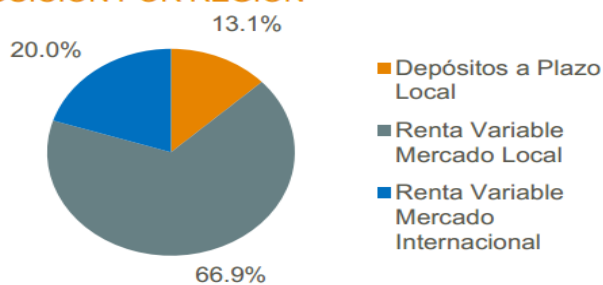
Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

**GRÁFICA N° 30**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones Soles**

**EXPOSICIÓN POR TIPO DE INSTRUMENTO**



**EXPOSICIÓN POR REGIÓN**



Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

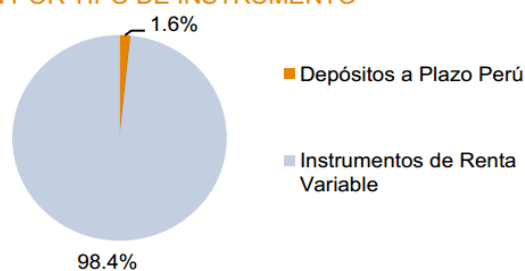
**CUADRO N° 33  
BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones**

PRINCIPALES EMISORES	
%	FONDO
Credicorp	14%
Intercorp Financial Services	11%
Alicorp	10%
Luz del Sur	10%
Edelnor	9%
Cía. de Minas Buenaventura	8%
Southern Copper	6%
Cementos Pacasmayo	5%
Energía del Sur	5%
Unión Andina de Cementos	4%
Otros Emisores	18%
Total	100.00%

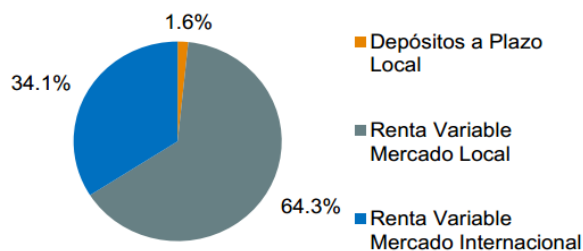
Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

**GRÁFICA N° 31  
BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones**

**EXPOSICIÓN POR TIPO DE INSTRUMENTO**



**EXPOSICIÓN POR REGIÓN**



Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

CUADRO N° 34

BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones Cóndor

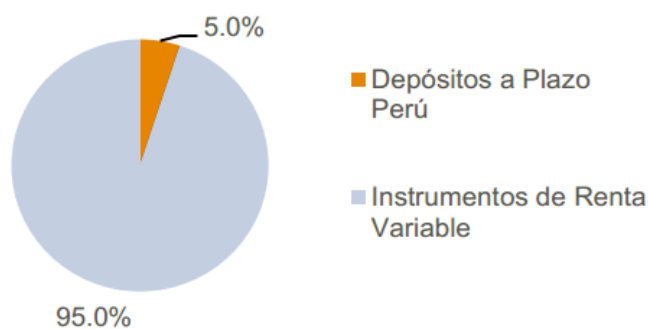
PRINCIPALES EMISORES	
%	FONDO
Credicorp Ltd	8%
SACI Falabella	7%
Grupo Mexico SAB de CV	5%
Empresas COPEC SA	5%
Enersis SA	5%
Bancolombia SA	4%
Cementos Argos SA	4%
Empresa Nacional de Electricidad SA/Chile	4%
Otros	58%
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

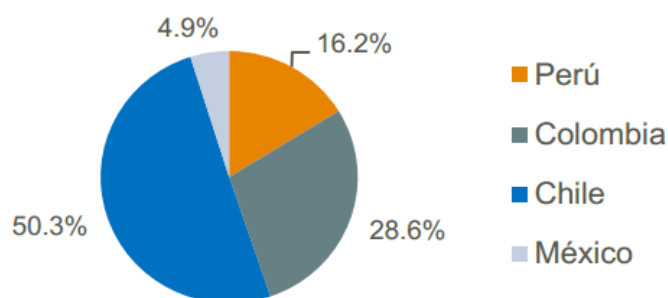
GRÁFICA N° 32

BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones Cóndor

EXPOSICIÓN POR TIPO DE INSTRUMENTO



EXPOSICIÓN POR REGIÓN



Fuente: Boletín informativo BCP 2015.



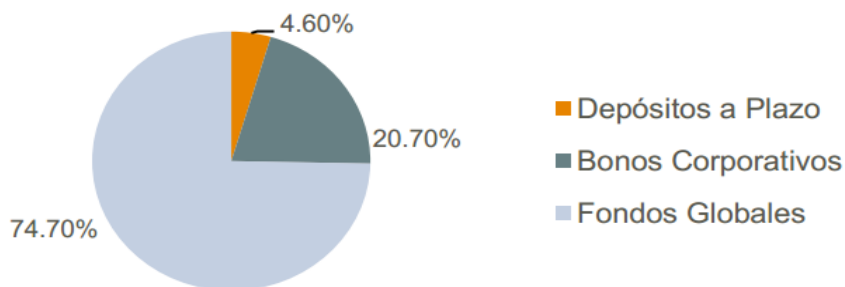
## BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Deuda Global

PRINCIPALES EMISORES	
%	FONDO
Axa World Funds - US High	14.90%
Nomura US High Yield Bond Fund	14.90%
Robeco High Yld BD-IUSD	14.70%
Banco de Crédito	6.70%
JPM EM Investment Grade Bond	6.10%
Pictet - Global Emerging Debt	5.70%
Candriam Bond Emerging Market	5.40%
BGF Emerging Market Bond	5.20%
Fidelity Asian Bond Fund	3.90%
Invesco US Senior Loan H	3.90%
Otros Emisores	18.60%
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>

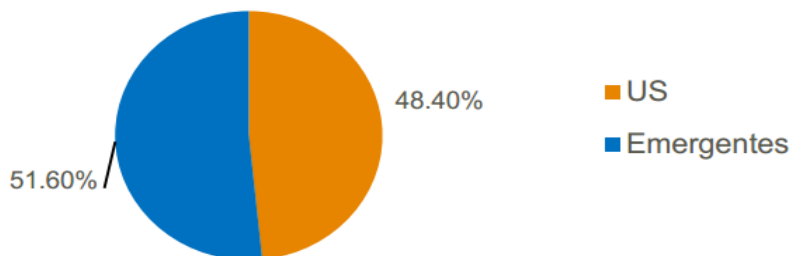
Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

### GRÁFICA N° 33 BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Deuda Global

#### EXPOSICIÓN POR TIPO DE INSTRUMENTO



#### EXPOSICIÓN POR REGIÓN



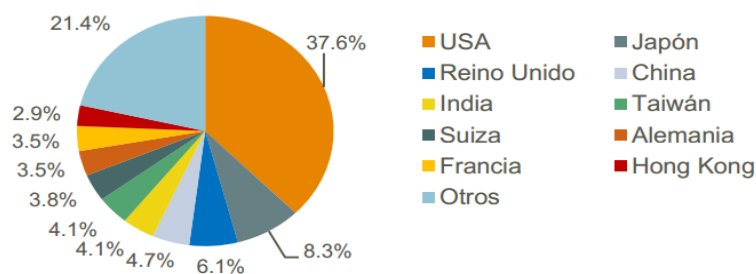
Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

**CUADRO N° 35**  
**BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ Acciones Global**

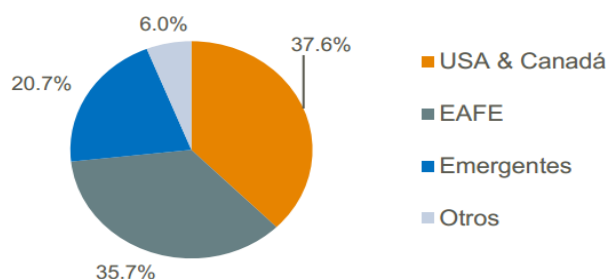
<b>PRINCIPALES EMISORES</b>	
<b>%</b>	<b>FONDO</b>
Vanguard Total Stock Market ETF	11%
SPDR S&P 500 ETF Trust	11%
Vanguard S&P 500 ETF	11%
Schroder International Selection Fund - Asian Opportunities	10%
iShares MSCI EAFE ETF	9%
iShares Core MSCI EAFE ETF	9%
iShares MSCI Emerging Markets ETF	7%
Allianz Europe Equity Growth	7%
Financial Select Sector SPDR Fund	5%
WisdomTree Japan Hedged Equity Fund	3%
Aberdeen Global - Indian Equity Fund	2%
iShares MSCI Taiwan ETF	2%
Otros	13%
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

**EXPOSICIÓN POR PAÍS**



**EXPOSICIÓN POR REGIÓN**



Fuente: Boletín informativo BCP 2015.

