



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
CONTABILIDAD**

TESIS

**GESTIÓN DE CREDITOS PARA INCREMENTAR LA
CARTERA DE CLIENTES EN BANCO AZTECA,
AGENCIA JAÉN – 2018**

**PARA OPTAR TITULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

Autor:

**Bach. Herrera Díaz, Liliana
ORCID: 0000-0001-5859-724X**

Asesor:

**Mg. Vidaurre García Wilmer Enrique
ORCID: 0000-0002-5002-572X**

Línea de Investigación:

Gestión empresarial y emprendimiento

Pimentel – Perú

2020

Aprobación del jurado

Título de la Tesis

GESTIÓN DE CREDITOS PARA INCREMENTAR LA CARTERA DE CLIENTES

EN BANCO AZTECA, AGENCIA JAÉN – 2018

Aprobación de la Tesis

.....

Asesor Metodológico

.....

Asesor Especialista

.....

Presidente del Jurado de Tesis

.....

Secretario del Jurado de Tesis

.....

Vocal del Jurado de Tesis

Declaración jurada

Datos del Autor

Herrera Díaz, Liliana

Apellidos y Nombres		
44127720	2171802892	PAST-B
DNI N°	Código	Modalidad de Estudio
X	Ciencias Empresariales	
Ciclo	Facultad de la Universidad Señor de Sipán	

Escuela de Contabilidad

Facultad de la Universidad Señor de Sipán

Datos de la Investigación:

Tesis: Informe de investigación:

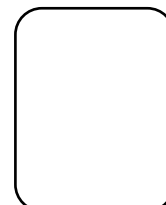
DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

1. Soy autor de la Tesis titulada: GESTIÓN DE CRÉDITOS PARA INCREMENTAR LA CARTERA DE CLIENTES DEL BANCO AZTECA, AGENCIA JAÉN – 2018. La misma que presento para optar el título profesional de Contador Público.
2. Que la Tesis citada, ha cumplido con la rigurosidad científica que la universidad exige y que por lo tanto no atentan contra los derechos de autor normados por ley.
3. Que no he cometido plagio, total o parcial, tampoco otras formas de fraude, piratería o falsificación en la elaboración de tesis.
4. Que el título de la investigación y los datos presentados en los resultados son auténticos y originales, no han sido publicados ni presentados anteriormente para optar algún grado académico previo al título profesional.

Me someto a la aplicación de normatividad y procedimientos vigentes por parte de la UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPAN y ante terceros, en caso se determinará la comisión de algún delito en contra de los derechos de autor.

Liliana Herrera Díaz

DNI N° 44127720



Dedicatoria

A mis padres porque cada día me brindaban el apoyo necesario para seguir adelante y no darme por vencida, y a mí misma por automotivarme en todo momento hasta lograr mi objetivo trazado.

Liliana

Agradecimiento

Le doy las gracias a Dios, quien gracias a su inmenso amor jamás me abandono cuando más necesitaba de él y no permitió que me diera por vencida durante este tiempo de mi vida y en lo que duro mi formación profesional.

Al rector de nuestra Casa Superior de Estudios, por la iniciativa de hacer funcionar esta carrera de Contabilidad y darnos la oportunidad a nosotros los jóvenes que siempre nos buscamos un futuro mejor.

A nuestro maestro y asesor metodológico Mg. Wilmer Enrique Vidaurre García, que con su paciencia y profesionalismo nos brindó sin excusas su valioso apoyo y experiencia profesional antes y durante la elaboración de la presente pesquisa.

Del mismo modo doy las gracias a mis compañeros de trabajo, a mis colegas y a todos los profesionales que pusieron un granito de arena para la finalización de este trabajo de investigación.

Resumen

La presente pesquisa titulada “Gestión de créditos para incrementar la cartera de clientes del Banco Azteca, agencia Jaén - 2018”, tuvo como objetivo general Proponer una gestión de créditos para incrementar la cartera de clientes del banco azteca, agencia Jaén – 2018, habiéndose utilizado un tipo de investigación de tipo descriptivo - propositivo con diseño no experimental.

La muestra utilizada fueron los 20 trabajadores del área de gestión de créditos del Banco Azteca, agencia Jaén, la técnica de investigación para la recolección de datos utilizada fue la encuesta y como instrumento la escala de likert. En relación a la variable cartera de clientes el 64% de los trabajadores lo califican como regular. Se llegó a la conclusión que, a evidencia de los resultados obtenidos se hace relevante la presentación de la propuesta que cuenta con una nueva gestión de créditos que incrementen la cartera de clientes del Banco Azteca, agencia Jaén.

Palabras Clave: Gestión de créditos, Cartera de Clientes.

Abstrac

This research entitled "Credit management to increase the client portfolio of Banco Azteca, Jaén agency - 2018", had as its general objective Propose a credit management to increase the client portfolio of the Aztec bank, Jaén agency - 2018, having used a type of descriptive - propositive type research with no experimental design.

The sample used was the 20 employees of the credit management area of Banco Azteca, Jaén agency, the research technique for data collection used was the survey and as a tool the scale of likert. In relation to the variable client portfolio, 64% of workers rate it as regular. It was concluded that, based on the results obtained, the presentation of the proposal that has a new credit management that increases the client portfolio of Banco Azteca, Jaén agency, becomes relevant.

Keyword: Credit management, Clients Portfolio.

INDICE

Aprobación del jurado	ii
Declaración jurada.....	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Resumen	vi
Abstrac.....	vii
Índice de tablas	x
Tabla de gráficos	xi
I. Introducción.....	13
1.1. Realidad problemática	14
1.2. Antecedentes.....	15
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	27
1.3.1. Teorías que sustentan la gestión de crédito	27
1.3.2. Dimensiones que sustentan la gestión de crédito.....	31
1.3.3. Teorías que sustentan la cartera de clientes	32
1.3.4. Dimensiones que sustentan la cartera de clientes	34
1.4. Formulación del problema	36
1.5. Justificación e importancia de estudio	36
1.5.1. Justificación del estudio.....	36
1.5.2. Importancia del estudio.....	36
1.6. Hipótesis	36
1.7. Objetivos.....	37
1.7.1. Objetivo general.....	37
1.7.2. Objetivos específicos	37
II. Material y Métodos	37
2.1. Tipo y diseño de investigación	37
2.1.1. Tipo de investigación	37
2.1.2. Diseño de investigación.....	37
2.2. Población y muestra	42
2.2.1. Población	42

2.2.2. Muestra	42
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	42
2.3.1. Técnicas	42
2.3.2. Instrumento	42
2.3.3. Validez y confiabilidad.....	42
2.4. Métodos de análisis de datos	42
2.5. Aspectos éticos	43
III. Resultados.....	44
3.1. Tablas y Figuras	44
3.2. Discusión de resultados	62
3.3. Aporte científico.....	63
3.3.1. Presentación.....	63
3.3.2. Resumen	64
3.3.3. Abstract.....	64
3.3.4. Planteamiento del Problema	65
3.3.5. Objetivos.....	66
3.3.6. Justificación.....	66
3.3.7. Fundamentos Teóricos.....	66
3.3.8. Bases Teóricas	67
3.3.9. Normatividad y/o Políticas	68
3.3.10. Características de la Propuesta	69
3.3.11. Estrategias a Implementar	72
3.3.12. Plan de Trabajo.....	77
3.3.13. Recursos	77
3.3.14. Presupuesto.....	78
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	78
REFERENCIAS	80

Índice de tablas

Tabla 1. Primer objetivo específico: Evaluar la cartera de clientes del Banco Azteca, agencia Jaén- 2018.....	43
Tabla 2. Las expectativas creadas a los clientes se llegan a cumplir.	44
Tabla 3. Al momento de identificar a los clientes en la etapa de selección usted tiene en cuenta los objetivos de la empresa	45
Tabla 4. Al momento de preparar la comunicación que va a transmitir identifica claramente su público objetivo	46
Tabla 5. Al momento de entablar una comunicación con sus clientes ha logrado captar su atención.....	47
Tabla 6. A los clientes actuales los benefician por su preferencia ofreciéndoles productos exclusivos a un precio especial	48
Tabla 7. Antes de contactar al cliente investiga sobre sus necesidades	49
Tabla 8. Ha logrado que los clientes después de haber culminado de pagar su crédito salgan satisfechos y con confianza del servicio brindado por nuestra empresa	50
Tabla 9. Ha logrado que los clientes después de haber culminado de pagar su crédito quieran seguir trabajando con nosotros	51
Tabla 10. Evaluar la gestión de créditos que utilizan los trabajadores del Banco Azteca, agencia Jaén, 2018.....	52
Tabla 11. El Banco Azteca le ha brindado charlas para usted pueda obtener capacidad de poder evaluar a un cliente	53
Tabla 12. Toma en cuenta las políticas del banco al momento de analizar las condiciones del solicitante al momento de aprobar un crédito ...	54
Tabla 13. Siempre ha podido cumplir con la cobranza total del crédito de sus clientes	55

Tabla 14. Con las herramientas que cuenta en el Banco Azteca, agencia de Jaén le permiten identificar los Factores del riesgo al momento de otorgar un crédito ...	56
Tabla 15. Al momento de otorgar un crédito usted cumple con informar fehacientemente al cliente sobre el compromiso adquirido	57
Tabla 16 Usted informa constantemente a los clientes sobre su deuda total que poseen con el banco	58
Tabla 17. Usted siempre se capacita para mejorar las formas de cobranza de las deudas asumidas por sus clientes	59
Tabla 18. Usted toma en cuenta las políticas de la empresa al momento de procesar los créditos de sus clientes	60

Tabla de gráficos

Gráfico 1. Primer objetivo específico: Evaluar la cartera de clientes del Banco Azteca, agencia Jaén- 2018.....	43
Gráfico 2. Las expectativas creadas a los clientes se llegan a cumplir.	44
Gráfico 3. Al momento de identificar a los clientes en la etapa de selección usted tiene en cuenta los objetivos de la empresa	45
Gráfico 4. Al momento de preparar la comunicación que va a transmitir identifica claramente su público objetivo	46
Gráfico 5. Al momento de entablar una comunicación con sus clientes ha logrado captar su atención.....	47
Gráfico 6. A los clientes actuales los benefician por su preferencia ofreciéndoles productos exclusivos a un precio especial	48
Gráfico 7. Antes de contactar al cliente investiga sobre sus necesidades	49
Gráfico 8. Ha logrado que los clientes después de haber culminado de pagar su crédito salgan satisfechos y con confianza del servicio brindado por nuestra empresa	50

Gráfico 9. Ha logrado que los clientes después de haber culminado de pagar su crédito quieran seguir trabajando con nosotros	51
Gráfico 10. Evaluar la gestión de créditos que utilizan los trabajadores del Banco Azteca, agencia Jaén, 2018.....	52
Gráfico 11. El Banco Azteca le ha brindado charlas para usted pueda obtener capacidad de poder evaluar a un cliente	53
Gráfico 12. Toma en cuenta las políticas del banco al momento de analizar las condiciones del solicitante al momento de aprobar un crédito ...	54
Gráfico 13. Siempre ha podido cumplir con la cobranza total del crédito de sus clientes	55
Gráfico 14. Con las herramientas que cuenta en el Banco Azteca, agencia de Jaén le permiten identificar los Factores del riesgo al momento de otorgar un crédito ...	56
Gráfico 15. Al momento de otorgar un crédito usted cumple con informar fehacientemente al cliente sobre el compromiso adquirido	57
Gráfico 16 Usted informa constantemente a los clientes sobre su deuda total que poseen con el banco	58
Gráfico 17. Usted siempre se capacita para mejorar las formas de cobranza de las deudas asumidas por sus clientes	59
Gráfico 18. Usted toma en cuenta las políticas de la empresa al momento de procesar los créditos de sus clientes	60

I. Introducción

En la presente tesis tiene como finalidad ampliar la cartera de clientes que en estos últimos meses se ha venido reduciendo por múltiples factores, siendo uno de ellos los deficientes procedimientos administrativos que realizan algunos trabajadores ya sea por desconocimiento o por falta de interés de cumplir con lo establecido, ayudando de esta manera a aumentar los ingresos al banco Azteca y con ello mejorar la situación económica de todos los colaboradores que pertenecemos a esta entidad financiera.

El banco Azteca es una organización de capital privado de origen mexicano que ha llegado a Perú a ofrecer créditos a personas que jamás han tenido la oportunidad de acceder a uno por la banca tradicional, logrando en poco tiempo posicionarnos en el mercado nacional. La presente investigación está compuesta por III capítulos que se describe a continuación:

Capítulo I: se puntualizará información acerca de la realidad problemática, trabajos previos, teorías relacionadas al tema, formulación del problema, justificación e importancia del estudio hipótesis y objetivos.

Capitulo II: se desplegará los métodos, tipos y diseño de investigación, población y muestra, técnica de instrumento de recolección de datos validez y confiabilidad, métodos de análisis de datos y aspectos éticos.

Capitulo III: se desplegarán los aspectos administrativos como los recursos y presupuestos, el financiamiento y el cronograma de ejecución.

1.1. Realidad problemática

Ámbito internacional

De acuerdo a Vallecillo (2014), “Las entidades bancarias en la actualidad se enfrentan en un mercado muy competitivo por empresas del mercado local y extranjeras, es por ello que se ven en la dificultad de poder colocar préstamos según las metas exigidas por la institución” (p.5).

“Uno de los problemas que podría presentarse en las pequeñas y medianas empresas del Ecuador es la cartera vencida de clientes y el proceso de recuperación de la misma” Bermúdez y Peña (2016:19).

“En Colombia las cifras asociadas a la medición del riesgo de crédito y de desembolsos en los últimos años, permiten inferir fallas en los procesos de depuración de clientes por parte de la banca al momento de analizar y otorgar créditos” Bonza y Benavides (2014).

Nacional

En cambio, Ruiz (2018), “el consentimiento del crédito conlleva a riesgos como la falta de liquidez por exceso de créditos y/o incumplimientos por parte de los clientes, por el incremento en los gastos administrativos y por la estimación de cuentas de cobranza dudosa” (p.13).

A criterio de Berrocal (2017), “hace unos años las tasas de interés han caído, ocasionando que el incremento de los ingresos económicos de las cajas disminuya levemente, mientras que los gastos financieros y de administración siguen con las mismas tasas de crecimiento de años anteriores” (p.12).

Local

El Banco Azteca se fundó en octubre del 2002, ante la oportunidad derivada del bajo nivel de bancarización en México. El banco está orientado al sector de menores ingresos, que representa un 70% de la población no atendida por los bancos tradicionales. En 2007, el crecimiento de Banco Azteca en Latinoamérica es un suceso sin precedentes abriendo operaciones bancarias como Banco Azteca en Guatemala, Honduras y Perú en el 2008. En esta última década han sucedido varios cambios en el mercado financiero siendo uno de ellos la creación de cajas de ahorro y cooperativas de crédito ocasionando una competencia fuerte, con bajos intereses y con poco trámite documentario, estos factores han ocasionado que el banco azteca disminuya su cartera de clientes; otros de los factores que ocasionando la pérdida de clientes es el trámite engorroso que tiene que realizar un cliente si necesita un préstamo generando que algunos de ellos decidan acudir a la competencia.