Los cuadros y gráficos anteriormente mostrados se realizaron con la finalidad de dar a conocer como es que trabajan los fondos mutuos, es decir en que invierten, en donde invierten y que tipo de moneda utilizan, todo esto para brindar toda la información posible a los inversionistas y brindar tranquilidad y confianza sobre el uso de su dinero.

### 1.11. PLAN DE COMUNICACIÓN

El plan de comunicación es un documento que recoge las políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación, tanto interna como externa, que se propone realizar una organización. Contar con una ayuda a organizar los procesos de comunicación y guía el trabajo comunicativo. Además de facilitar la orientación y evitar la dispersión a la que puede llevarnos el trabajo día a día, el plan promueve el seguimiento y la evaluación de estos procesos, lo que nos hace cuestionarnos continuamente y buscar mayor calidad. Es recomendable que esta herramienta no acabe constituyéndose como una pauta estanca y limitadora, sino una guía de principios y propuestas flexible y adaptable. Elementos ¿Qué fases debemos seguir para diseñar nuestro plan de comunicación?

- **Elementos**

¿Qué fases debemos seguir para diseñar nuestro plan de comunicación?

Según los esquemas clásicos de la comunicación, este proceso comprende varios elementos: el mensaje, al menos dos figuras emisoras y receptoras, el contexto, el ruido, el código en el que está difundido el mensaje y el canal o vía de comunicación. Teniendo en cuenta estos elementos, podemos hacernos varias preguntas básicas:

- ¿Qué hay que decir?
- ¿Quién debe decirlo?
- ¿A quién?
- ¿A través de qué medios y con qué frecuencia?
- ¿En qué contexto?

- ¿Qué respuesta queremos provocar?

Con estas preguntas podemos configurar el siguiente esquema de diseño de una estrategia de comunicación:

- Determinar qué queremos conseguir, cuáles son nuestros objetivos.
- Decidir a quién vamos a dirigir nuestra comunicación.
- Pensar cuál es la idea que queremos transmitir.
- Fijar el presupuesto con el que contamos.
- Seleccionar los medios apropiados y su frecuencia de utilización.
- Ejecutar el plan de medios y medir su impacto.

Fuente: Plataforma de voluntariado de España – Departamento de comunicación. Proyecto de consultoría.



- **Fase 1: Análisis**

Antes de plantearnos unos objetivos o reflexionar sobre el público objetivo de nuestra comunicación, debemos analizar a nuestra propia entidad y su situación comunicativa. Podríamos empezar realizándonos la siguiente batería de pregunta sobre nuestra organización:

¿Con qué recursos materiales cuenta la entidad? Sede, equipos informáticos, conexión a Internet, biblioteca, fotocopidora, etc.

¿Con qué recursos humanos se cuenta? ¿Son los idóneos? ¿Cuántas personas forman parte del equipo de comunicación? ¿Hemos contratado una empresa externa? ¿Estas personas son voluntarias o están remuneradas?

¿Qué perfil tienen las personas que forman el equipo de comunicación? ¿Tienen formación universitaria y experiencia, sólo tienen algunas nociones de comunicación, cómo se manejan con herramientas de Internet? ¿Hará falta alguna formación específica?

¿Cuáles de los proyectos que se realizan requerirán de un apoyo de comunicación externa o/y interna?

¿Qué herramientas se han utilizado hasta ahora en la comunicación? Notas de prensa, ruedas de prensa, página web, blogs, cartelería, etc... Hagamos una recopilación y analicemos.

¿Qué es lo que funciona y qué es lo que no ha funcionado hasta ahora en cuanto a comunicación? ¿Cuáles son las principales dificultades a las que nos enfrentamos? Falta de motivación, recursos humanos o materiales, conocimientos, ausencia de cultura participativa, etc.

- **Fase 2: Objetivos**

Tenemos que tener claro qué nos proponemos conseguir con las actividades de comunicación que queremos llevar a cabo. Cuanto más

claramente lo definamos, mejor podremos evaluar después el éxito de la campaña.

Es preciso que estén cuantificados para poder efectuar controles y saber en qué medida se han alcanzado.

Han de ser realistas, alcanzables.

- **Fase 3: Público**

Una vez definidos los objetivos que queremos alcanzar con la comunicación, el paso siguiente sería determinar a quién vamos a dirigir esta comunicación. Posibles destinatarios y destinatarias de nuestra comunicación pueden ser los beneficiarios de nuestra actividad, las voluntarias y los voluntarios que colaboran con nosotros, nuestros socios, socias, colaboradoras o colaboradores, la sociedad... Tenemos que conocer el público al que nos dirigimos para diseñar, en cada caso, la estrategia de comunicación más adecuada. Cuál sea el público al que nos dirigimos condiciona tanto los canales a utilizar como el propio mensaje que vamos a transmitir. No sólo es interesante procurar desarrollar un conocimiento riguroso del público destinatario, sino también de los medios y mediaciones que harán posible cada campaña. Nos referimos a los medios de comunicación, la Administración, grupos y líderes de la comunidad que pueden apoyar nuestras acciones, objetivos y contenidos de las políticas relacionadas con nuestros proyectos, etcétera.

- **Fase 4: Mensaje**

Una vez definidos los objetivos de la campaña y a quién va a ir dirigida, se ha de decidir cuál es la idea que se quiere transmitir.

Es conveniente reflexionar sobre el mensaje general de la entidad y los mensajes específicos, considerando los públicos y contenidos de la comunicación. Sobre el mensaje general que transmite nuestra entidad, podemos establecer varios estilos de comunicación hacia los que tienden las organizaciones:

Comunicación vertical. El gabinete de comunicación o la junta directiva deciden las pautas y ejecutan las acciones comunicativas.

Horizontal. Se implica a muchas personas (tanto personal voluntario como remunerado) en el uso de herramientas comunicativas.

Improvisada. El volumen diario de trabajo no permite trabajar mejor la comunicación.

Organizada. Existe un plan de comunicación, herramientas, formación en su uso y/o una imagen corporativa cuidada.

Institucional. Se procura dar una imagen seria.

Informal. El lenguaje es cercano, a veces divertido. Huye de excesivas formalidades.

Diversa. Los mensajes reflejan la situación del colectivo con el que se trabaja, voluntarias y voluntarios, familiares, etc.

No diversa. Los mensajes reflejan el trabajo del personal de la entidad.

Competitiva. No se menciona al resto de organizaciones que trabajan en este ámbito o Cooperativa.

Se trata de reflejar cómo trabajan el resto de entidades en este campo.

Como vemos, con los mensajes de nuestras notas de prensa o los contenidos de nuestra web podemos reflejar de muy diferentes formas cómo es nuestra entidad, llegando incluso a dañar su imagen.

Además, sobre cada uno de los mensajes podemos dar una visión informativamente:

Catastrofista. Priorizamos la descripción de los graves problemas que sufre nuestro colectivo, creando alarma social.

Contextual. Explicamos detalladamente las causas de situaciones de pobreza, exclusión o explotación.

Proactiva. Aportamos en cada mensaje propuestas para mejorar la situación contra la que luchamos.

- **Fase 5: Presupuesto**

Tenemos que saber de qué financiación disponemos para cada acción concreta y también qué recursos humanos será preciso dedicarle a la campaña de comunicación. No es imprescindible disponer de un presupuesto elevado para poner en marcha un buen plan de comunicación.

- **Fase 6: Plan de medios**

Esta fase hace referencia a los canales a través de los cuales haremos nuestra comunicación. En este punto es importante conocer los hábitos del público objetivo al que dirigimos nuestra comunicación, los lugares que frecuenta, las radios que escucha, las revistas que lee, etc.