1.2. Antecedentes

Internacional

Ochoa (2015), en su tesis titulada “Análisis administrativo del proceso de crédito para el otorgamiento de préstamos del sistema bancario venezolano”, presentada en la Universidad de Carabobo, cuyo objetivo fue analizar administrativamente el proceso de crédito para el otorgamiento de préstamos en el Sistema Bancario Venezolano; habiendo utilizado un diseño no experimental, de campo a nivel descriptivo y analítico con apoyo documental, la población y la muestra fue conformada por los Gerentes de la Banesco, del Banco de Venezuela, del Banco Nacional de Crédito y del Banco Bicentenario, con técnica de recolección de datos utilizó la encuesta y como instrumento utilizó el cuestionario de preguntas cerradas, por tal razones el autor concluyo que en las entidades bancarias estudiadas, se rigen por la normativa legal actual y por sus reglamentos internos, se evalúan de forma inexorable en los requisitos exigidos para el otorgamiento de los créditos.

De esta conclusión puedo comentar que los trámites administrativos que realizan los usuarios o clientes en una entidad financiera son muy engorrosos, generándonos más de un dolor de cabeza y pérdida de tiempo, ocasionando que algunos de los clientes ya no regresen a solicitar un préstamo a esa entidad financiera.

Hernández (2015), en su pesquisa titulada “Análisis del proceso de distribución de la cartera crediticia y depósitos que ofrecen los bancos universales del sector privado en el estado Aragua y su incidencia en el estado de resultados”, cuyo objetivo fue analizar el proceso de distribución de la cartera de crédito y depósitos que ofrecen los bancos universales del sector privado en el Estado Aragua y su incidencia en el estado de resultados; habiendo utilizado una investigación de tipo y diseño descriptivo, del mismo modo se utilizó dos poblaciones, que fueron las 144 sucursales bancarias, y por los cinco (5) Vice Presidentes Regionales de los cinco Bancos, la muestra estuvo conformada por los cinco (5) Gerentes Regionales que supervisan las sucursales en el Estado Aragua de los cinco(5) Bancos con mayor participación en Cartera de Crédito en el Sistema Financiero Privado Venezolano y por los Vicepresidentes de Negocio Regionales de los cinco (5) Bancos, como técnica de recolección de datos utilizó la encuesta y la audiencia organizada, mientras que los instrumentos fueron el cuestionario mixto y el guion de entrevista. Llegando a concluir que las entidades financieras deberán cumplir con 5 carteras de crédito necesarias con tasas de interés preferencial y comprometerán el 62% de su cartera de crédito si las instituciones no fijan claramente un objetivo de crecimiento para cada ejercicio económico.

De esta conclusión del autor puedo afirmar que si las compañías no se plantean objetivos de crecimiento claro y preciso van a tener una deficiente cartera de clientes, ocasionando de esta manera una falta de liquidez que les permita enfrentar problemas financieros en un corto plazo.

Mendoza (2015), en su tesis titulada “Diagnóstico de la gestión operativa crediticia del banco nacional de fomento sucursal CELICA durante los períodos comprendidos del 2010 al 2013”, cuyo objetivo diagnosticar la gestión operativa crediticia del banco nacional de fomento sucursal CELICA durante los períodos comprendidos del 2010 al 2013, habiendo utilizado una investigación de tipo y diseño descriptivo, la población considerada fueron los consumidores de la Filial del Banco Nacional de Fomento en Celica es de tres mil , para el estudio de pesquisas se utilizó una muestra

de 341 clientes; como técnica de recolección de datos se utilizó la encuesta y como instrumento utilizó el cuestionario de preguntas cerradas, por tal razones el autor concluyo que al haber analizado las instrucciones existentes de consentimiento de créditos en el Banco Nacional de Fomento a nivel nacional, tenemos que cuenta con muchos niveles de aprobación para los diferentes montos y plazos solicitados.

Las entidades financieras deben tratar en lo posible de realizar tanto trámite para que los clientes puedan obtener un préstamo lo más rápido posible, para que de esta manera ofrecer un servicio de calidad a los clientes y obteniendo mejores resultados.

Herrera (2015), en su pesquisa titulada “Estrategias de gestión de crédito para el control eficiente del banco mutualista Imbabura de la ciudad de Ibarra”, cuyo objetivo fue cubrir las necesidades de los socios, mediante la otorgación de créditos quirografario o también considerados emergentes. La actual pesquisa se basó en los enfoques cualitativa y cuantitativa, con un tipo de investigación aplicada y de campo, se utilizó una población de 1045 y muestra de 281 clientes del Banco Mundialista, las técnicas utilizadas fueron la encuesta y la entrevista y como instrumento se utilizó una guía de entrevista. Llegando a la conclusión de que los empleados y directivos demostraron gran interés y colaboración, en la creación de este modelo de gestión, que les ha permitido ser organizados y ayudar al fortalecimiento y progreso del Banco Mutualista Imbabura en un mercado altamente competitivo.

Analizando la conclusión de autor, se valora mucho la colaboración de los altos directivos y colaboradores del Banco Mundialista, ya que no se han resistido al cambio, priorizando los intereses de la organización y a los futuros beneficios que obtendrían si se mejora la condición económica.

Gallardo (2013), en su tesis titulada “La colocación de créditos y su incidencia en los resultados operativos de la cooperativa de ahorro y crédito Nuevo Amanecer Ltda. En el año 2011”, cuyo objetivo fue investigar el impacto que tiene la mala Intermediación financiera en los resultados operativos de la Cooperativa de Ahorro y

Crédito “Nuevo Amanecer” Ltda., con un tipo de investigación utilizado es descriptivo con un diseño correlacional; la población y muestra utilizada fueron los 21 miembros dirigentes de la Cooperativa “Nuevo Amanecer” Ltda., la técnica utilizada fue la encuesta y como instrumento se utilizó el cuestionario, llegando a la conclusión de que se ha logrado determinar que el problema más grande que tiene la Cooperativa de Ahorro y Crédito

“Nuevo Amanecer” Ltda., es que se encuentra en desventaja frente al sistema cooperativo por no encontrarse registrada en la SBS.

Con esta conclusión del autor la Superintendencia de Bancos y la SUNAT deben tener mayor participación en el mercado, obligando que todas las entidades o instituciones financieras se encuentren registradas en dicha institución para el mayor control en el lavado de activos y con eso tener una competencia libre y que todas cumplan con pagar los impuestos que les corresponden.

Pasero (2013), en su pesquisa titulada “Deficiencias de gestión bancaria en el otorgamiento de financiaciones al consumo”, cuyo objetivo fue verificar en las entidades financieras, categoría de Bancos Comerciales Públicos de la región La Plata, el estado en que se encuentra la cartera de consumo, con un tipo de investigación no experimental, de diseño explicativo, del mismo modo utilizo como población al total de la cartera de clientes, de las entidades financieras de la región La Plata y la muestra la decidió el autor, utilizando como técnica el cuestionario de cerradas o dicotómicas; llegando a la conclusión de que después de haber realizado las entrevistas, se evidencia, que la cartera de gasto representa en promedio entre un 45% y un 55% del total de préstamos al sector privado no financiero.

Con esta conclusión del autor puedo afirmar que en el mercado argentino exclusivamente en la ciudad La Plata el tipo de préstamo que mayor mercado tiene es el de consumo demostrando que los argentinos no tienen una cultura de ahorro y de esta manera afectando su cartera económica y familiar.

Caleño y Quintuña (2013), en su tesis titulada “Rediseñar los procesos de otorgamiento de crédito del banco nacional de fomento sucursal milagro. Año 2013”, cuyo objetivo fue determinar la incidencia de los niveles de morosidad de los créditos productivos del Banco Nacional de Fomento, Sucursal Milagro, en sus niveles de competitividad frente a otras instituciones financieras, mediante una investigación de campo, con el fin de disminuir su nivel; habiendo utilizado una investigación de campo, su población fue de doce mil cuatrocientos cuarenta y siete clientes y la muestra de tipo probalística obtenida fue de 373 clientes del Banco Nacional de Fomento, como técnica utilizo la encuesta y como instrumento el cuestionario; llegando a la conclusión de que existe un nivel bajo de control en las líneas de crédito por lo que los clientes suelen dejar información errónea; esto ocasiona que sea complejo al momento de contactarlos cuando caen en mora.

Dicho esto, por el autor, si los trabajadores de las entidades no son eficientes tendremos problemas en la recuperación de los créditos otorgados, generándonos de esta manera clientes morosos y poco retorno de nuestro dinero, es por ello que los trabajadores que están en el área de créditos deben ser personas que tengan el perfil que exige el puesto, capacitarlo y evaluarlo constantemente para evitar algún imprevisto en un futuro cercano.

Ámbito nacional

Figuroa, San Martín, y Soto (2018), en su tesis titulada “Buenas prácticas financieras en la gestión del riesgo de crédito de empresas del sector bancario”, cuyo objetivo identificar las buenas prácticas financieras en la gestión del riesgo de crédito del sector bancario, debido al gran impacto que tienen estas en todo el sistema financiero, en la economía nacional y mundial, habiendo utilizado una investigación de campo, con un diseño de investigación no experimental, La población y la muestra de la investigación fueron las instituciones que integran el sector financiero peruano y sus reportes, el instrumento utilizado fueron las entrevistas, con preguntas abiertas y cerradas; llegando a la conclusión de que contar con área de riesgo dentro la estructura organizacional, las cuales están encargadas de toda la gestión del riesgo de crédito, de la creación de políticas y 75 lineamientos, la administración y control del crédito.

Las entidades financieras no cuentan exclusivamente con un área de gestión de riesgo de crédito, siendo este uno de los motivos que no obtienen nuevos clientes ya que mediante ello pueden evaluar a sus clientes sin tanto trámite burocrático, del mismo modo esta área les ayudaría a tener un mejor control de los clientes que posiblemente caerían en morosidad.

Velorio (2016), en su tesis titulada “El crédito financiero y su incidencia en el desarrollo de la gestión financiera de las MYPES del distrito de los Olivos – Lima 2014, cuyo objetivo determinar de qué manera el crédito financiero incide en el desarrollo de la gestión financiera de las MYPES del distrito de Los Olivos – Lima 2014, con un tipo de investigación Aplicada, con un diseño transaccional correlacional causal, la población estuvo constituida por 235, se consideró como muestra a 146 personas que pertenecen al sector de las micro empresarial, se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario, llegando a concluir que por la falta de referencias bancarios incide categóricamente en la capacidad de obtener financiamiento externo a las MYPES debido a que para las entidades bancarias son clientes con alto riesgo.

De acuerdo a la conclusión de autor puedo indicar que uno de los problemas de las personas en no poder obtener un crédito es que no tengan antecedentes crediticios, donde a mi razón es una política equivocada de las entidades financieras, lo que se deben basar las entidades debe ser ¿Para qué necesita el préstamo?, ¿Cuáles son sus fuentes de ingreso? ¿Qué bienes posee? en pocas palabras evaluar la fuente que tiene el cliente para cumplir con la obligación y no maltratarlo por no tener historial crediticio.

Alvarez, Garay y Goicochea (2017), en su tesis titulada “El control de la cartera de clientes y su incidencia en la información financiera de la COOPAC en el primer semestre del periodo 2015”, cuyo objetivo fue determinar el control de la cartera de clientes y su incidencia en la información financiera de la COOPAC en el primer semestre del periodo 2015, con un tipo de investigación descriptivo y de nivel correlacional, con una población y muestra de 30 trabajadores, la técnica utilizada fue

la encuesta y como instrumento se utilizó el cuestionario, llegando a la conclusión de que en el enganche de nuevos clientes es porque no se dispone de lineamientos que instauren una constante adaptación y reajuste de los nuevos perfiles que están fijos por los cambios sociales y culturales que influyen claramente en los postulantes.

De esta conclusión puedo afirmar que si las empresas bancarias no capacitan a su personal de acuerdo a los cambios que exige el mercado tendrán trabajadores que no tienen el perfil que exige el puesto, ocasionando de esta manera una disminución en la cartera de clientes.

Acosta y Sánchez (2016), en su tesis titulada “Calidad de cartera de clientes para mejorar la rentabilidad de la Caja Municipal de ahorro y crédito Trujillo S.A. sucursal Lambayeque -2015”, cuyo objetivo fue determinar la incidencia de la calidad de cartera de clientes para mejorar la rentabilidad de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Trujillo S.A. Sucursal Lambayeque-2015, la presente investigación fue de tipo descriptiva- explicativa, la población y la muestra estuvo constituida por 02 trabajadores de la Caja Municipal de Ahorro y Créditos Trujillo S.A. Sucursal Lambayeque – 2015, como técnica se utilizó la entrevista y como instrumento el análisis documental; llegando a la conclusión de que el índice de Cobertura de Riesgo, se realiza de forma mensual la evaluación de los riesgos de cartera, ocasionando que no entren en mora y evitar las suministros de cartera, para lo cual se les hace un seguimiento, ya que de no ser así perjudicaría las provisiones de la institución.

Con la recomendación del autor podemos observar que los trabajadores de la caja Trujillo si están cumpliendo con verificar la evaluación de los riesgos de cartera de sus clientes permitiéndoles identificar a tiempo a los posibles clientes que podrían ingresar a la lista de morosos.

Acosta (2016), en su tesis titulada “Plan estratégico para mejorar la fidelización de los clientes de la Cooperativa De Ahorro y Crédito Santo Cristo de Bagazán - Moyobamba 2015”, cuyo objetivo fue diseñar un plan estratégico para mejorar la fidelización de los clientes, de la cooperativa de Ahorro y Crédito santo Cristo de

Bagazán - Moyobamba 2015. El tipo de investigación fue descriptiva, la población estuvo conformada por 500 clientes y la muestra por 38 clientes de la cooperativa de Ahorro y Crédito Santo Cristo de Bagazán, utilizando la técnica de la entrevista y como instrumento se utilizó el cuestionario; llegando a la conclusión de que gracias al instrumento de análisis FODA, para luego elaborar estrategias como rediseño de productos de créditos, mayor participación de créditos, robustecer campañas estacionales e Incrementar la participación de los depósitos de ahorro en las fuentes de financiamiento.

De acuerdo a la conclusión del autor puedo referir que la Cooperativa Santo Cristo de Bagazán tiene que mejorar con respecto a la calidad de servicio que les ofrece a sus clientes para poder aumentar la cartera de sus clientes y con ello aumentar su liquidez.

Choque (2015), en su tesis titulada “Evaluación de la gestión del proceso de créditos en la oficina especial acora de la caja de ahorro y crédito los andes puno 2015”, cuyo objetivo fue de Evaluar la gestión del proceso de créditos y el impacto que tiene en la Administración de la calidad de cartera crediticia en la Oficina Especial de Acora. Para el presente trabajo de investigación se aplicó el diseño no experimental transaccional – descriptivo; la población de estudio estuvo formado por 21 agencias de la Caja Rural de Ahorro y Crédito Los Andes y la muestra fue de 11 personas de la oficina especial de Acora. Se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario de preguntas cerradas, el cual se llegó a la conclusión de que en el proceso cuantitativo de créditos si existen dificultades en la elaboración e interpretación de los documentos financieros, al 73% le resulta difícil elaborar el pasivo, al 46% el estado de resultados, al 45% a veces le resulta difícil interpretar el flujo de caja y al 64% a veces le resulta difícil identificar los indicadores financieros, son datos que reflejan la existencia de falta de conocimientos técnicos que por más que se tenga un sistema avanzado son vacíos que existen porque son las personas las que interpretan datos y son las personas las que ingresan los datos para que el sistema los procese, influyendo en las colocaciones crediticias, puesto que la frecuencia de

créditos aprobados de manera mensual es de solo 11 a 15 créditos, la superación de meta mensual es de 1 a 3 veces al año representando 63.7%.

Lo que está causando deficiencia en el proceso de gestión de créditos es la falta de capacidad de discernir, la falta de conocimiento profesional y la falta de interpretación de los resultados por parte de los trabajadores.

Cubas y Herna (2018), en su tesis “Analizar el número de créditos colocados de la cartera microempresa y su incidencia en la rentabilidad de la CMAC PIURA SAC, agencia Bagua Grande – periodo 2013-2015”, cuyo objetivo fue evaluar la incidencia del número de créditos colocados de la cartera microempresa en la rentabilidad de la CMAC PIURA S.A.C, Agencia Bagua Grande, 2013-2015. El tipo de estudio de la investigación fue descriptivo, la población y la muestra utilizada fueron los 08 funcionarios de la cartera microempresa, el análisis documental de los créditos microempresa y la revisión de las memorias anuales de años en evaluación, las técnicas utilizadas en la presente investigación fueron la encuesta, el trabajo de campo y la fotografía y como instrumento fue el cuestionario. Habiendo llegado a la conclusión de que existe incidencia del número de créditos en la rentabilidad del periodo investigado; pues, al existir mayor número de créditos otorgados permite a la Agencia obtener mayor rentabilidad, donde el crecimiento al comparar los créditos colocados con el ROE y el ROA, así en el 2013 los créditos fueron de 472; el 2014 de 567, y el 2015 de 674; que permitieron crecimiento del ROE (2013 fue 14.79% y el 2015 fue 18.87%) y el ROA que en el año 2013 fue de 1.62% para pasar a ser 2.18% en el 2015.

Al parecer esta Caja Municipal de Ahorro y Crédito Piura S.A.C. ha venido en crecimiento año a año generando rentabilidad gracias a la cantidad de créditos que ha colocado en el mercado, debe servir como benchmarking para otras entidades financieras que quieren lograr el posicionamiento en el mercado.

Local

Abanto (2014), en su tesis titulada “Incidencia de las microfinanzas de la CMAC PIURA S.A.C. en el crecimiento económico de las microempresas de la provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012”, cuyo objetivo fue evaluar y determinar la incidencia del financiamiento de la CMAC PIURA en el crecimiento económico de los microempresarios de la provincia de Cajabamba, la presente investigación fue de tipo descriptiva longitudinal, con una población utilizada de 110 microempresas que cuentan con créditos otorgados por valores entre S/. 5,000.00 a S/.20,000.00 y como muestra se utilizó 76 microempresas; utilizando como técnica el análisis documental y encuesta y como instrumentos utilizados fueron las fichas textuales, fichas de resumen y el cuestionario, llegando a la conclusión de que el consentimiento del crédito, por parte de la CMAC PIURA, agencia Cajabamba, el seguimiento del mismo y la adecuada utilización ha incidido de manera positiva en el aumento fundamental del capital de trabajo de cada uno de los de microempresarios usuarios del crédito financiero (23.04%).

Mediante esta conclusión del autor puedo indicar que si los funcionarios de las empresas bancarias se involucran con las actividades de su organización van a conocer cuál es su realidad actual, permitiéndoles tomar mejores decisiones y con ello lograr una mayor captación de clientes.

Cueva (2014), en su tesis titulada “Uso del control interno para optimizar la gestión en el proceso de evaluación de créditos en la empresa financiera EDYFICAR SA. Agencia Cajamarquina”, cuyo objetivo determinar la incidencia del Control Interno en la Financiera Edyficar Agencia Cajamarca, para mejorar el proceso de evaluación de créditos, habiendo utilizado un tipo de investigación aplicada y explicativa, con una población y muestra de 44 personas conformada por analistas, jefes y, gerentes, de la empresa Financiera S.A., la técnica utilizada fue encuesta y como instrumento se utilizó el cuestionario de preguntas cerradas, llegando a la conclusión de que es necesario contar con un sistema de Control Interno para mejorar el nivel de Gestión en el Proceso de Evaluación de Créditos, porque el conocimiento, comprensión y cumplimiento de los indicadores determinará la correcta función de cada uno de los

componentes del sistema de Control Interno; situación que redundará en la correcta colocación y oportuna recuperación de los créditos.

De acuerdo a la conclusión del autor es de suma importancia que la entidad financiera cuente con un sistema de control de interno el cual ayudará a la recuperación oportuna de los créditos, como de verificar como se están llevando los procesos en el otorgamiento de los créditos a los clientes.

Idrogo (2016), en su tesis titulada “Actualización del reglamento de crédito para mejorar los servicios crediticios de la cooperativa de ahorro y crédito “todos los santos de chota” Ltda. N° 560-chota-2016”, cuyo objetivo fue actualización del Reglamento de Crédito para mejorar los servicios crediticios de la Cooperativa de 46 Ahorro y Crédito “Todos los Santos de Chota” Ltda. N° 560 – Chota – 2016. Con un tipo de investigación descriptivo y correlacional, utilizando una población y muestra de La población está conformada por 9 colaboradores que trabajan en el Área de Crédito de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Todos los Santos de Chota” Ltda. N° 560; la técnica utilizada fue la de grupo nominal y como instrumento se utilizó la entrevista, llegando a la conclusión de que la cooperativa tiene el Reglamento Crédito vigente, con varias falencias, las cuales son: Los requisitos para obtener un crédito son muy complicados, los créditos que otorgan tienen limitaciones por su capacidad de pago, las tasas de interés activas y pasivas no están acorde al mercado existente, los directivos y colaboradores que conforman el Comité de Crédito no están capacitados y/o calificados.

Lo principales problemas encontrados por el autor es la burocracia que existe en los trámites administrativos se debe llevar a cabo para otorgar un crédito, ocasionando malestar en los clientes por la pérdida de tiempo, convirtiéndose esto en un cuello de botella para la organización.

Ruidias y Isique (2016), en su tesis titulada “Propuesta de Plan de Marketing para mejorar el Posicionamiento de los créditos que otorga la ONG Movimiento Manuela

Ramos - CrediMujer, Lambayeque 2016”, cuyo objetivo fue proponer un plan de Marketing para mejorar el posicionamiento de los créditos que otorga la ONG Movimiento Manuela Ramos – CrediMujer, Lambayeque – 2016, La presente investigación fue de tipo Mixto cuantitativo-cualitativo, la población utilizada fue de 1421 socias activas (clientas), la muestra pirolística fue de 303 socias activas (clientas), las técnicas utilizadas fueron la encuesta y entrevista y como instrumento se realizó la revisión documental. Llegando a la conclusión de que el plan de marketing es viable realizarlo porque la inversión que se realizará para el mismo se recuperará el primer año, puesto que los ingresos pueden cubrir los gastos de publicidad, costos de operación e inversión. Además, los indicadores calculados resultan positivos.

Con esta conclusión que describe el autor puedo afirmar que el plan de marketing planteado si genera resultados positivos, teniendo que evaluar la empresa si los gastos que se va a generar son menores que los ingresos que se van a obtener.

Teran (2016), en su tesis titulada “Actualización del plan estratégico para incrementar la colocación de créditos de la caja Maynas en la ciudad de Cajamarca, 2016”, cuyo objetivo fue implementar la propuesta de un plan estratégico para mejorar la colocación de créditos de la Caja Maynas en la Ciudad de Cajamarca, habiendo utilizado un tipo de investigación descriptiva, la población y la muestra utilizada fue de 14 colaboradores de la caja de Maynas; la técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario de preguntas cerradas. Llegando a la conclusión de que el nivel colocación de créditos de la Caja Maynas en la Ciudad de Cajamarca es bajo debido a que el 74% de encuestados se encuentra totalmente en desacuerdo (TD) con el nivel de colocación de créditos.

Esta empresa ha visto reducida su cartera de clientes muy rápido, teniendo que utilizar nuevas estrategias para poder recuperar el mercado perdido por las mismas deficiencias que han ofrecido y siguen ofreciendo a sus clientes.

Salazar (2018), en su pesquisa titulada “Evaluación de la gestión en otorgamiento de crédito hipotecario en el BCP oficina Chiclayo y su impacto en la rentabilidad del 2015 – 2016”, cuyo objetivo fue evaluar la gestión en otorgamiento de crédito hipotecario en el BCP oficina Chiclayo y su impacto en la rentabilidad del 2015 – 2016, se consideró un tipo de investigación aplicada no experimental, la población y la muestra fueron los jefes del área de crédito hipotecario, habiendo utilizado la técnica e instrumentos los cuestionarios. Llegando a la conclusión de que La no especificación al cliente dependiente o independiente el número de boletas que deberá presentar para el armado de su expediente por el hecho de que los asesores financieros con la intención de cumplir la meta propuesta por el banco merman sus servicios y olvidan la especificación de algunos requisitos. No verifican que el expediente de apertura de plan de ahorro este correctamente llenado, esto debido a la confusión generada por el abrupto papeleo de tantas solicitudes obtenidas. No existe un seguimiento al detalle de los abonos por los meses que le corresponde a cada cliente, esto refleja la excesiva confianza en que el cliente cumplirá con el ahorro proporcional de todos los meses que les corresponde. El apuro de ingresar varios expedientes trajo consigo el mal llenado de la solicitud con respecto al historial del cliente. No se insisten permanentemente al gestor de hipoteca el cual tiene la finalidad de aprobar nuestro crédito hipotecario a la brevedad debido a que no nos brinda la adecuada atención que se requiere.

Por el desconocimiento o por el apuro de hacer las cosas en el menor tiempo posible, por brindar un servicio de calidad a los clientes los jefes del área de Crédito Hipotecario están incumpliendo con las normas de la organización generando más de un dolor de cabeza al momento de canalizar la información de los clientes.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Teorías que sustentan la gestión de crédito

A. Teoría de contratos y asimetría de la información

“La Teoría de Contratos también conocida como Economía de la Información, estudia las consecuencias de la existencia de asimetría de información entre diversos agentes económicos (principal-agente) sobre la eficiencia de la relación que establecen”. Allen y Santomero (1998:p.6)
“En estas situaciones los agentes intentan sobrellevar la ignorancia de cierta información relevante, tomando decisiones diseñadas para adquirir

nueva información o evadir los costos de su ignorancia”. Allen y Santomero (1998:p.7)

“La teoría de Contratos es de gran utilidad en el momento de estudiar los vínculos contractuales que se presentan a diario en una sociedad porque de estos depende el buen funcionamiento de las relaciones productivas e institucionales”. Allen y Santomero (1998:p.8)

Por medio de contratos bien elaborados es posible que se dé una asignación más eficiente de los recursos, mayor producción, eliminación de barreras al comercio tanto en el mercado interno como en el exterior, pero si, por el contrario, los contratos no son apropiados y eficientes, la productividad decrece y los costos se elevan, superando así los precios y generando pérdidas. Frankling y Santomero (1998)

La información se ha convertido en uno de los elementos fundamentales en los mercados financieros y de intermediación, siendo su hipótesis central la asignación eficiente como la identificación de sectores productivos, a través de señales específicas del mercado como son los precios, cuando estos son flexibles, en el caso específico, los precios actúan como una herramienta para coordinar las decisiones de cada agente unificando criterios en todos los mercados. Frankling y Santomero (1998)

B. Conceptos

El proceso es la “acción de avanzar o ir para adelante, al paso del tiempo y al conjunto de etapas sucesivas advertidas en un fenómeno natural o necesarias para concretar una operación artificial” Pérez y Gardey (2012: p.9).

“El otorgamiento es el permiso que se concede por algún motivo” Pérez y Gardey (2012:p.2).

El proceso de crédito se torna amplio y complejo el análisis que es necesario involucrar en sus líneas aspectos generales como la determinación de un mercado objetivo, evaluación del crédito, evaluación de condiciones en que se otorgan, aprobación del mismo, documentación y desembolso, administración del crédito en referencia, préstamos puntuales para aprovechar condiciones favorables como grandes descuentos, para aumentar activos. Pérez y Gardey (2012)

Si se trabaja con líneas de créditos para capital de trabajo estas deben tener una revisión periódica de cada 6 meses como mínimo, los préstamos a más largo plazo son más riesgosos ya que es difícil predecir lo que va a suceder en un crédito con plazo considerable. Aguirre (2014)

C. Proceso crediticio

“Este proceso se suele dividir en diferentes etapas sobre las que hay cierto consenso. Aunque desarrollado para la actividad de créditos propiamente dicha, hay equivalentes exactos o aproximados para las otras exposiciones crediticias, como las inversiones en bonos” Belaunde (2012:p.3). Siendo las siguientes:

i. Origen comercial

Incluye, además del contacto comercial, un análisis inicial del cliente u operación.

“Se suele ahora añadirle la definición de la estrategia crediticia (o de políticas crediticias), como elemento separado previo o como parte de ella”. Belaunde (2012:p.4)

En el caso del Banco Azteca en este proceso el asesor financiero (AF) solicita requisitos al cliente que exige la organización, como también los datos personales, datos laborales para ser ingresados al sistema y generar un número de solicitud de crédito, ya que después de generar la solicitud ingresada cae en el sistema del Jefe Verificador de Créditos

(JVC), el verificador se encargará de realizar la investigación y dar un status ya sea autorizado o rechazado.

ii. aprobación, otorgamiento o admisión

“Se evalúa el riesgo, en una secuencia de intervención de personal comercial, de análisis y de dirección, se evalúa la capacidad y voluntad de pago del deudor, así como la necesidad eventual y/o calidad de las garantías”. Belaunde (2012:p.3)

Seguimos con los procedimientos que utiliza el Banco Azteca, en caso que la solicitud sea autorizada, el AF solicita al cliente apersonarse al banco con su DNI original para proceder con las firmas de todos los documentos que integrarían el expediente (contrato, pagaré, autorización de datos, entre otros), una vez firmados se procede a digitalizar o scanear los documentos al sistema, luego se registran 2 huellas dactilares del cliente y una foto, posteriormente se pasa el expediente al gerente financiero quien libera o autoriza el crédito por sistema para ser enviado a Mesa de Control, éste último se encarga de revisar minuciosamente el expediente y corroborar que cumpla con la política del banco y poder dar un status ya sea autorizado u observado. iii. desembolso

“Bajo condiciones fijadas en la aprobación y por el registro por un área de operaciones o administrativa, uno de los errores comunes es desembolsar a pesar de que las condiciones pactadas no han sido aún reunidas”. Belaunde (2012:p.5)

Siguiendo con los procedimientos que utiliza el Banco Azteca, en este proceso si el crédito es autorizado el AF procede con el desembolso del crédito y con las firmas post desembolso (hoja de resumen y cronograma de pagos).

iv. seguimiento del riesgo

“Corresponde a una evaluación dinámica de la evolución de la calidad del riesgo, con ciertas actividades de control”. Belaunde (2012:p.5)

1.3.2. Dimensiones que sustentan la gestión de crédito

A. Gestión de la información

El apoderado de valorar los créditos, debe tener la capacidad de realizar un estudio, analizar, evaluar a un potencial cliente, capacidad moral, manejos bancarios, mientras más consistente sea la información que consiga de los futuros clientes, más sólida será su criterio para otorgar una línea de crédito. Gonzales (2017)

B. Gestión del riesgo crediticio

“Al examinar los sucesos que se dan en el contexto se evidencia que en algunos casos carece de perfección, y esto se genera por la falta de buenos conocimientos del crédito, permitiendo que existan ciertos riesgos”.