Como se afirma en la guía “Cómo mejorar e incrementar nuestra presencia en los medios de comunicación”, la elección de los medios condiciona la información. Los grandes principios de la elección consisten en valorar los medios posibles y eliminar aquellos que se considere como imposibles, por su coste o no adecuación en referencia a los objetivos, el mensaje y el público.

Es conveniente escoger un medio básico y establecer, en torno a éste, una combinación de otros medios.

En la selección de los medios se debe considerar que las características particulares de cada uno (ideología, tipo de mensajes y número y tipo de audiencia) van a estar fuertemente determinadas por el soporte técnico que utiliza.

La guía antes citada identifica los siguientes elementos diferenciadores:

**Agendas informativas:** Constituyen la principal fuente de información para el resto de medios. Tienen una gran capacidad de difusión de la



información. Suelen recibir y transmitir noticias de manera permanente.

**Medios impresos:** Incluyen información más extensa y reflexiva que los audiovisuales. La prensa tiene lectores regulares.

La organización de los periódicos permite que los lectores tengan un conocimiento sumario o superficial simplemente leyendo los titulares y cabeceras.

Dispone de secciones fijas.

Proporciona información y entretenimiento.

Contribuyen a formar la opinión pública.

Su mensaje tiene escasa duración en la memoria, pero es más permanente que el de los mensajes audiovisuales u orales.

Las revistas tienen una circulación más amplia que los periódicos.

Tratan temas con mayor profundidad y aportan más material de fondo.

Son más selectivas para publicar material.

Ofrecen más oportunidades a escritos creativos e imaginativos.

Tienen avidez de fotografías, ilustraciones y otro material gráfico. Debemos recordar esto al remitirles documentación.

**Medios audiovisuales:** Las noticias son más cortas y superficiales y responden a la inmediatez de la actualidad. Su audiencia es más heterogénea. La información transmitida suele ser difundida de manera inmediata. Exigen con frecuencia la comparecencia ante las cámaras o micrófonos, por lo que es importante la figura del portavoz de la entidad.

Responden más al entretenimiento que a la información.

Tienen límites de profundidad del tratamiento de la información.

La radio se caracteriza por la proximidad al receptor. Es amable, informal,

íntima y oportuna.

**Medios digitales:** Están disponibles 24 horas al día sin barreras geográficas y con un coste muy reducido. En principio, no tienen límites de extensión. No suelen tener periodicidad, se publica de inmediato.

Existe un gran abanico de micromedios ciudadanos y la posibilidad de generar márketing viral entre ellos con campañas atractivas.

### **La información puede ser multimedia.**

Tienen la capacidad de fomentar la participación y reacción de quien lee los contenidos.

Los canales de comunicación que se suelen contemplar dentro del plan de medios pueden ser personalizados (envíos publicitarios fuera o dentro de Internet, encarte de material en envíos ajenos, márketing telefónico y relaciones públicas) o por canales masivos. Éstos son los que se utilizan cuando no se conoce personalmente a las personas destinatarias o se quiere llegar a un público muy amplio en poco tiempo. En general, el plazo de respuesta acostumbra a ser más largo.

- **Fase 7: Ejecución y evaluación**

Es preciso que durante y al finalizar la campaña comprobemos si hemos cumplido o no los objetivos que nos habíamos propuesto alcanzar con ella, y las razones por las que se han cumplido o no dichos objetivos. Para hacer esto podemos ayudarnos de indicadores como pueden ser número de visitas a nuestra página web (instalando una herramienta de estadísticas), número de contactos realizados, apariciones en prensa, tono de las apariciones, comentarios y otros tipos de participaciones que nos lleguen, calidad y número de esas participaciones, etc. También debemos evaluar habitualmente si el plan de comunicación es correcto o debemos adaptarlo.

## 1.12. Las estrategias de Comunicación

### a) Canales de Comunicación Convencionales:

Se define canal de comunicación como el medio a través del cual se emite el mensaje desde el emisor al receptor. En la comunicación entre personas se utiliza normalmente el canal oral-auditivo o el gráfico visual. Existen tres tipos de Canales de Comunicación:

- **Canal Personal:**

Hace referencia a la comunicación cara a cara, cuando dos individuos se comunican, o cuando se comunican con un público, vía telefónica o correos.

El éxito que se le atribuye a estos canales se debe básicamente a la posibilidad de trato individualizado y la retroalimentación. A través de este tipo de canales se establece una comunicación directa entre el emisor y el receptor del mensaje, ya sea a través de entrevistas cara a cara, por teléfono, por correo convencional, correo electrónico y mensajería instantánea, videoconferencia, etc. Ya que el receptor puede plantear cualquier duda u objeción la comunicación se puede realizar con altos niveles de interactividad.

Este canal es muy flexible y persuasivo, ya que el emisor puede adecuarse a las objeciones del receptor, y de esta manera llegar a un acuerdo en donde ambos se vean beneficiados.

- **Canal no personal:**

Son aquellos que no cuentan con mayor nivel de interactividad, los más destacados son:

1. Medio Impreso (periódicos, revistas)
2. Medio masivo de comunicación (televisión, radio)
3. Medios masivos de exhibición (cartelera)

Con la excepción del correo convencional, la televisión digital e Internet, que ofrecen una vía de retorno con la que el receptor puede transmitir directamente su respuesta al mensaje comercial, la mayoría de los canales impersonales no permiten esta opción, de modo que la audiencia hace llegar sus respuestas a través de otros medios: mensajes de texto transmitidos por telefonía móvil, llamadas a un centro de atención telefónica, mensajes por correo electrónico, etc.

La velocidad a la que la audiencia procesa la información, el nivel de saturación publicitaria y la imagen que suscita entre el público objetivo varían considerablemente de un canal de comunicación a otro, lo que tiene implicaciones adicionales para las empresas. Los mensajes detallados, extensos y complejos se transmiten de modo más efectivo a través de aquellos canales cuyos contenidos son procesados con mayor detenimiento (medios gráficos, correo convencional, medio exterior o web), mientras que los medios audiovisuales (como la radio y la televisión) son más adecuados para la difusión de mensajes breves, con los que, meramente, se pretende captar la atención del público objetivo.

La saturación publicitaria que sufren algunos soportes, especialmente los televisivos, requiere de un esfuerzo suplementario por destacar, lo que lleva a la utilización de aproximaciones creativas (basadas en el humor, la sorpresa, testimonios de famosos, etc.) con las que atraer el interés de la audiencia. Además, la imagen del soporte o vehículo específico para la comunicación, que estará determinada por el tipo de contenidos que aborda, por las emociones, positivas o negativas, que de éstos se desprende, etc., puede influir en las respuestas del mensaje.

- **Canal interactivo y de amplio alcance:**

Recurren a la tecnología de la televisión digital o a internet para poner en contacto a la empresa con un elevado número de interlocutores.

A través de estos canales, y de internet especialmente se pasa un modelo de comunicación en la cual el anunciante habla y los clientes escuchan, lo cual es propio de las comunicaciones publicitarias tradicionales en medios

masivos.

En estos casos, la audiencia puede llegar, directamente y en tiempo real, sus respuestas a los mensajes de la empresa bajo la forma de preguntas, opiniones, formularios electrónicos cumplimentados, pedidos del producto, etc. Esta retroalimentación ayuda a la empresa a mejorar su oferta de valor y sus mensajes, y a agilizar sus comunicaciones en el mercado. A su vez, le proporciona la oportunidad de realizar comunicaciones específicas a los clientes actuales con las que favorecer su lealtad a la marca (a través del recuerdo al consumidor de las experiencias satisfactorias con el producto, nuevas sugerencias de uso, etc.).

### **1.1.1. INVERSORES DE FONDOS MUTUOS**

El inversionista es aquella persona que invierte una cantidad de dinero para generar algún tipo de ganancia, el inversor de fondos mutuos es aquella persona que tiene ciertas características, como sabemos no todos los fondos mutuos tienen la misma volatilidad y riesgo de inversión.

- **Inversionista de alto riesgo**

Normalmente los “inversionistas de alto riesgo” no tienen ahorros, si ellos tienen algún dinero disponible lo van a invertir para generar más dinero en el tiempo.