Romero (2007:p.2)

Cuando existe en el crédito el elemento del riesgo no solo se evidencia al dar el crédito, sino también estará presente durante el largo proceso de cobrar este crédito, si la empresa resuelve conceder créditos convendrá encajar a su gestión la capacidad para evaluar correctamente a un posible cliente así como llegar finalmente a la cobranza total del crédito. Romero (2007: p.12)

C. Gestión de la limitación de los créditos

“La entidad financiera debe imponer un límite que tendrá el crédito. Esto se logrará al realizando un buen análisis de la información que tengamos a disposición del futuro cliente”. Romero (2007: p.14)

“Esto se refiere al límite que tendrán los créditos concedidos que es al importe que le entregaremos al cliente y la cual será su deuda total y que este deberá pagarlo honrando su palabra y compromiso adquirido con nuestra empresa”. Romero (2007: p.15)

D. Gestión de la organización de los créditos y también las cobranzas Si la empresa no ha adecuado dentro de sus políticas normas, procedimientos, formas de cobranza, no podrá disponer de una efectiva área de crédito y también cobranzas, teniendo que implementar procedimientos que sean apoyados por todos los funcionarios que están involucrados en el proceso de los créditos. Gonzales (2017)

El analista y evaluador de créditos de los clientes tendrá que ser un profesional con experiencia en la materia y preparado para tomar las mejores decisiones, esto se lograra si la empresa mantiene actualizadas sus procesos o manuales de la forma como se deben procesar los créditos. Gonzales (2017).

1.3.3. Teorías que sustentan la cartera de clientes

A. Teoría de la decisión

Borea (2016), “La teoría de la decisión es esencial para la administración ya que conduce, llegar a comprender lo que es una decisión administrativa “correcta” y nos aclara la distinción entre cuestiones de política y de administración” (p.3). Toda decisión encierra elementos de dos clases, llamados:

Proposiciones fácticas

“Las propuestas reales son aseveraciones acerca del universo que podemos ver y su manera de operar, pueden ponerse a prueba para determinar si son verdaderas o falsas”. Borea (2016:p.5)

Proposiciones éticas

“Las decisiones muchas pueden ser correctas o erróneas resolviéndose en términos éticos, como "deber", "bondad" y "preferencia", tienen un significado basado puramente en la práctica del sujeto”. Borea (2016:p.7)

“No todos tienen los mismos valores, motivo por el cual no hay manera de demostrar, racionalmente, la corrección de este tipo de proposiciones”.

Borea (2016:p.9)

“Los fallos son algo más que ofrecimientos de hecho, permitiendo describir un estado futuro de las cosas pudiendo ser verdadera o falsa en un sentido estrictamente materialista”. Borea (2016, p.12)

B. Concepto

“Grupo de clientes que posee la organización, siendo los que generan ingresos económicos a través de la actividad normal de la entidad” Cantarero (2016).

“Es un control adecuado de los clientes y potenciales clientes, que te permite ubicarlos de forma más rápida: conociendo quienes son, dónde y cuándo localizarlos, sus posibilidades de adquisición, su dirección, teléfono o correo electrónico” Popular (2013).

C. Clasificación

La codificación de clientes admitirá dividir y escoger las estrategias a utilizar, las acciones a desdoblarse, y en última instancia, los esfuerzos y recursos que se ofrecerán a cada tipo de cliente y al tipo de relación que se desee tener con cada uno. Fernández (2017). Siendo su clasificación:

- Clientes actuales. “Estos clientes son aquellos que adquieren nuestros productos o servicios de forma periódica, que pueden ser empresas o particulares”. Fernández (2017:p.2)
- Clientes activos. “Son aquellos que hacen compras con cierta frecuencia y que lo hicieron recientemente o en un periodo de tiempo establecido por la empresa. Este periodo de tiempo dependerá del tipo de empresa o el producto”. Fernández (2017:p.4)
- Clientes inactivos. “Se refiere a los clientes que han dejado de comprar por algún determinado tiempo de los cuales se puede recurrir en algún momento”. Fernández (2017:p.5)

- Clientes potenciales. Son las personas que nunca se han acercado a comprar a la empresa, pero si han demostrado algún interés a través de la solicitud de información, petición de presupuesto, y que cuentan con capacidad de compra. Fernández (2017)
- Clientes probables. “En este punto se encuentran las personas que no han adquirido productos o servicios de la empresa, y que no han manifestado ningún interés, pero, sin embargo, por sus características consideramos que podrían convertirse en generadores de ingresos a futuro”. Fernández (2017:p.8)

1.3.4. Dimensiones que sustentan la cartera de clientes

De acuerdo a Cuesta (2015), describe que existen las siguientes etapas que ayudan a mejorar la cartera de clientes:

A. Etapa de selección

“Es la conexión de los objetivos que establecen los directivos, la creación de posibilidades que se hace a los clientes y la actuación para su desempeño”. Fernández (2017:p.11)

Se tiene que pensar en identificar a los clientes que posean el perfil que más se acerquen al largo camino que intentamos perpetrar, cumpliendo con sus perspectivas y en resarcimiento la compañía absorberá la contraprestación monetaria del cliente en el corto plazo. Fernández (2017)

Por tener un cliente satisfecho se multiplicará el valor de la empresa en el mercado, este cliente será el principal vendedor de la empresa pues su interés será que la empresa con la que se encuentra satisfecho y complacido, perdure el mayor tiempo posible, que tenga éxito y que gane mucho dinero, etc. Fernández (2017)

B. Etapa de conquista

El mismo Fernández (2017), menciona que el comprador, debe ser siempre el eje central de todas nuestras operaciones, brindándole toda la

información de los productos y servicios que queremos que conozca o adquiera. De los cuales tenemos dos leyes:

- Regla KISS (keep it simple stupid): es transcendental entender que nosotros somos los emisores y no los receptores del mensaje, de tal forma que la comunicación la tenemos que elaborar de acuerdo al tipo de receptor al que le enviamos el mensaje. Fernández (2017)
- Regla AIDA: “Estas siglas significan: Atención, Interés, Deseo y Acción, donde los mensajes deben ser creados para atraer la atención, despertar el interés, provocar el deseo e impulsar a la acción” Fernández (2017:p.12).

C. Etapa de vinculación

El mismo Fernández (2017), describe que en este proceso se trata de actuar con una calidad de servicio y de reconocimiento del comprador por encima de todo, siendo ésta la primordial recomendación. Existen una serie de acciones típicas:

- El Welcome pack o paquete de bienvenida, radica en el envío que se le hace al comprador cuando éste realiza su primera compra, agradeciéndole por su pedido y por la confianza puesta en la empresa, aquí es donde debemos aprovechar la oportunidad para ofrecerle una todos los productos exclusivos a un precio especial como muestra de nuestro agradecimiento por su preferencia. Fernández (2017)
- La comercialización cruzada debe ser el resultado de la oferta personificada que se realiza a un comprador, apoyándose en el conocimiento que se tiene de él. Fernández (2017)
- El control de calidad es la manifestación al comprador de la inquietud que tenemos por satisfacer sus necesidades y debe ser entendido como parte el proceso de fidelización del cliente y de mejora continua de la empresa. Fernández (2017)
- Los estudios de dispendio son los que pueden ayudarnos a evitar una crítica muy habitual que se ha realizado a muchas empresas sobre el envío de mucha información que algunas empresas someten a sus

clientes para intentar conseguir nuevas transacciones. Fernández (2017)

D. Etapa de fidelización

El mismo Fernández (2017), el comprador no se halla solitario, por lo que una vez que hemos logrado su plena satisfacción y confianza, es el momento cuando podemos pedirle algo más que la simple transacción repetitiva, tenemos que llevar a su ánimo dos mensajes:

- Debemos generarle un sentimiento de orgullo por ser parte de nuestra empresa como cliente, llegando a presumir o “jactarse” de ser nuestro cliente. Fernández (2017)
- Este mensaje está relacionado con la garantía de continuidad, es decir que si realmente se siente satisfecho, tenemos que llevar a su mente la necesidad de ayudarnos a vender más de tal forma que nuestra supervivencia esté garantizada y consecuentemente su garantía de servicio. Fernández (2017)

1.4. Formulación del problema

¿Cuál es el efecto de la gestión de créditos que incrementara la cartera de clientes del banco azteca, agencia Jaén – 2018?

1.5. Justificación e importancia de estudio

1.5.1. Justificación del estudio

Este trabajo de investigación se justifica porque ayudara al banco azteca a mejorar los procesos en el otorgamiento de crédito, consiguiendo tomar mejores decisiones y con ello incrementar la cartera de clientes

1.5.2. Importancia del estudio

Este trabajo de investigación es de suma importancia porque identificaremos cuales son los procesos en el otorgamiento de crédito que están ocasionando la pérdida de clientes, tratare de proponer técnicas para que recuperar el mercado que hace mucho estamos perdiendo por la gran competencia que existe.

1.6. Hipótesis

Al describir el efecto de la gestión de créditos entonces contribuiremos a incrementar la cartera de clientes del Banco Azteca, agencia Jaén – 2018.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general

Proponer una gestión de créditos para incrementar la cartera de clientes del Banco Azteca, agencia Jaén – 2018.

1.7.2. Objetivos específicos

- Evaluar la cartera de clientes del Banco Azteca, agencia Jaén – 2018.
- Evaluar la gestión de créditos del Banco Azteca, agencia Jaén – 2018.
- Diseñar una gestión de créditos para incrementar la cartera de clientes del banco azteca, agencia Jaén – 2018.

II. Material y Métodos

2.1. Tipo y diseño de investigación

2.1.1. Tipo de investigación

Tipo de investigación: Descriptivo – Propositivo

Por su finalidad: “Se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir las variables y examinar su acontecimiento e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía, de algo que sucede” Lui y Tucker (2008).

2.1.2. Diseño de investigación

La presente investigación tiene un diseño no experimental ya que del presente estudio solo se observará y describirá las variables tal como se presentan en su contexto natural sin llegar a la manipulación de ellas.

Por su carácter: “Tienen como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. El procedimiento consiste en ubicar en una o diversas variables a un grupo de personas u otros y proporcionar su descripción” Hernández, Fernández y Baptista (2014:155).

Esquema:

$$M = O - P$$

Donde;

- M = Muestra constituida por los 20 trabajadores del Banco Azteca, agencia Jaén.
- O = Cuestionario orientado para verificar el nivel de la cartera de clientes.
- P = Propuesta manejo de la gestión de créditos.

Por su naturaleza: “Se trata de una investigación Cuantitativa porque corresponde a una investigación de tipo sustantiva, pues trata de responder a un problema de índole teórico y se orienta a describir su realidad” Sánchez y Reyes (2000).

Operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operativa	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnica e instrumento de recolección de datos
Variable dependiente: Cartera de clientes	Es el grupo de clientes que tienen la organización y que son los generadores de recursos económicos obtenidos a través de la actividad normal de la empresa. Cantarero (2104)	Son las acciones que realizan personas al ingresar a un establecimiento empresarial para adquirir un producto o servicio	Etapa de selección	Creación de expectativas	Las expectativas creadas a los clientes se llegan a cumplir	Técnica Encuesta Instrumento Escala de Likert
				Identificar a los clientes	Al momento de identificar a los clientes en la etapa de selección usted tiene en cuenta los objetivos de la empresa	
			Etapa de conquista	Público objetivo	Al momento de preparar la comunicación que va a transmitir identifica claramente su público objetivo	
				Captar la atención	Al momento de entablar una comunicación con sus clientes ha logrado captar su atención	
			Etapa de vinculación	Productos exclusivos a un precio especial	A los clientes actuales los benefician por su preferencia ofreciéndoles productos exclusivos a un precio especial	
				Conocimiento que se tiene de él	Antes de contactar al cliente investiga sobre sus necesidades	
			Etapa de fidelización	Plena satisfacción y confianza	Ha logrado que los clientes después de haber culminado de pagar su crédito salgan satisfechos y con confianza del servicio brindado por nuestra empresa	
				Garantía de continuidad	Ha logrado que los clientes después de haber culminado de pagar su crédito quieran seguir trabajando con nosotros.	
Variable Independiente: Gestión de créditos	Ya sea como comprador o distribuidora del crédito en cuestión, gestionar el proceso general y los pasos de un préstamo; desde el momento que lo solicita hasta que termina de amortizarlo. ECURED (2012)	Es el proceso o procedimientos, evaluaciones que realizan los trabajadores cuando un potencial cliente les solicita un crédito dinerario	Gestión de Información	Capacidad de poder evaluar	El Banco Azteca le ha brindado charlas para usted pueda obtener capacidad de poder evaluar a un cliente	Técnica Observación
				Analizar las condiciones del solicitante	Toma en cuenta las políticas del banco al momento de analizar las condiciones del solicitante al momento de aprobar un crédito	
			Gestión de riesgo crediticio	Cobranza total del crédito	Siempre ha podido cumplir con la cobranza total del crédito de sus clientes	
				Factor del riesgo	Con las herramientas que cuenta en el Banco Azteca, agencia de Jaén le permiten identificar los Factores del riesgo al momento de otorgar un crédito	
			Gestión de limitación de créditos	Compromiso adquirido	Al momento de otorgar un crédito usted cumple con informar fehacientemente al cliente sobre el compromiso adquirido	
				Deuda total	Usted informa constantemente a los clientes sobre su deuda total que poseen con el banco	

			Gestión de organización de los créditos y también las cobranzas	Formas de cobranza	Usted siempre se capacita para mejorar las formas de cobranza de las deudas asumidas por sus clientes	
				Proceso de los créditos.	Usted toma en cuenta las políticas de la empresa al momento de procesar los créditos de sus clientes.	

Fuente: elaboración propia

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población

Para la presente investigación se ha considerado a los 20 trabajadores que se encargan de la gestión de créditos y de cartera de clientes del Banco Azteca, agencia Jaén.

2.2.2. Muestra

Para la muestra se ha considerado al total de la población que son los 20 trabajadores que se encargan de la gestión de créditos y de cartera de clientes del Banco Azteca, agencia Jaén.

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.3.1. Técnicas

Según Sánchez y Reyes (2017), revela que las técnicas son los medios por los cuales se procede a recoger información requerida de una realidad o fenómeno en función a los objetivos de la investigación (p.163) La técnica utilizada es la encuesta

2.3.2. Instrumento

Según Sánchez y Reyes (2017), menciona que los cuestionarios constituyen un documento o formato escrito de cuestiones o preguntas relacionadas con los objetivos del estudio (p.164).