Siempre están invirtiendo el dinero que llega a sus manos, y si les pregunta cuánto dinero tienen ahorrado en alguna cuenta bancaria, probablemente le responderán que no tienen dinero disponible, pero esto no les preocupa, porque ellos prefieren ‘mover su dinero’ sin importarles el nivel de riesgo, muchas veces es del 100%.

- **Inversionista de Riesgo Mínimo**

Existen personas que no les gusta arriesgar lo que con tanto esfuerzo han logrado a lo largo de los años. Este tipo de personas suelen tener su dinero en cuentas de ahorro o cuentas a plazo fijo.

Normalmente los porcentajes de interés son bajos pero estables, no varía mucho con los años.

- **Inversionista de Riesgo Moderado**

Este tipo de personas son un punto medio entre los inversionistas de riesgo mínimo y los de riesgo alto, este es el perfil de inversionistas que optan por los fondos mutuos con mayor frecuencia.

- **Inversionista de Riesgo Cero**

La idea de vivir tranquilo y sin mayores preocupaciones es lo que buscan este tipo de personas, tener su dinero en una cuenta de ahorros y nada más.

Conociendo lo anterior mencionado, esta investigación busca en captar la atención de tres tipos de inversionistas, inversionistas de alto riesgo, inversionistas de riesgo mínimo e inversionistas de riesgo moderado.

### **1.13. Rangos de inversión**

Cada fondo mutuo trabaja con un tipo distinto de moneda, ya que algunos de estos invierten en soles y otros en dólares por la naturaleza de los mismos.

Los fondos mutuos tienen un monto mínimo por operación, es decir que el valor cuota mínimo es el que se presenta en el cuadro.

Además Existe un monto mínimo para mantener en cada fondo el cual presentamos en el siguiente cuadro.

### CUADRO N° 36 RANGO DE INVERSIÓN

FONDO MUTUO	INVERSIÓN INICIAL	MONTO MÍNIMO POR OPERACIÓN	SALDO MÍNIMO A MANTENER
Credicorp Capital Extra Conservador soles	S/.2,000.00	S/. 100.00	S/. 100.00
Credicorp Capital Extra conservador Dolares	S/.1,000.00	S/. 50.00	S/. 50.00
Credicorp Capital Corto Plazo Soles	S/. 2,000.00	S/. 500.00	S/. 1,000.00
Credicorp Capital Corto Plazo Dolares	S/. 1,000.00	S/. 250.00	S/.500.00
Credicorp Capital Conservador Mediano Plazo Soles	S/. 2,000.00	S/. 100.00	S/. 100.00
Credicorp Capital Conservador Mediano Plazo Dolares	S/. 1,000.00	S/. 50.00	S/. 50.00
Fondo de Fondos Credicorp Capital Deuda LATAM	S/. 1,000.00	S/. 50.00	S/. 50.00
Credicorp Capital Moderado Soles	S/. 2,000.00	S/. 500.00	S/. 1,000.00
Credicorp Capital Moderado Dolares	S/. 1,000.00	S/. 250.00	S/. 500.00
Credicorp Capital Equilibrado Soles	S/. 2,000.00	S/. 500.00	S/. 1,000.00
Credipor Capital Equilibrado Dolares	S/. 1,000.00	S/. 250.00	S/. 500.00
Credicorp Capital Crecimiento Soles	S/. 2,000.00	S/. 500.00	S/. 1,000.00
Credicorp Capital Acciones Soles	S/. 2,000.00	S/. 500.00	S/. 1,000.00
Credicorp Capital Acciones Dolares	S/. 1,000.00	S/. 250.00	S/. 500.00
Credicorp Capital Acciones Condor	S/. 1,000.00	S/. 250.00	S/. 500.00
Fondo de Fondos Credicorp Capital Deuda Global	S/. 1,000.00	S/. 250.00	S/. 500.00
Credicorp Capital Acciones Global	S/. 1,000.00	S/. 250.00	S/. 500.00

Fuente: Elaboración Propia.

#### 1.14. Perfil del inversionista

El perfil del inversionista es aquella persona que tiene ganancia o genera utilidad al final del mes para posteriormente invertir en algo que le genere mayor utilidad.

La investigación busca captar 3 tipos de inversionistas:

- **Inversionista de alto riesgo**

Normalmente los “inversionistas de alto riesgo” no tienen ahorros, si ellos tienen algún dinero disponible lo van a invertir para generar más dinero en el tiempo.

Siempre están invirtiendo el dinero que llega a sus manos, y si les pregunta cuánto dinero tienen ahorrado en alguna cuenta bancaria, probablemente le responderán que no tienen dinero disponible, pero esto no les preocupa, porque ellos prefieren 'mover su dinero' sin importarles el nivel de riesgo, muchas veces es del 100%.

- **Inversionista de Riesgo Mínimo**

Existen personas que no les gusta arriesgar lo que con tanto esfuerzo han logrado a lo largo de los años. Este tipo de personas suelen tener su dinero en cuentas de ahorro o cuentas a plazo fijo.

Normalmente los porcentajes de interés son bajos pero estables, no varía mucho con los años.

- **Inversionista de Riesgo Moderado**

Este tipo de personas son un punto medio entre los inversionistas de riesgo mínimo y los de riesgo alto, este es el perfil de inversionistas que optan por los fondos mutuos con mayor frecuencia.

### **1.15. Evaluación del estrato socio económico de los inversionistas**

Los inversionistas en fondos mutuos son en su gran mayoría del sector AB de Arequipa.

- **Perfil Educativo y Ocupacional del Jefe de Familia**

En este segmento el Jefe de Familia tiene en promedio un nivel educativo de Licenciatura o mayor. Los jefes de familia de nivel AB se desempeñan como grandes o medianos empresarios (en el ramo industrial, comercial y de servicios); como gerentes, directores o destacados profesionistas. Normalmente laboran en importantes empresas del país o bien ejercen independientemente su profesión.



- **Perfil del Hogar**

Los hogares de las personas que pertenecen al nivel AB son casas o departamentos propios de lujo que en su mayoría cuentan con 6 habitaciones o más, dos 2 ó 3 baños completos, el piso de los cuartos es de materiales especializados distintos al cemento y todos los hogares de este nivel, tienen boiler.

En este nivel las amas de casa cuentan con una o más personas a su servicio, ya sean de planta o de entrada por salida.

Los hijos de estas familias asisten a los colegios privados más caros o renombrados del país, o bien a colegios del extranjero.

- **Artículos que posee**

Todos los hogares de nivel AB cuentan con al menos un auto propio, regularmente es del año y algunas veces de lujo o importados, y tienden a cambiar sus autos con periodicidad de aproximadamente dos años. Los autos usualmente están asegurados contra siniestros.

- **Servicios**

En lo que se refiere a servicios bancarios, estas personas poseen al menos una cuenta de cheques (usualmente el jefe de familia), y tiene más de 2 tarjetas de crédito, así como seguros de vida y/o de gastos médicos particulares.

- **Diversión/Pasatiempos**

Las personas de este nivel asisten normalmente a clubes privados. Suelen tener casa de campo o de tiempo compartido. Además, más de la mitad de la gente de nivel alto ha viajado en avión en los últimos 6 meses, y van de vacaciones a lugares turísticos de lujo, visitando al menos una vez al año el extranjero y varias veces el interior de la república. La televisión ocupa parte del tiempo dedicado a los pasatiempos, dedicándole menos de dos horas diarias.

## 1.16. Aceptación de los productos

## 1.17. Nivel de aceptación

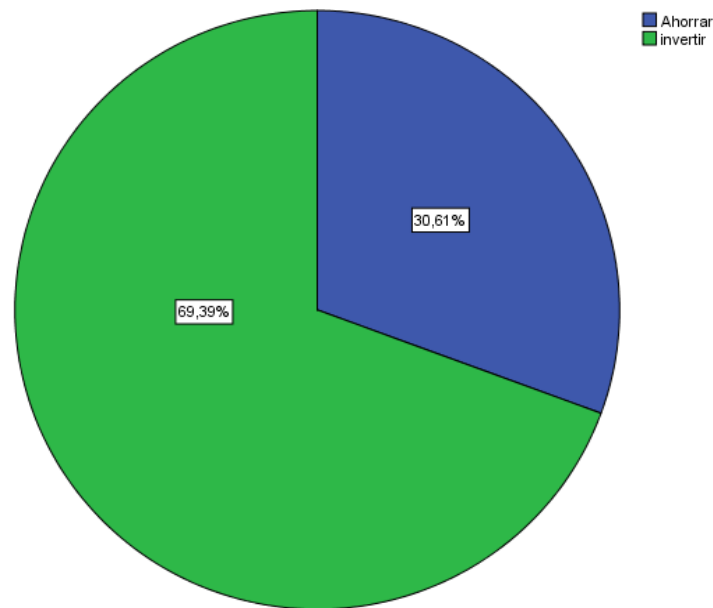
La encuesta realizada se hizo con la finalidad de conocer rasgos y tendencias específicas de los potenciales inversores, la encuesta realizada consta de 10 preguntas muy claras, cuyas respuestas ayudaran con la investigación para poder realizar un adecuado plan de comunicación.

Las preguntas realizadas son las siguientes:

- ¿Usted prefiere ahorrar o invertir su dinero?
- ¿Qué moneda usa?
- ¿En qué prefiere invertir?
- ¿En qué banco confiaría para invertir su dinero?
- ¿Conoce que es un fondo mutuo?
- ¿Estaría interesado en comenzar a invertir sus ahorros?
- ¿Si conocieras cual es la rentabilidad histórica de los fondos mutuos consideraría invertir en ellos?
- ¿Le parece importante saber en cuanto tiempo puede ver ganancias o pérdidas, para tomar una decisión de inversión?
- ¿Le gustaría saber en que invierte el banco para generar ganancias?
- ¿Mediante qué medio le gustaría recibir información sobre su inversión?

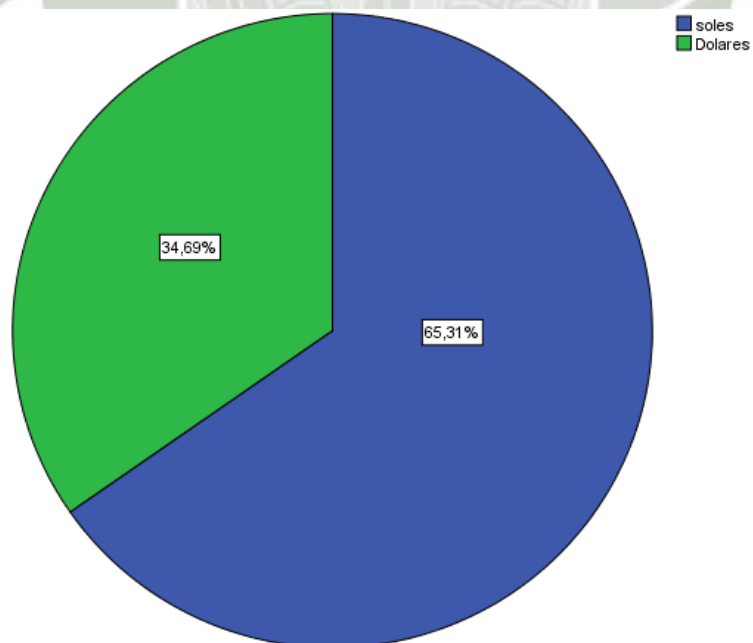
Los resultados de la encuesta realizada arrojaron resultados muy útiles a la hora de la toma de decisiones para formular un plan de comunicación.

**GRÁFICA N° 34**  
**Prefiere invertir o ahorrar**



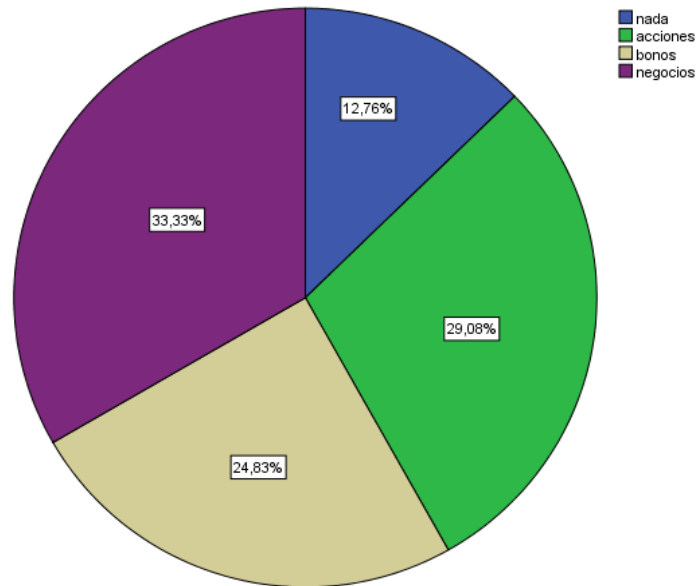
Fuente: Elaboración Propia.

**GRÁFICA N° 35**  
**Que moneda usa**



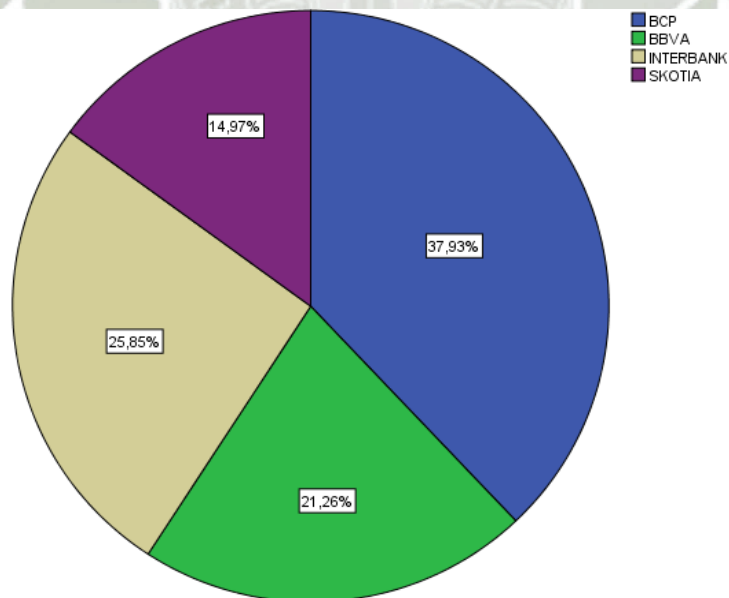
Fuente: Elaboración Propia.

**GRÁFICA N° 36**  
**En que prefiere invertir**



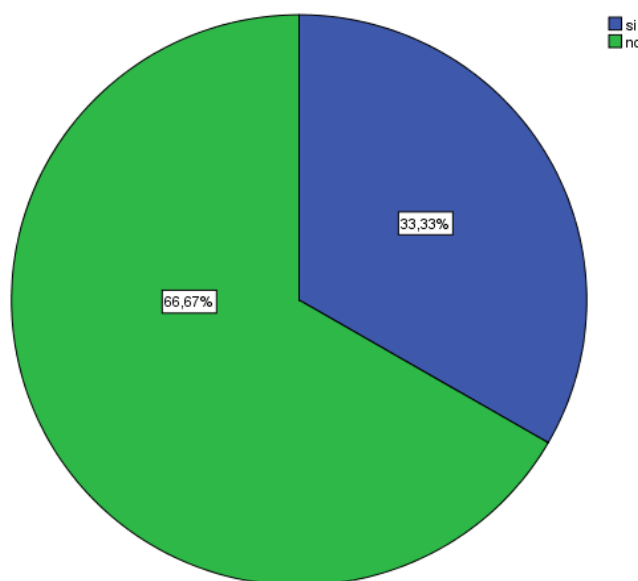
Fuente: Elaboración Propia.