El instrumento a utilizar será el cuestionario de preguntas cerradas

2.3.3. Validez y confiabilidad

El instrumento será validado por dos expertos, lo mismo que contarán con una solvencia moral, ética y profesional acorde al estudio; todos contadores públicos colegiados con grado de maestría.

La confiabilidad del instrumento se determinará a través del estadístico de Alpha De Cronbach.

2.4. Métodos de análisis de datos

Estadísticamente el estudio será analizado mediante el análisis de información, en dos fases por ser de tipo descriptivo:

Primera fase: Validación y confiabilidad del instrumento.

El instrumento será validado por dos expertos, lo mismo que cuentan con una solvencia moral, ética y profesional acorde al estudio.

Por dos contadores públicos colegiado, si es posible con grado de Maestría, lo mismo que emitirá un juicio de valor relacionándolo el contenido de las variables, dimensiones, indicadores e ítems del instrumento de evaluación.

Segunda fase: Análisis descriptivo simple.

Los datos obtenidos del cuestionario la verificación del nivel de cartera de clientes del banco azteca, agencia Jaén, 2018, fueron recogidos en una base de datos en el programa estadístico de Excel, luego procesados en el software SPSS, luego para describir los resultados se utilizaron tres pasos: Representación en tablas y gráficos y, finalmente se realizó la respectiva interpretación teniendo en cuenta las dimensiones y realizando un análisis comparativo de variables.

2.5. Aspectos éticos

Consentimiento o Aprobación de la Participación

Se consultará a los trabajadores para que puedan participar de esta investigación y con ello tener su aprobación

Confidencialidad

Se guardada los datos de los trabajadores y de toda la información obtenida del Banco Azteca, el cual solo han sido obtenidos para fines académicos.

Respetar la autoría

Se mencionará los nombres de los autores de la información obtenida, ya que tenemos que valorar el esfuerzo personal, económico y familiar que cada autor ha realizado antes, durante y después de la investigación realizada.

III. Resultados

3.1. Tablas y Figuras

Primer objetivo específico: Evaluar la cartera de clientes del Banco Azteca, agencia

Jaén- 2018.

Tabla 1

Categoría	N	%
deficiente	16	80.0
regular	4	20.0
eficiente	0	0.0
Total	20	100

Fuente: Análisis estadístico de datos.

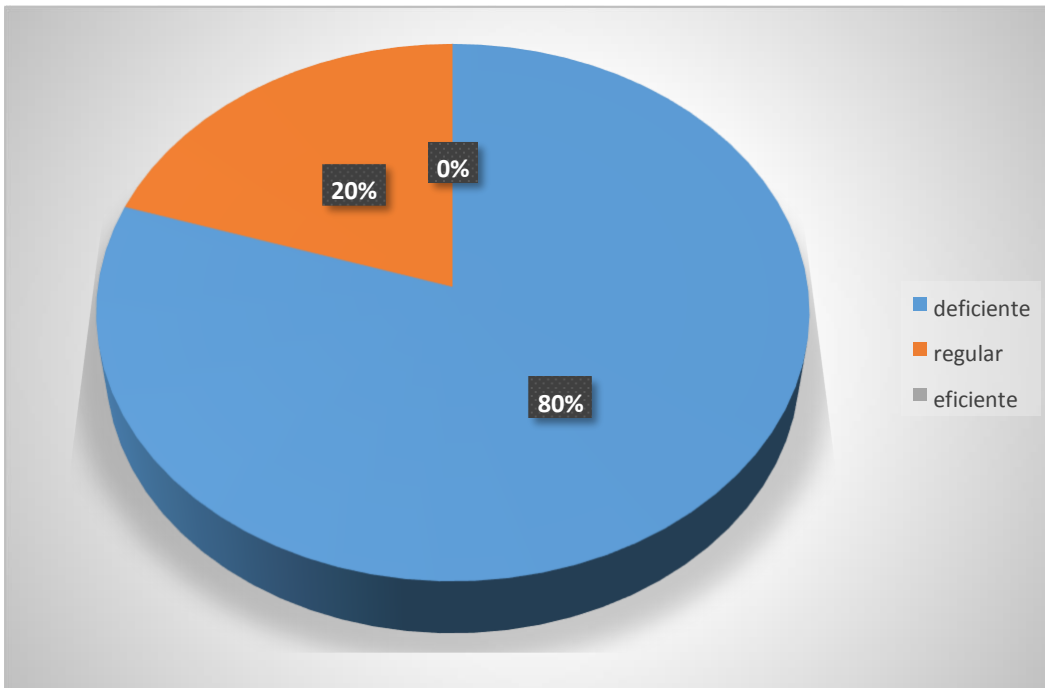


Figura 1. Evaluación de la cartera de clientes del Banco Azteca, agencia Jaén.

Interpretación: Según la tabla 1 y figura 1, el 80% de los trabajadores encuestados del Banco Azteca, agencia Jaén, manifiestan que el nivel de la cartera de clientes es deficiente, esto demuestra que se están perdiendo clientes por diferentes factores internos del mismo banco.

Tabla 2. Las expectativas creadas a los clientes se llegan a cumplir

Categoría	N	%
Nunca	11	55
Casi nunca	5	25
A veces	4	20
Casi siempre	0	0
Siempre	0	0
Total	20	100

Fuente: Análisis estadístico de datos.

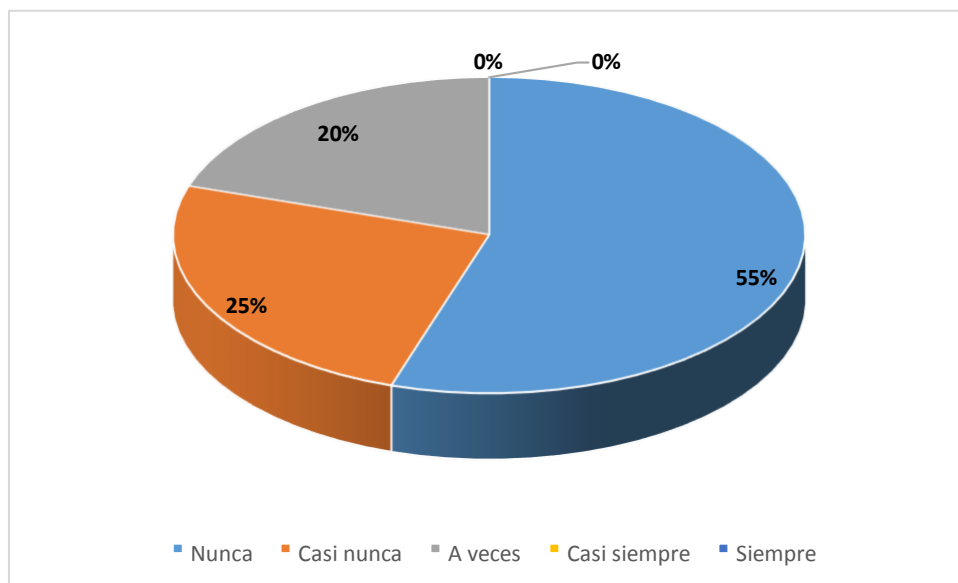


Figura 2. Las expectativas creadas a los clientes se llegan a cumplir.

Interpretación: Según la tabla 2 y figura 2, el 55% de los encuestados del Banco Azteca, agencia Jaén, manifiestan que nunca llegan a cubrir las expectativas que le fueron creadas a los clientes, generando una mala imagen ante los ojos de los clientes, teniendo como consecuencia una deficiente gestión de créditos.

Tabla 3 Al momento de identificar a los clientes en la etapa de selección usted tiene en cuenta los objetivos de la empresa.

Categoría	N	%
Nunca	9	45
Casi nunca	11	55
A veces	0	0
Casi siempre	0	0
Siempre	0	0
Total	20	100

Fuente. Análisis estadístico de los datos

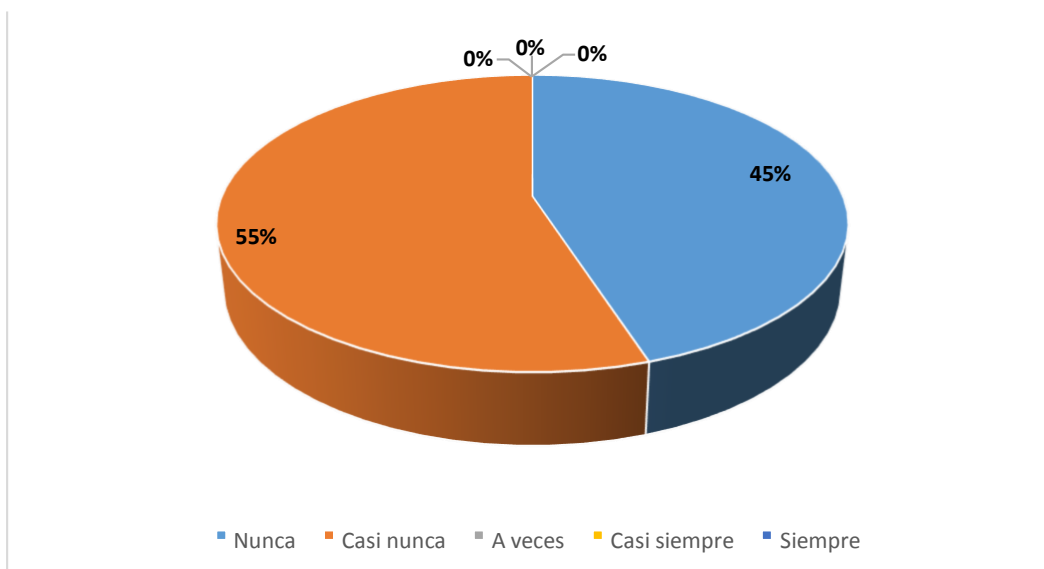


Figura 3. Al momento de identificar a los clientes en la etapa de selección usted tiene en cuenta los objetivos de la empresa.

Interpretación: Según la tabla 3 y figura 3, el 55% de los encuestados del banco azteca, agencia Jaén, manifiestan que casi nunca llegan tienen en cuenta los objetivos de la empresa al momento de identificar a los clientes en la etapa de selección, evidenciándose que algunos trabajadores desconocen cuales son los objetivos de la empresa en la etapa de selección de clientes.

Tabla 4 Al momento de preparar la comunicación que va a transmitir identifica claramente su público objetivo

Categoría	N	%
Nunca	10	50
Casi nunca	5	25
A veces	4	20
Casi siempre	0	0
Siempre	1	5
Total	20	100

Fuente. Análisis estadístico de los datos

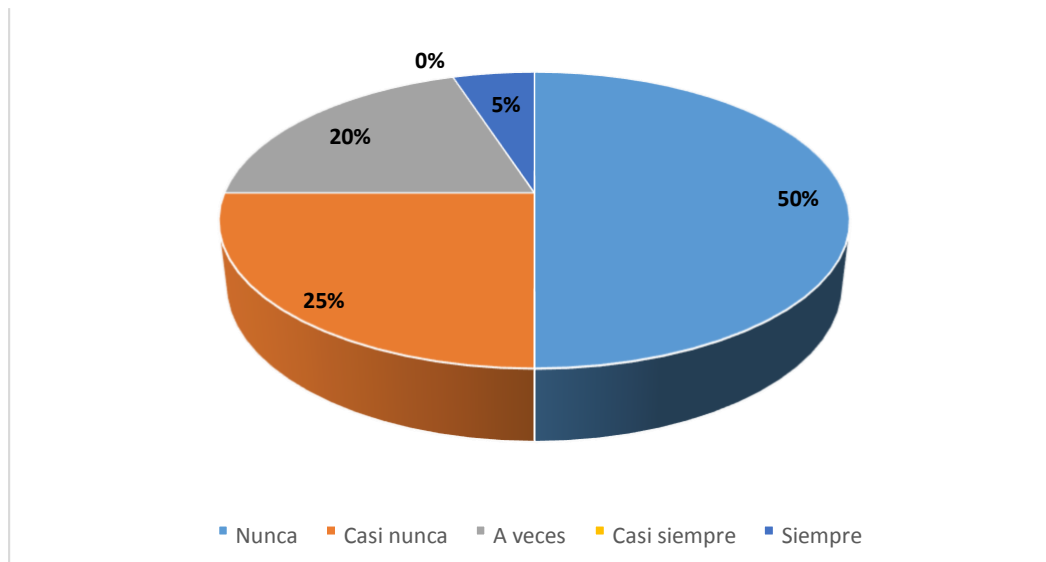


Figura 4 Al momento de preparar la comunicación que va a transmitir identifica claramente su público objetivo.

Interpretación: Según la tabla 4 y figura 4, el 50% de los trabajadores encuestados del banco azteca, agencia Jaén, manifiestan que nunca preparan la comunicación la comunicación que van a transmitir a sus potenciales clientes, generando un trabajo mal hecho que en varias ocasiones no llegan a cerrar una venta.

Tabla 5 Al momento de entablar una comunicación con sus clientes ha logrado captar su atención

Categoría	N	%
Nunca	9	45
Casi nunca	6	30
A veces	4	20
Casi siempre	1	5
Siempre	0	0
Total	20	100

Fuente. Análisis estadístico de los datos

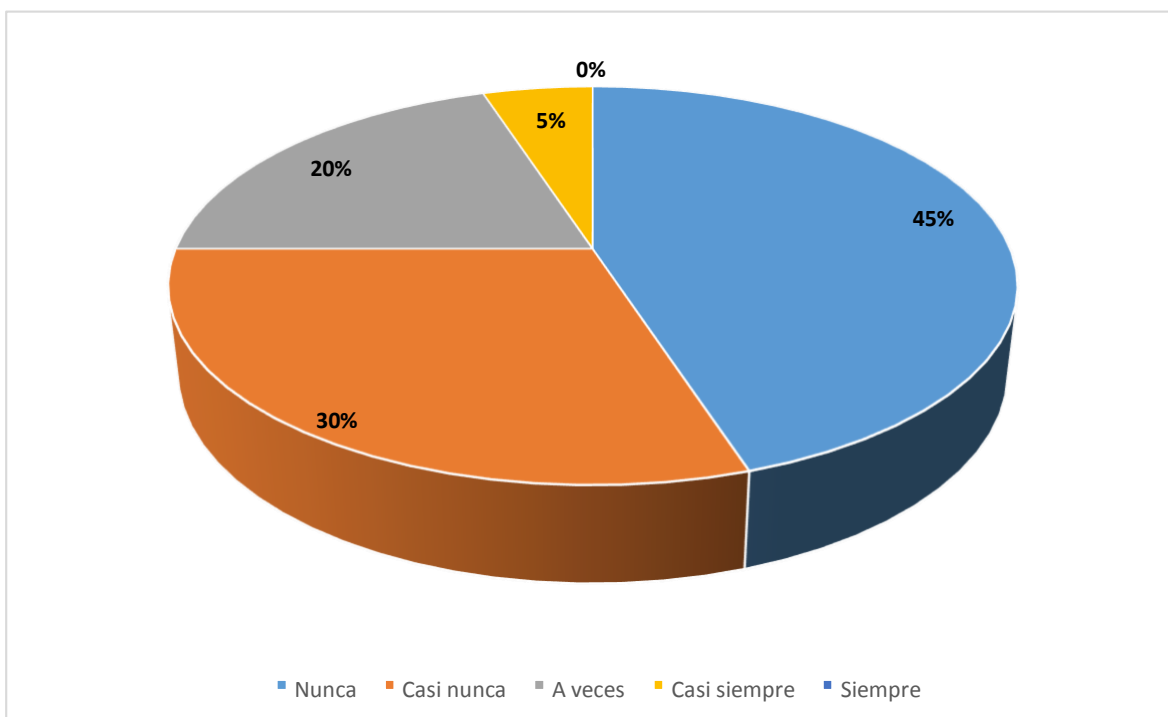


Figura 5. Al momento de entablar una comunicación con sus clientes ha logrado captar su atención.