**GRÁFICA N° 37**  
**Gráfica En que banco confiaría para invertir su dinero**



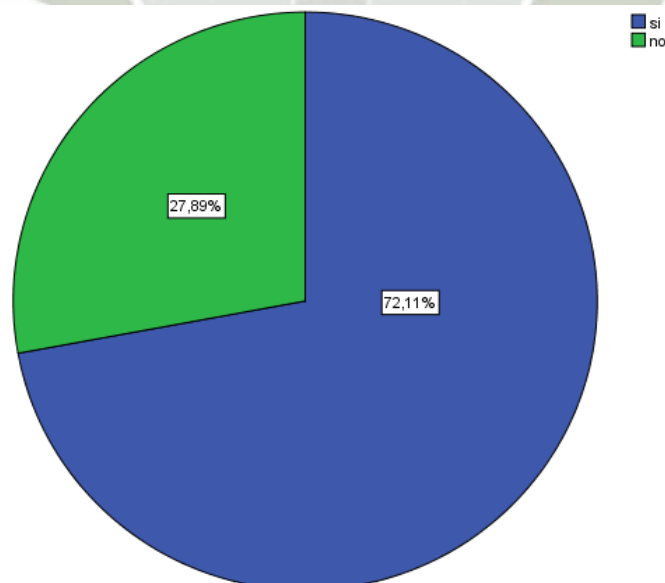
Fuente: Elaboración Propia.

**GRÁFICA N° 38**  
**Conoce que es un fondo mutuo**



Fuente: Elaboración Propia.

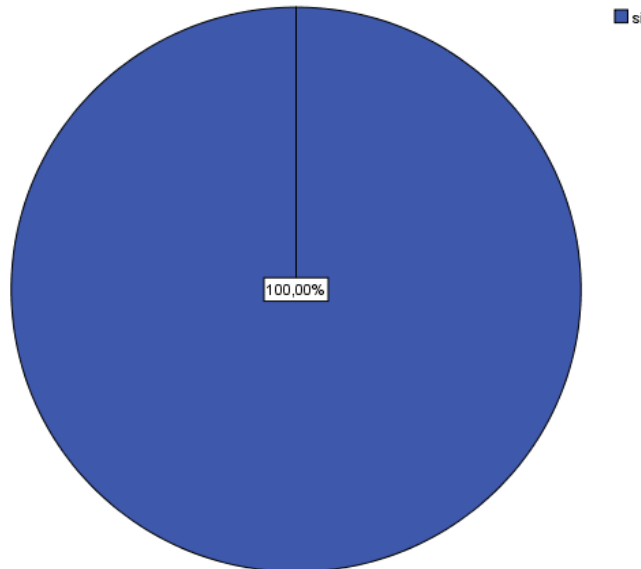
**GRÁFICA N° 39**  
**¿Si conocieras cual es la rentabilidad histórica de los fondos mutuos  
considerarías invertir en ellos?**



Fuente: Elaboración Propia.

### GRÁFICA N° 40

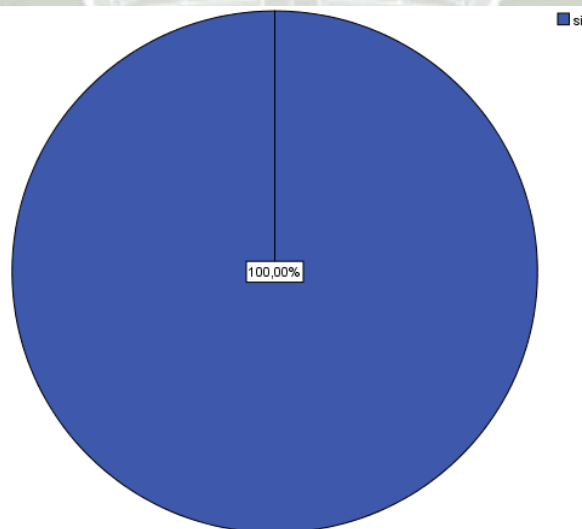
¿Le parece importante saber en cuanto tiempo puede ver ganancias o pérdidas, para tomar una decisión de inversión?



Fuente: Elaboración Propia.

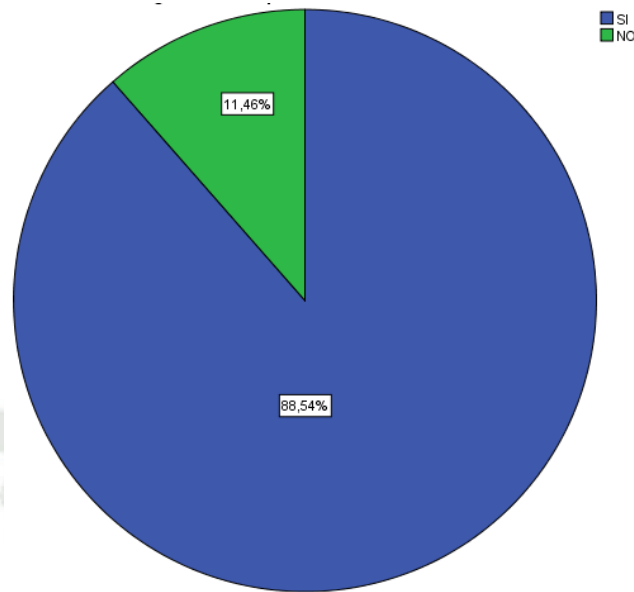
### GRÁFICA N° 41

¿Te gustaría saber en que invierte el banco para generar ganancias?



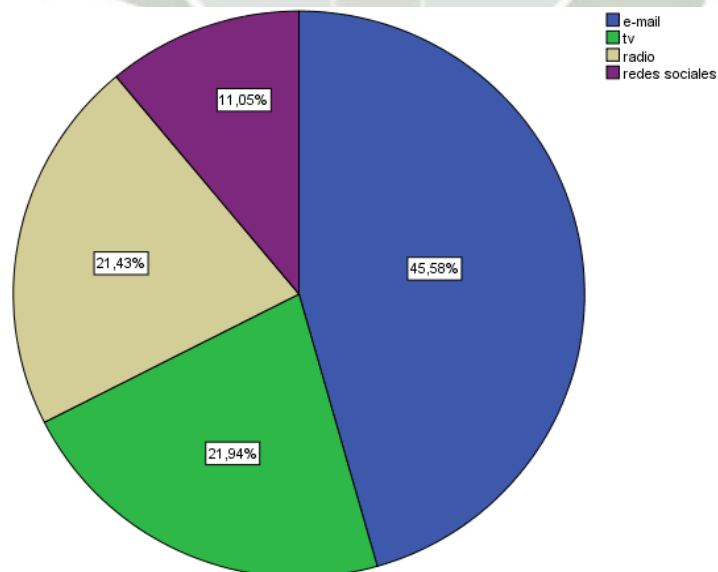
Fuente: Elaboración Propia.

**GRÁFICA N° 42**  
**Estaría interesado en comenzar a invertir su dinero**



Fuente: Elaboración Propia.

**GRÁFICA N° 43**  
**¿Mediante qué medio le gustaría recibir información sobre su inversión?**



Fuente: Elaboración Propia.

Analizando los resultados podemos notar que la mayoría de las personas que realizaron la encuesta, prefieren invertir su dinero ya que la mayoría de personas encuestadas pertenecen a una clase social alta, pero la mayoría prefiere invertir en negocios ya que ellos consideran que es algo sobre lo que pueden tener mayor control. No conocen que son los fondos mutuos ya que dicho instrumento financiero no tiene la publicidad ni el enfoque adecuado hacia el potencial mercado, y al tener información relevante estarían dispuestas a invertir en ellos ya que nadie está dispuesto a invertir su dinero a ciegas, puesto que el total de encuestados son muy desconfiados a la hora de utilizar su dinero, los encuestados también les gustaría conocer la rentabilidad histórica de los fondos, para así tener mayor seguridad al invertir, pero por otro lado también existe un pequeño grupo de personas las cuales prefieren ver resultados actuales, a estas personas no les interesa saber si el fondo fue bueno o malo, quieren ver si en su actual inversión las cosas van bien, otro detalle relevante es que después de haber realizado la encuesta notamos que de un 30% de personas que prefieren ahorrar al comienzo de la encuesta, reducimos a un 11%, ya que al realizar la encuesta los encuestados presentaban dudas y hacían preguntas que fueron respondidas de manera muy eficiente por el encuestador generando así interés. También notamos que los encuestados prefieren el banco BCP como medio para utilizar su dinero, en su mayoría por la gran cantidad de agencias y agentes en toda la ciudad, ellos explican que en cualquier momento y en cualquier lugar podrían acercarse a algún banco tanto a depositar como a retirar dinero. También notamos que las personas prefieren recibir información vía e-mail y esto se debe a la falta de tiempo, la mayoría (empresarios) tienen los tiempos muy recortados por lo tanto un plan de comunicación en medios masivos no es muy recomendado por que llegaría a más personas, mas no llegaría al mercado potencial que son los inversionistas, es por esto que la adecuada manera de llegar al mercado objetivo es mediante un canal directo persona a persona, o realizando marketing individual.



### 1.18. Recupero de la inversión

### 1.19. Tiempo de recupero de la inversión en fondos mutuos

Cada Fondo Mutuo tiene un tiempo de permanencia mínimo para no generar penalidad, y un tiempo de permanencia mínimo para poder ver la rentabilidad del fondo, en el siguiente cuadro se presentan dichos plazos.



**CUADRO N° 37**  
**TIEMPO DE RECUPERO DE LA INVERSIÓN EN FONDOS MUTUOS**

<b>FONDO MUTUO</b>	<b>PLAZO SUGERIDO DE PERMANENCIA</b>	<b>PLAZO MÍNIMO DE PERMANENCIA PARA EVITAR COBRO POR RESCATE ANTICIPADO</b>
Credicorp Capital Extra Conservador soles	3 meses	1 día
Credicorp Capital Extra conservador Dolares	3 meses	1 día
Credicorp Capital Corto Plazo Soles	6 meses	7 días
Credicorp Capital Corto Plazo Dolares	6 meses	7 días
Credicorp Capital Conservador Mediano Plazo Soles	1 año	7 días
Credicorp Capital Conservador Mediano Plazo Dolares	1 año	7 días
Fondo de Fondos Credicorp Capital Deuda LATAM	1 año	7 días
Credicorp Capital Moderado Soles	2 años	7 días
Credicorp Capital Moderado Dolares	2 años	7 días
Credicorp Capital Equilibrado Soles	3 años	7 días
Credipor Capital Equilibrado Dolares	3 años	7 días
Credicorp Capital Crecimiento Soles	4 años	7 días
Credicorp Capital Acciones Soles	5 años	30 días
Credicorp Capital Acciones Dolares	5 años	30 días
Credicorp Capital Acciones Condor	5 años	30 días
Fondo de Fondos Credicorp Capital Deuda Global	2 años	7 días
Credicorp Capital Acciones Global	5 años	30 días

Elaboración Propia.

### 1.20. Conceptualización de clientes

Cliente son los compradores o utilizadores de los productos comercializados por nuestra empresa.<sup>5</sup>

El cliente es a quien facturamos, quien nos compra, quien nos asegura el flujo sanguíneo de la empresa a través de la cifra del negocio.<sup>6</sup>

<sup>5</sup> Marketing en el S. XXI 5ta Edición – Cap. 5

<sup>6</sup> La conducta del consumidor y del cliente, José María Ferré Trenzano y Jordi Ferré Nadal,

## Comportamiento del consumidor

El comportamiento del consumidor son el conjunto de actividades que realizan las personas cuando seleccionan, evalúan y utilizan bienes y servicios, con el objeto de satisfacer sus deseos y necesidades, actividades en las que están implicados procesos mentales y emocionales, así como actividades físicas<sup>7</sup>

## CAPÍTULO II

### PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

#### 2.1. Técnicas e instrumentos

**CUADRO N° 38**  
**TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

<b>TÉCNICAS</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>
Recopilación de datos de inversión en fondos mutuos.	Matriz de histórico de datos.
Observación documental.	Ficha de observación.

Elaboración: Propia

#### 2.2. Estructuras de los Instrumentos

- Estudios preliminares bibliográficos.
- Data historia de fondos mutuos del BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ.
- Formulario Encuesta para público de sectores A, B.
- Recopilación, procesamiento y análisis de la información.

---

Cap. 1, página 2.

<sup>7</sup> Comportamiento del Consumidor, Alejandro Mollá Descals, primera edición.

## 2.3. Campo de Verificación

### 2.3.1. Ámbito

*Región:* Arequipa

*Departamento:* Arequipa

*Provincia:* Arequipa

### 2.3.2. Temporalidad

La investigación se dará durante los meses de abril y mayo del presente año 2016.

### 2.2.1 Unidades de estudio

2.3.2.1. Banco de Crédito del Perú

2.3.2.2. Inversionistas sectores A, B.

### 2.3.3. Muestra

Para el estudio cuantitativo a través de entrevistas, se asumieron los siguientes parámetros estadísticos. Usaremos la “Fórmula Infinita”, pues no se tiene conocimiento exacto del total de integrantes del universo:

- **Mercado Objetivo:** Público del sector A, B de Arequipa.
- **Grado de Confianza:** 95%
- **Margen de error:**  $\pm 5\%$
- **Fórmula:**

$$n = \frac{Z^2 p q}{e^2}$$

**Donde:**

$n$  = Tamaño de la muestra

$p$  y  $q$  = Probabilidades de Ocurrencia y de No Ocurrencia. Tendrán un valor de 0.5.

$Z$ = nivel de confianza, siendo para 95%, un valor de 1.96

De acuerdo a la fórmula para hallar el tamaño de la muestra, y teniendo en cuenta que solo se toma en cuenta el sector económico AB y C, el tamaño de la muestra sería **384 personas**.

**2.3.4. METODOLOGÍA APLICADA**

Para esta investigación se va aplicar la investigación descriptiva y la investigación Cual-cuantitativa; a través de un conjunto datos observados sobre la variación de los resultados rentables.

- Conocimiento de los fondos mutuos.
- Sobre la aceptación del fondo.
- Saber si se tendrá la aceptación, una vez dado a conocer el producto.

**2.4. Estrategia de Recolección de Datos****2.4.1. En la Preparación**

En esta fase se acopiará la información necesaria para diseñar el plan de tesis, y se empezará a formular los diversos instrumentos en los que quedará registrada la información ya sea de fuentes primarias como las secundarias

**2.4.2. En la Ejecución**

Recolección de información documental se recurrirá a Libros, Internet, Web, periódicos y revistas para buscar las publicaciones sobre el tema materia de estudio. Así también se recolectará

información financiera que el BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ pueda brindarme como ex trabajador del mismo sobre los fondos mutuos.

### 2.4.3. En la evaluación

La información en presentación se analizará y se llevará a cabo la interpretación de los resultados sobre todo aquella información acumulada a través de las fuentes de información primarias, para empezar a escribir el borrador de tesis para su posterior presentación.



## 2.5. Recursos Necesarios

### 2.5.1. Recursos Humanos

El responsable de la investigación

### 2.5.2. Recursos Materiales

- Laptop
- Impresora
- USB
- Cuadernos
- Lapiceros
- Papel
- Revistas y periódicos
- Servicio de fotocopiado
- Servicio de anillado y empastado
- Otros útiles de escritorio

### 2.5.3. Recursos financieros

El presente trabajo de investigación será cubierto íntegramente y todos los gastos en que se incurra para la realización del presente estudio serán cubiertos por el autor de la investigación.

Para el presente trabajo, se utilizarán los siguientes recursos financieros:

**CUADRO N° 39  
RECURSOS FINANCIEROS**

Descripción	Cantidad	Costo TOTAL
Laptop	1	S/. 1100
Movilidad	01	S/. 20
Otros	01	S/. 50
	<b>TOTAL</b>	<b>S/.1170</b>

Elaboración: Propia

**2.6. Cronograma de actividades**

**CUADRO N° 40  
CRONOGRAMA DE LA INVESTIGACIÓN**

ACTIVIDADES	Abril	Mayo	Junio/julio	Agosto/ septiembre	Noviembre
Plan de Tesis	X				
Aprobación del plan		X			
Corrección de variables		X			
Recolección de Datos		X	X		
Procesamiento de la Información			X	X	
Interpretación de resultados				X	
Borrador de tesis					X
Dictamen					X
Sustentación					X

Elaboración: Propia



## 2.7. CAPITULO III

### 2.7.1. Conclusiones

- Definir en qué FONDOS MUTUOS conviene invertir

Depende mucho del perfil del inversionista para poder decir en que fondo mutuo conviene invertir, pero se puede decir que los fondos mutuos de renta fija son aquellos que prácticamente aseguran una ganancia, que para algunos inversionistas es insignificante, mientras que para otros es suficiente.