Interpretación: Según la tabla 5 y figura 5, el 45% de los trabajadores encuestados del banco azteca, agencia Jaén, manifiestan que en las comunicaciones que entablan con sus clientes nunca han logrado captar su atención permitiéndoles cerrar exitosamente la venta del crédito, evidenciándose que los trabajadores demuestran interés en captar nuevos clientes.

Tabla 6.

A los clientes actuales los benefician por su preferencia ofreciéndoles productos exclusivos a un precio especial

Categoría	N	%
Nunca	9	45
Casi nunca	5	25
A veces	5	25
Casi siempre	1	5
Siempre	0	0
Total	20	100

Fuente. Análisis estadístico de los datos

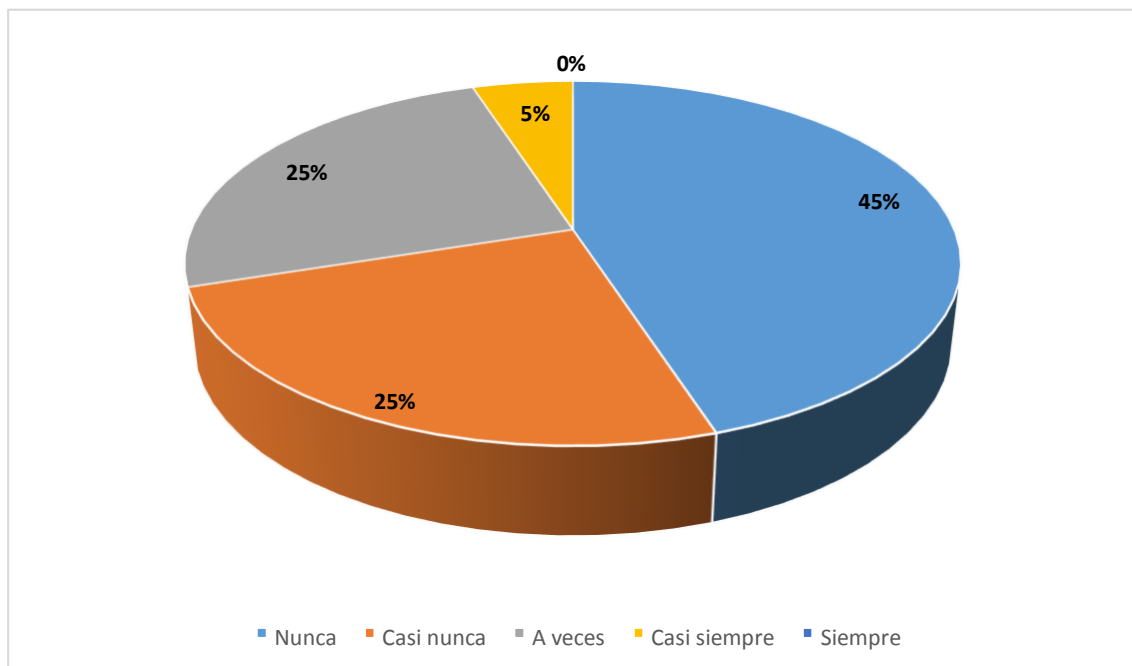


Figura 6. A los clientes actuales los benefician por su preferencia ofreciéndoles productos exclusivos a un precio especial

Interpretación: Según la tabla 6 y figura 6, el 45% de los trabajadores encuestados del banco azteca, agencia Jaén, manifiestan que el banco nunca se preocupa por en ofrecer productos exclusivos a precios especiales a sus clientes, ocasionando de esta manera malestar en lis clientes.

Tabla 7 Antes de contactar al cliente investiga sobre sus necesidades

Categoría	N	%
Nunca	7	35
Casi nunca	5	25
A veces	8	40
Casi siempre	0	0
Siempre	0	0
Total	20	100

Fuente. Análisis estadístico de los datos

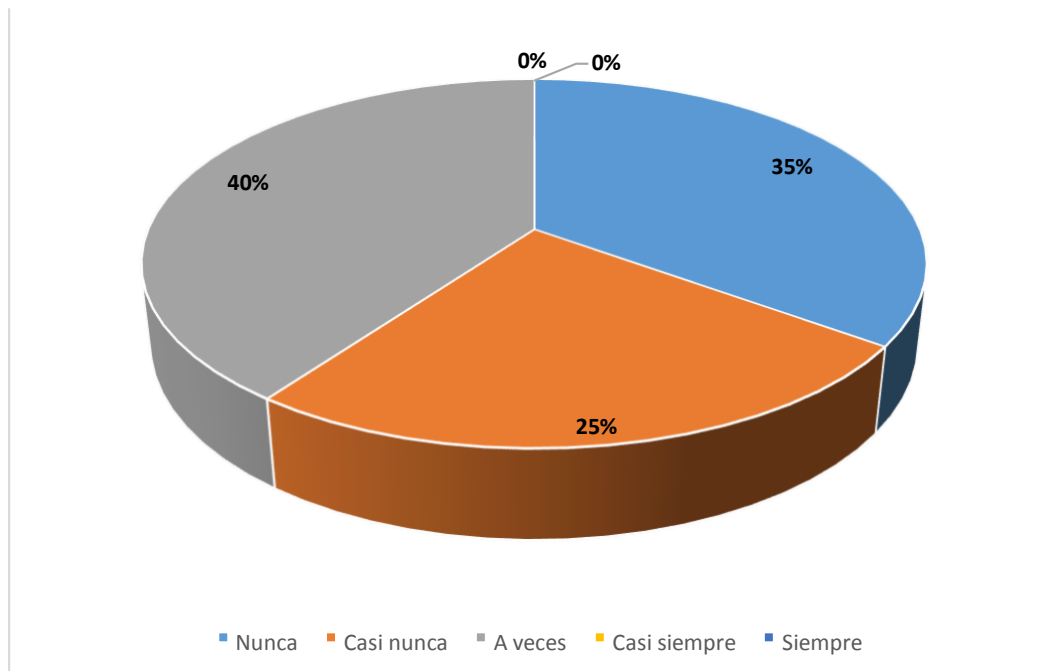


Figura 7. Antes de contactar al cliente investiga sobre sus necesidades.

Interpretación: Según la tabla 7 y figura 7, el 40% de los trabajadores encuestados del banco azteca, agencia Jaén, manifiestan que en algunas oportunidades se preocupan en investigar las necesidades de los clientes, evidenciándose si se preocupan en estar constantemente en conocer a sus clientes.

Tabla 8 Ha logrado que los clientes después de haber culminado de pagar su crédito salgan satisfechos y con confianza del servicio brindado por nuestra empresa

Categoría	N	%
Nunca	7	35
Casi nunca	7	35

A veces	6	30
Casi siempre	0	0
Siempre	0	0
Total	20	100

Fuente. Análisis estadístico de los datos

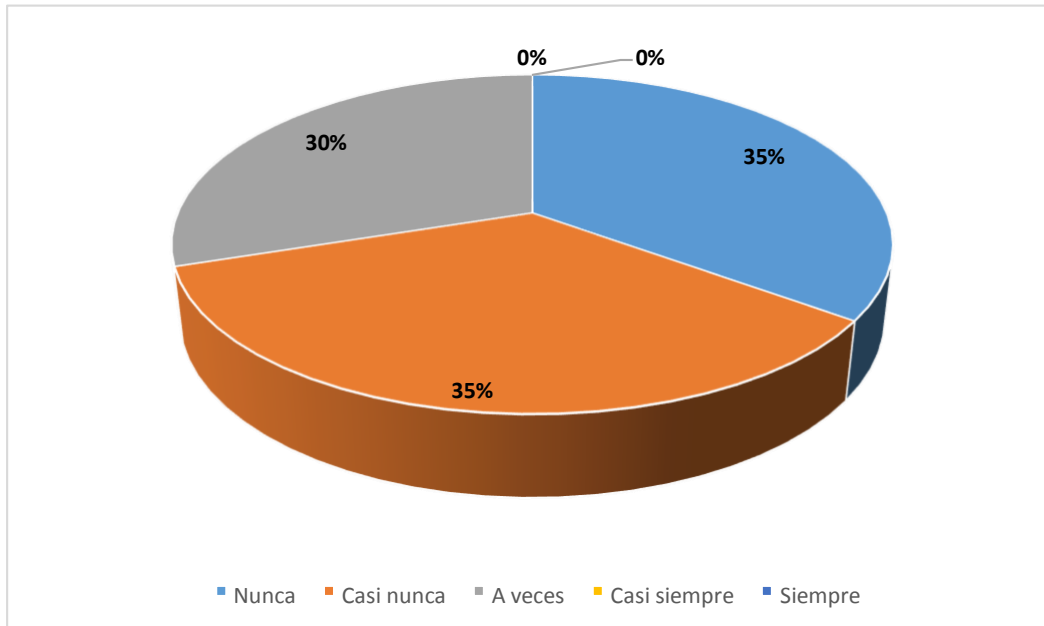


Figura 8. Ha logrado que los clientes después de haber culminado de pagar su crédito salgan satisfechos y con confianza del servicio brindado por nuestra empresa.

Interpretación: Según la tabla 8 y figura 8, el 35% de los trabajadores encuestados del Banco Azteca, agencia Jaén, manifiestan que nunca han logrado conseguir que los clientes culminen su contrato del crédito otorgado satisfechos por el servicio recibido, evidenciándose que existen inconvenientes durante todo el periodo de pago del préstamo de los clientes con el banco.

Tabla 9 Ha logrado que los clientes después de haber culminado de pagar su crédito quieran seguir trabajando con nosotros.

Categoría	N	%
Nunca	6	30
Casi nunca	6	30
A veces	8	40
Casi siempre	0	0
Siempre	0	0
Total	20	100

Fuente. Análisis estadístico de los datos

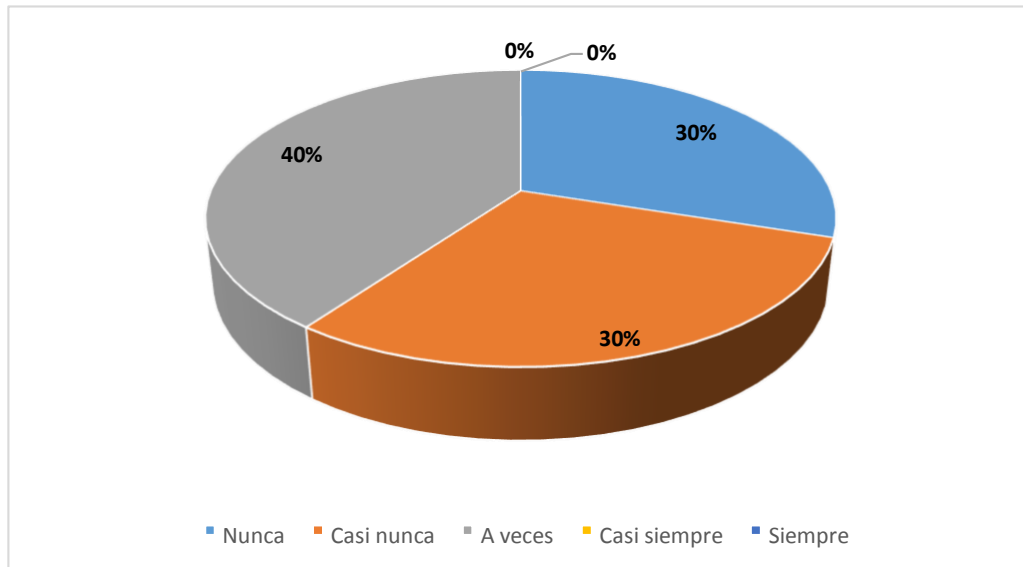


Figura 9. Ha logrado que los clientes después de haber culminado de pagar su crédito quieran seguir trabajando con nosotros.

Interpretación: Según la tabla 9 y figura 9, el 40% de los trabajadores encuestados del banco azteca, agencia Jaén, manifiestan que algunas veces en las comunicaciones que entablan con sus clientes nunca han logrado captar su atención permitiéndoles cerrar exitosamente la venta del crédito, evidenciándose que los trabajadores demuestran interés en captar nuevos clientes.

Objetivo específico 2: Evaluar la gestión de créditos que utilizan los trabajadores del Banco Azteca, agencia Jaén, 2018

Tabla 10

Categoría	N	%
deficiente	13	65
regular	7	35
eficiente	0	0
Total	20	100

Fuente. Análisis estadístico de los datos

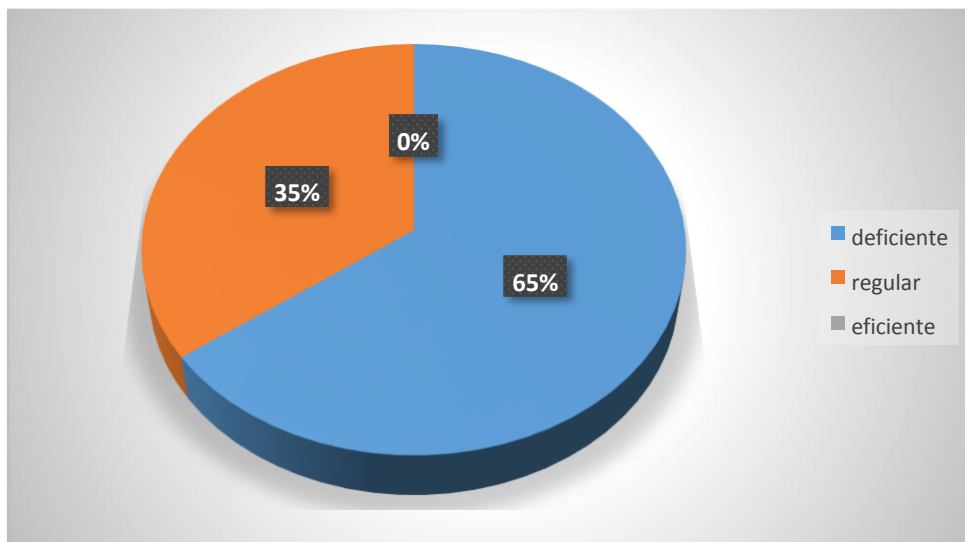


Figura 10. Evaluar la gestión de créditos que utilizan los trabajadores del Banco Azteca, agencia Jaén, 2018

Interpretación: Según la tabla 10 y figura 10, el 65% de los trabajadores encuestados del Banco Azteca, agencia Jaén, manifiestan que la gestión de créditos que llevan a cabo es deficiente, generando problemas financieros a la entidad bancaria.