- Analizar la reducción del riesgo de pérdida conociendo la rentabilidad histórica de los FONDOS MUTUOS

No es posible conocer el riesgo que se toma al invertir en un fondo mutuo solo conociendo la rentabilidad histórica, si bien es cierto se puede tener una idea no se puede saber cómo es que se comportara el mercado en cierto periodo de tiempo.

- Establecer la confiabilidad de decisión de inversión en un FONDOS MUTUOS según su rentabilidad histórica

Depende mucho del perfil del inversionista, es decir según la investigación realizada notamos que los fondos de renta fija son confiables, pero también sabemos que los inversionistas de alto riesgo prefieren otro tipo de fondos mutuos, por lo tanto la confiabilidad de inversión no depende del fondo mutuo en si, depende del perfil del inversionista.

- Conocer el tiempo de recupero de una inversión con el antecedente histórico

Es posible saber en cuanto tiempo puedes recuperar tu inversión inicial solo en fondos de renta fija, en fondos de renta mixta o renta variable es imposible conocer el tiempo de recupero solo conociendo la data histórica.

- Conocer cómo se aplica el repago del fondo a liquidar

Cada fondo mutuo tiene un tiempo de duración, al concluir este se ven las ganancias totales de la inversión, pero el inversionista está en la libertad de aumentar la inversión en el fondo, lo que se conoce como “repago” es decir: el inversionista puede seguir agregando montos de dinero de manera periódica al fondo que ya adquirió, y esto funciona como una cuota compuesta.

- Conocer cómo trabaja el BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ con fondos mutuos

El BANCO DE CREDITO DEL PERU ofrece tres tipos de fondos mutuos, los de renta fija, los de renta mixta y los de renta variable, cada fondo invierte en distintos instrumentos financieros, cuando un inversionista adquiere un fondo mutuo esta información se le brinda para que así el inversionista pueda estar al tanto de como invierte, en que invierte y con qué tipo de moneda se está trabajando el fondo mutuo que se adquirió.

- Conocer qué tipo de plan de comunicación sería el más conveniente para la promoción de los Fondos Mutuos

Según la encuesta que se realizó notamos que las personas prefieren recibir información vía e-mail y esto se debe a la falta de tiempo, la mayoría de potenciales inversionistas tienen los tiempos muy recortados por lo tanto un plan de comunicación en medios masivos no es muy recomendado por que llegaría a más personas, mas no llegaría al mercado potencial que son los inversionistas, es por esto que la adecuada manera de llegar al mercado objetivo es mediante un canal directo persona a persona, o realizando marketing individual así facilitamos tanto la comunicación de los fondos mutuos como la información de los mismos, cosa que es muy importante para así poder generar mayor interés.

Si bien es cierto, el enfoque de la tesis realizada se basa en dar a conocer los

fondos mutuos como instrumento de ahorro y/o inversión, notamos que promocionarlos de manera masiva no sería viable puesto que llegaría a más cantidad de personas, mas no implica que generaría una mayor rentabilidad para el banco, ya que la adquisición de los fondos mutuos es en su mayoría mas no exclusivamente de personas de la clase social B+, A y A+ ...por ende para generar ingresos hacia el BANCO DE CREDITO DE PERU, la publicidad masiva no es recomendada, la publicidad directa por otro lado es la mejor forma de promocionar los fondos debido a que los potenciales compradores son inversionistas con diferentes perfiles.

Por ejemplo

Los Fondos de Renta Fija en su mayoría son adquiridos por inversionistas de riesgo mínimo, es decir son personas que los adquieren con la finalidad de ahorrar, y aprovechando las facilidades que estos les brindan.

Los Fondos de Renta Mixta en su mayoría son adquiridos por inversionistas de riesgo moderado, estas personas son las que adquieren fondos mutuos con mayor frecuencia y aumentan el valor cuota constantemente, ya que los fondos de renta mixta generan un margen de ganancia comprobado, pero aun así pueden generar perdida, no en su totalidad pero si en un pequeño margen.

Los Fondos de Renta Variable están orientados a inversionistas de riesgo alto, ya que son aquellos que están conscientes que no verán una ganancia al menos en los 3 primeros años, y también son conscientes de que pueden perder el total de su inversión, pero eligen estos fondos por la gran cantidad de rentabilidad que representan.

El Plan de comunicación que se recomienda es el siguiente:

- Contextualización: Una vez evaluado el entorno externo eh interno, la investigación realizada revelo que el mercado potencial son personas de la clase social B+ A y A+, y tomando en cuenta la ventaja que posee el BANCO DE CREDITO DEL PERU en cuestión de presencia local tomamos eso como factor clave.

- Definición del objetivo: EL objetivo del plan de comunicación será dar a conocer los fondos mutuos como una herramienta de ahorro y/o inversión mejorando la publicidad que actualmente el BANCO DE CREDITO DEL PERU esta ofreciendo, resaltando las evidencias de que los fondos mutuos ofrecidos si generan rentabilidad por encima de otras entidades bancarias.
- EL mensaje: El mensaje debe ser claro, enfocándose en que los fondos mutuos ofrecidos por el BANCO DE CREDITO DEL PERU generan rentabilidad(evidenciándola) y también dar a conocer la facilidad de la adquisición de los mismos resaltando la cantidad de agencias que el BANCO DE CREDITO DEL PERU posee en la ciudad de Arequipa.
- La estrategia: Después de realizar la investigación concluimos que la mejor estrategia por la que se puede optar es por un plan de comunicación directo, utilizando correos electrónicos ya que es el mejor canal de llegada a los potenciales inversionistas, para así luego generar el marketing de boca a boca.

También es recomendable aplicar publicidad en redes sociales ya que estas representan el 90% de todo el tráfico informático online y es una manera de captar nuevos clientes.

- Las acciones: Se recomienda comenzar a enviar los correos electrónicos primero a los clientes potenciales es decir personas con ahorros importantes dentro del banco y que no cuenten con un fondo mutuo. También se recomienda enviar correos electrónicos a los clientes que cuenten con fondos mutuos para asi poder generar un interés en la adquisición de otros fondos mutuos(renta fija, renta mixta, renta variable), esto generaría también mayor rentabilidad al BANCO DE CREDITO DEL PERU.

Comenzar a dar información sobre los fondos mutuos de una manera más profunda brindando pruebas de la rentabilidad de los mismos en las redes sociales.

Se descarta la posibilidad del telemarketing, ya que según la investigación los potenciales compradores en su gran mayoría rechazan llamadas de números que no conocen y más aun si son de otra localidad.

Aplicando este plan de comunicación debe de aumentar el conocimiento de la gente sobre los fondos mutuos ofrecidos por el BANCO DE CREDITO DEL PERU, viéndose reflejado en el aumento de la rentabilidad de este instrumento financiero en el banco.

### 2.7.2. Hipótesis

**Dado** a que actualmente las personas buscan incrementar sus ganancias en las inversiones que realizan, y siendo los fondos mutuos una alternativa de ahorro y de inversión es importante que conozcan sus beneficios, y que las entidades que cuentan con dicho producto lo den a conocer como una alternativa real de rentabilidad y que el BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ cuenta con un producto de Fondos Mutuos rentable **es probable** que implementando un plan de comunicación podamos mejorar la rentabilidad del Banco de Crédito del Perú, y también la aceptación de este producto.

## 2.8. Bibliografía Básica

- *De Lara Haro, Alfonso; Medición y Control de Riesgos Financieros; (2da ed.). Limusa.*
- *Jorion Philippe. Valor en Riesgo. Limusa.*
- *Weston, J. Fred / Brigham, Eugene F. (1993). Fundamentos de Administración Financiera. (10 ed.). Mc Graw Hills.*
- *José María Ferré Trezano y Jordi Ferré Nadal. La conducta del consumidor y del cliente.*
- *Alejandro Mollá Descals. Comportamiento del Consumidor. (Primera edición).*
- *Marketing en el SXXI 5ta Edición.*
- **PAGINAS WEB**
  - *<http://www.bidelagun.com/wp-content/uploads/plandecomunicacion.pdf>*
  - *<http://www.masdineromejorvida.com/quiere-invertir-y-sabe-por-donde-empezar/>*
- **BOLETINES**
  - *Hojas informativas al 31-12-2015 FFMM. BCP*
  - *Boletín al 31-12-2015 FFMM. BCP*
  - *Presentacion FFMM. BCP*