Tabla 11 El Banco Azteca le ha brindado charlas para usted pueda obtener capacidad de poder evaluar a un cliente.

Categoría	N	%
Nunca	8	40
Casi nunca	6	30
A veces	4	20
Casi siempre	1	5
Siempre	1	5
Total	20	100

Fuente. Análisis estadístico de los datos

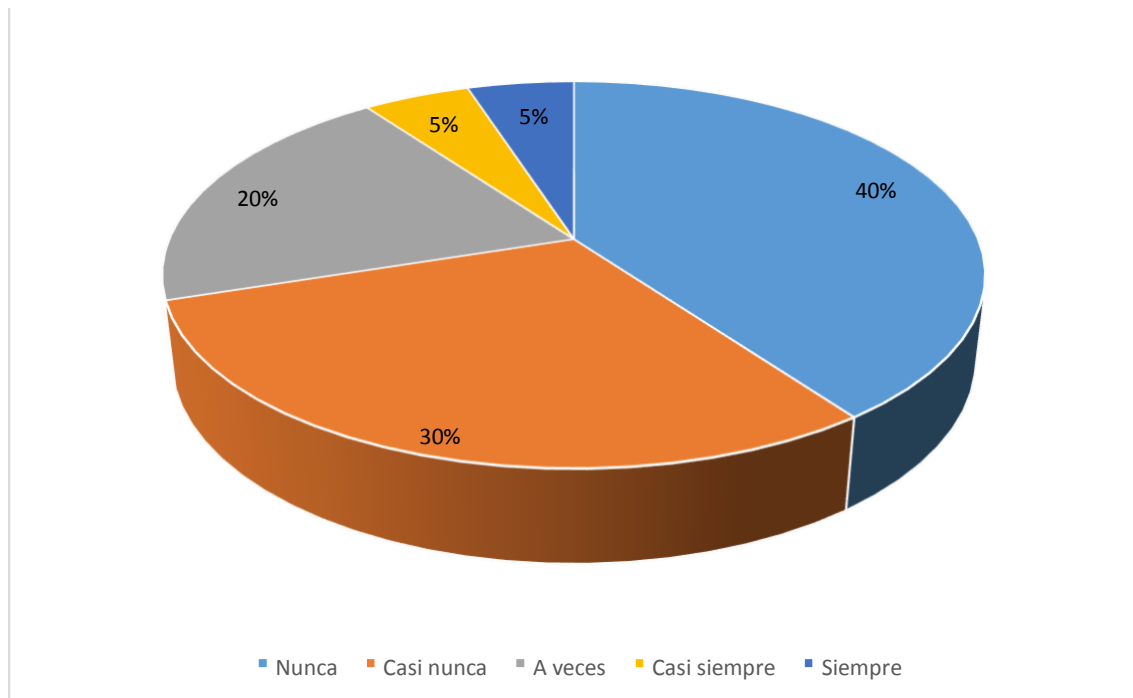


Figura 11. El Banco Azteca le ha brindado charlas para que usted pueda obtener capacidad de poder evaluar a un cliente.

Interpretación: Según la tabla 11 y figura 11, el 40% de los trabajadores encuestados del Banco Azteca, agencia Jaén, manifiestan que nunca han recibido charlas sobre como puedan evaluar la capacidad de pago de los clientes, es por ello que existen problemas en las gestiones de crédito que estos realizan.

Tabla
12

Toma en cuenta las políticas del banco al momento de analizar las condiciones del solicitante al momento de aprobar un crédito.

Categoría	N	%
Nunca	6	30
Casi nunca	9	45
A veces	2	10
Casi siempre	1	5
Siempre	2	10
Total	20	100

Fuente. Análisis estadístico de los datos

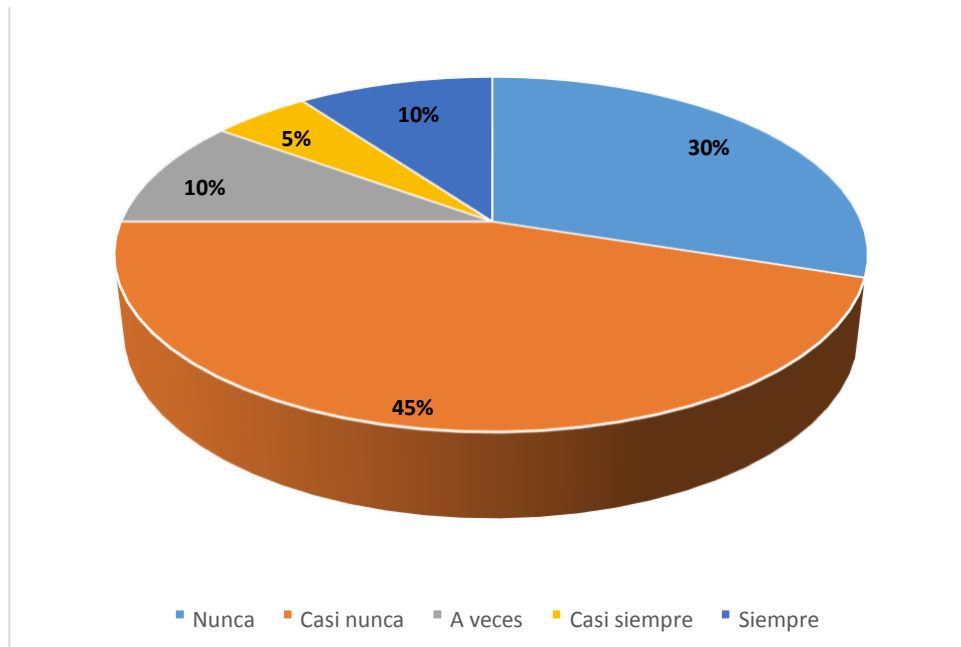


Figura 12. Toma en cuenta las políticas del banco al momento de analizar las condiciones del solicitante al momento de aprobar un crédito

Interpretación: Según la tabla 12 y figura 12, el 45% de los trabajadores encuestados del banco azteca, agencia Jaén, manifiestan que casi nunca toman en cuenta las políticas del banco al momento de analizar un préstamo, esto es a causa de que ellos siempre quieren llegar a la meta ya que la entidad financiera les exige cumplirla.

Tabla

13

Siempre ha podido cumplir con la cobranza total del crédito de sus clientes

Categoría	N	%
Nunca	4	20
Casi nunca	8	40
A veces	7	35
Casi siempre	0	0
Siempre	1	5
Total	20	100

Fuente. Análisis estadístico de los datos

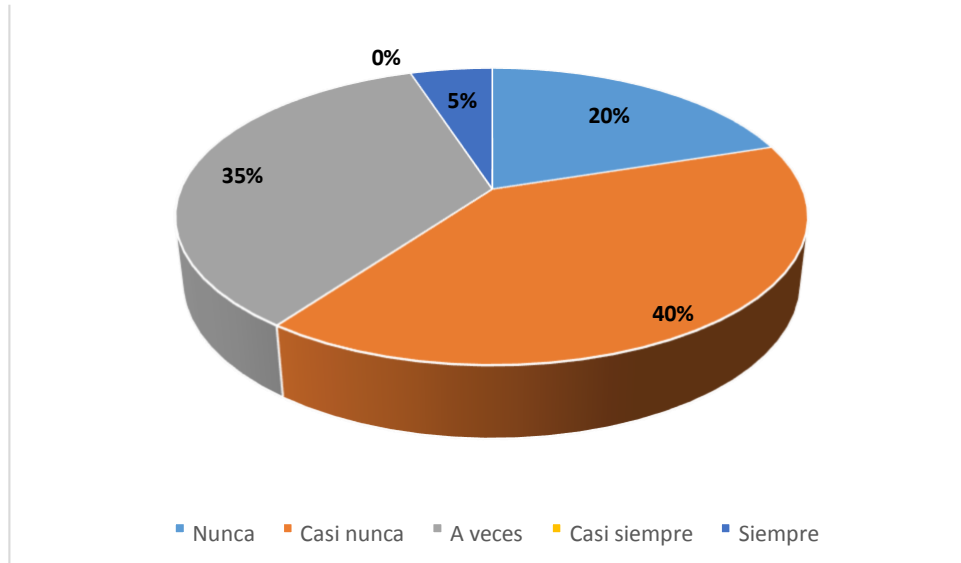


Figura 13. Siempre ha podido cumplir con la cobranza total del crédito de sus clientes

Interpretación: Según la tabla 13 y figura 13, el 40% de los trabajadores encuestados del Banco Azteca, agencia Jaén, manifiestan que casi nunca han podido cobrar la totalidad del crédito otorgado a los clientes, generando de esta manera una alta tasa de morosidad.

Tabla

14

Con las herramientas que cuenta en el Banco Azteca, agencia de Jaén le permiten identificar los Factores del riesgo al momento de otorgar un crédito

Categoría	N	%
Nunca	10	50
Casi nunca	4	20
A veces	5	25
Casi siempre	1	5
Siempre	0	0
Total	20	100

Fuente. Análisis estadístico de los datos

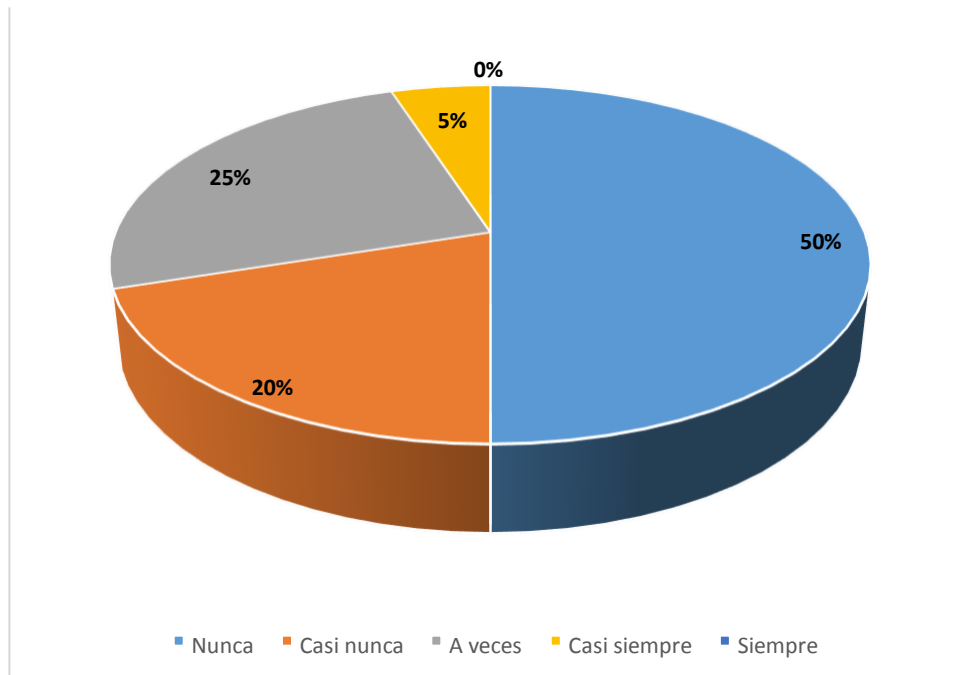


Figura 14. Con las herramientas que cuenta en el Banco Azteca, agencia de Jaén le permiten identificar los Factores del riesgo al momento de otorgar un crédito.

Interpretación: Según la tabla 14 y figura 14, el 50% de los trabajadores encuestados del Banco Azteca, agencia Jaén, manifiestan que las herramientas que cuenta la entidad financiera Nunca les permiten identificar los factores de riesgo al momento de otorgar un crédito, ocasionando que no se lleguen a cerrar algunas ventas y con ello perdemos clientes.

15

Tabla

Al momento de otorgar un crédito usted cumple con informar fehacientemente al cliente sobre el compromiso adquirido.

Categoría	N	%
Nunca	9	45
Casi nunca	4	20
A veces	7	35
Casi siempre	0	0
Siempre	0	0
Total	20	100

Fuente. Análisis estadístico de los datos

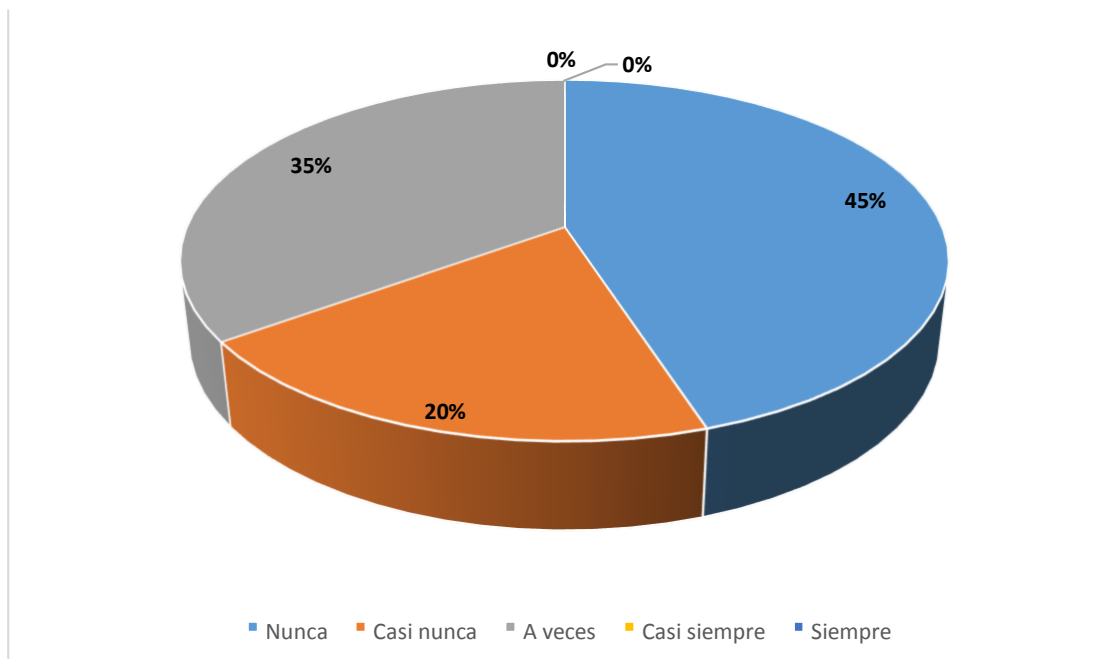


Figura 15. Al momento de otorgar un crédito usted cumple con informar fehacientemente al cliente sobre el compromiso adquirido

Interpretación: Según la tabla 15 y figura 15, el 45% de los trabajadores encuestados del Banco Azteca, agencia Jaén, manifiestan que nunca se preocupan por informar a los clientes del compromiso adquirido antes del desembolso de los préstamos, generando desconocimiento en algunos clientes.

Tabla

Usted informa constantemente a los clientes sobre su deuda total que poseen con el banco

Categoría	N	%
Nunca	9	45
Casi nunca	5	25
A veces	4	20
Casi siempre	2	10
Siempre	0	0
Total	20	100

Fuente. Análisis estadístico de los datos

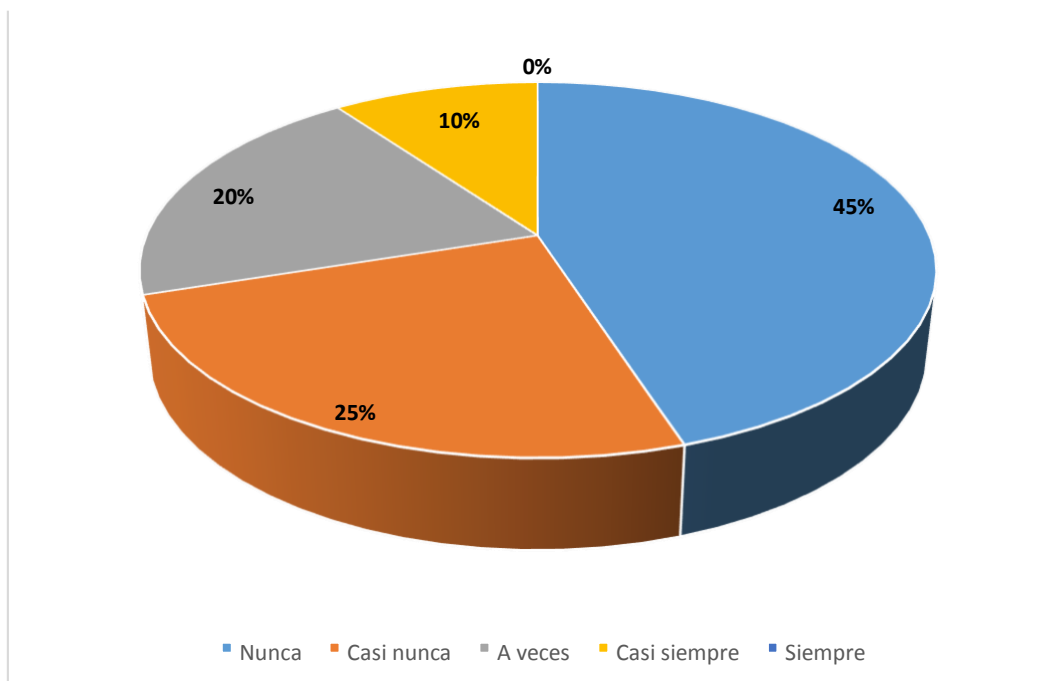


Figura 16. Usted informa constantemente a los clientes sobre su deuda total que poseen con el banco

Interpretación: Según la tabla 16 y figura 16, el 45% de los trabajadores encuestados del Banco Azteca, agencia Jaén, manifiestan que nunca informan a los clientes sobre la deuda total que actualmente poseen con el banco, generando desinformación con los clientes sobre el total de su deuda.

Tabla N° 17

Usted siempre se capacita para mejorar las formas de cobranza de las deudas asumidas por sus clientes

Categoría	N	%
Nunca	7	35
Casi nunca	6	30
A veces	5	25
Casi siempre	2	10
Siempre	0	0
Total	20	100

Fuente. Análisis estadístico de los datos

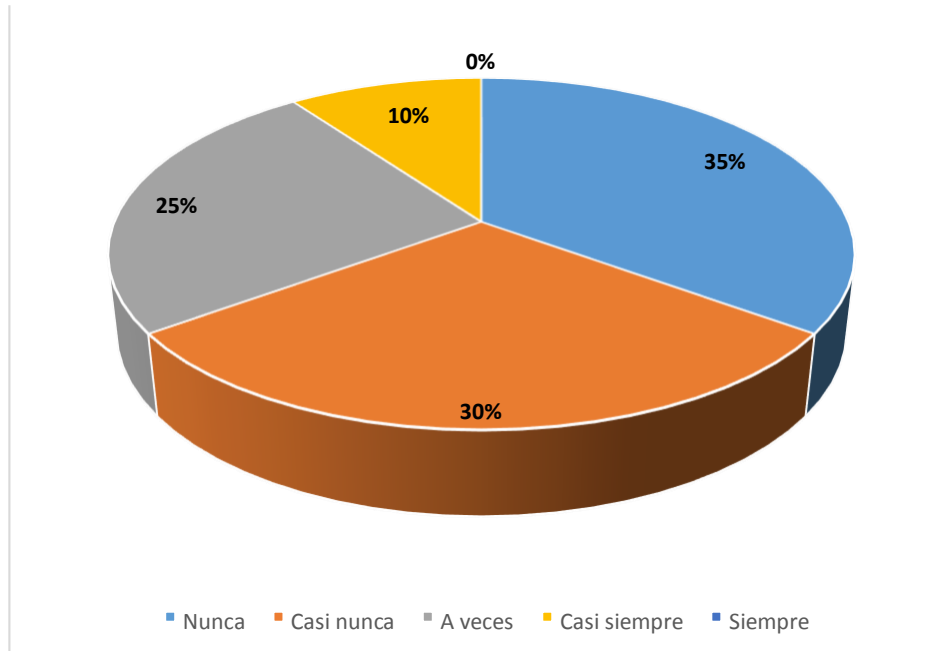


Figura 17. Usted siempre se capacita para mejorar las formas de cobranza de las deudas asumidas por sus clientes

Interpretación: Según la tabla 17 y figura 17, el 35% de los trabajadores encuestados del banco azteca, agencia Jaén, manifiestan que nunca se capacitan para mejorar sus conocimientos sobre técnicas de cobranza de las deudas que poseen sus clientes, es por ello que mientras tengamos trabajadores desactualizados no podrán enfrentar casos nuevos de morosidad.

Tabla 18 Usted toma en cuenta las políticas de la empresa al momento de procesar los créditos de sus clientes

Categoría	N	%
Nunca	11	55
Casi nunca	5	25
A veces	2	10
Casi siempre	1	5
Siempre	1	5
Total	20	100

Fuente. Análisis estadístico de los datos

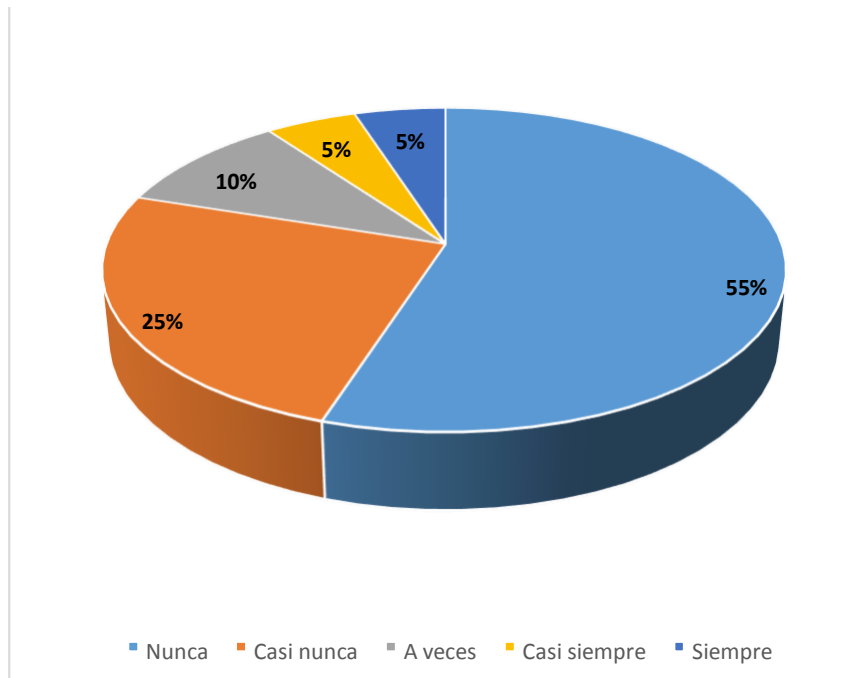


Figura 18. Usted toma en cuenta las políticas de la empresa al momento de procesar los créditos de sus clientes

Interpretación: Según la tabla 18 y figura 18, el 55% de los trabajadores encuestados del Banco Azteca, agencia Jaén, manifiestan que nunca toman en cuenta las políticas del banco al momento de procesar créditos a sus clientes, generando una deficiente gestión de créditos incumpliendo la normatividad de la entidad financiera.

3.2. Discusión de resultados

Por intermedio de la presente tesis que fue de tipo Descriptiva- Propositiva, cuyo objetivo general fue Proponer una gestión de créditos para incrementar la cartera de clientes del Banco Azteca, agencia Jaén – 2018.

Se procedió a observar si los resultados derivados nos dan una enfoque claro y preciso de la necesidad de utilizar una gestión de créditos que permitirá incrementar la la cartera de clientes del Banco Azteca, agencia Jaén, logrando de esta manera el logro de los objetivos específicos de la presente investigación.

Al examinar el progreso de la pesquisa se rescata que mediante las tablas y gráficos porcentuales como resumen del instrumento, a nivel variable Dependiente o problema aportan como resultado un porcentaje de 64% del resumen que existe un nivel regular de cartera de clientes, es por ello que si existe una necesidad de mejorar la gestión de créditos que les permitan incrementar la cartera de clientes en el Banco Azteca, agencia Jaén porque se busca incrementar la cartera de clientes y con ello posicionar a la entidad financiera en este mercado muy competitivo, que nos permitirá tener mejores resultados económicos.

Esto ha logrado identificar un problema de suma importancia dentro de la empresa, ya que al ser esta una entidad financiera, le perjudica enormemente en sus estados financieros estar perdiendo clientes por una mala gestión de créditos que están realizando sus trabajadores.

Partiendo de esta premisa, la cual mediante la aplicación de encuestas se logró identificar diferentes inexactitudes que existen en la cartera de clientes, como resultado de la pesquisa se pudo concretar la rápida necesidad que existe en materializar la idea de renovar y mejorar la gestión de créditos que nos permita incrementar nuestra cartera de clientes, esto con el objeto de fortalecer la economía de la empresa, posicionarla como empresa líder en el mercado de la provincia de Jaén, y con ello mejorar las condiciones salariales y vida de nuestros trabajadores.

3.3. Aporte científico

3.3.1. Presentación

Toda entidad financiera podrá lograr ejecutar el proceso de sus operaciones mediante una buena gestión de créditos, consiguiendo de esta manera ampliar su cartera de clientes que les permita seguir compitiendo en este mercado globalizado.

Es por ello desde esta perspectiva que se rescata la importancia de que la cartera de clientes se renueve día a día donde se pueda colocar más que les permita ampliar el posicionamiento de la empresa, donde los trabajadores deben demostrar su eficiencia y eficacia al momento de otorgar un crédito, a través de una buena gestión de créditos que nos permita generar a la entidad financiera información confiable y oportuna a corto plazo.

Es en este sentido la entidad financiera Banco Azteca, agencia Jaén, presenta deficiencias en la gestión de créditos, cuyas funciones utilizadas por los trabajadores es muy deficiente ya que esta generando perdida de clientes con una alta tasa de morosidad afectando económicamente a las arcas de la organización.

La propuesta que se plantea a continuación está relacionada con la gestión de créditos que realizan los trabajadores de la organización Banco Azteca, agencia Jaén., dicha propuesta está formulada bajo las variables de Gestión de créditos para incrementar la cartera de clientes del Banco Azteca, agencia Jaén, ya sea desde el inicio en que ingresa la solicitud de los clientes hasta que se desembolsa el monto del prestamos, y como mantener nuestra cartera de clientes sana, sin riesgos que afecten los intereses del banco; con el propósito de corregir las fallas y debilidades existentes en el área de gestión de créditos y de los procesos que contribuyan con el mejoramiento significativo de la cartera de clientes que repercute en una excelente gestión de créditos.

3.3.2. Resumen

La presente pesquisa tuvo como objetivo incrementar la cartera de clientes del Banco Azteca, agencia Jaén - 2018 a través de la gestión de créditos.

Esta propuesta es presentada por la autora de esta pesquisa. Para la implementación de la propuesta se asume un costo aproximadamente de S/. 3,000.00 (Tres mil con 00/100 soles). Este estudio realizado es muy importante para los accionistas del banco en mención.

La población estuvo constituida por los 20 trabajadores del área de gestión de créditos del Banco Azteca, agencia Jaén, 2018, la técnica que se utilizo fue la encuesta y el instrumento utilizado fue el cuestionario.

Los resultados alcanzados ofrecen una gran herramienta para la organización, ya que tienen menores riesgos al momento de otorgar un crédito en este mercado muy cambiante, es relevante debido a los cambios económicos y como este se ve afectado en la manera de enfrentar y responder a dichos cambios. Para toda empresa es muy importante saber con qué herramientas cuenta para enfrentarse a un mercado, que cada día alcanza un nivel de capacidad más severa y requiere mayor producción en sus procesos.

La presente propuesta ha sido elaborada con el propósito de incrementar la cartera de clientes del Banco Azteca, agencia Jaén, 2018, debido que actualmente la entidad financiera ha estado perdiendo clientes por el mal servicio en todos los procesos crediticios que ofrece, generando que existan deficiencias en sus operaciones comerciales a causa de la carencia del manejo adecuado de la gestión de créditos.

3.3.3. Abstract

The objective of this research was to increase the client portfolio of Banco Azteca, Jaén agency - 2018 through credit management.

This proposal is presented by the author of this research. For the implementation of the proposal, a cost of approximately S /. 3,000.00 (Three thousand with 00/100 soles). This study is very important for the bank's shareholders.

The population was constituted by the 20 workers of the credit management area of Banco Azteca, Jaén agency, 2018, the technique that was used was the survey and the instrument used was the questionnaire.

The results achieved offer a great tool for the organization, since they have lower risks when granting a loan in this very changing market, it is relevant due to economic changes and how it is affected in the way to face and respond to said changes. For any company it is very important to know what tools it has to face a market, which every day reaches a more severe capacity level and requires more production in its processes.

This proposal has been developed with the purpose of increasing the client portfolio of Banco Azteca, Jaén agency, 2018, due to the fact that the financial entity has been losing clients due to the bad service in all the credit processes it offers, generating deficiencies in its commercial operations because of the lack of proper management of credit management.

3.3.4. Planteamiento del Problema

En el mercado financiero se ha vuelto muy competitivo desde la creación de las cooperativas de ahorro y crédito, generando que algunos bancos disminuyan las tasas de los intereses de sus productos, quitar algunos requisitos y ampliar el monto a desembolsar a los clientes, siendo esta oportunidad de personas que se aprovechan para obtener un préstamo y no cancelarlo, perjudicando a las entidades bancarias ya que se convierten en cuentas incobrables, del mismo modo perjudican a personas que realmente si pueden cumplir en pagar el préstamo pero por medidas de seguridad los bancos deciden no otorgar préstamos a personas sin antecedentes crediticios, sin garantías ya que son considerados personas con alto índice de riesgo financiero.

En el caso del Banco Azteca, agencia de Jaén ha venido año a año perdiendo parte del mercado y esto se debe a que han descuidado su activo más importante “el cliente”, cobrándoles excesivos intereses por atrasarse un día en el pago de su

cuota, siendo en algunas oportunidades generados por la mala información que brindan los trabajadores a los clientes, del mismo modo no se preocupan en realizar un cronograma de pagos junto al cliente para poder evitar en un 80% que este cliente se convierta en moroso.

3.3.4.1. Formulación del problema

¿De qué manera la propuesta de una gestión de créditos al Banco Azteca, agencia Jaén 2018; permite incrementar la cartera de clientes del banco?

3.3.5. Objetivos

3.3.5.1. Objetivo general

Diseñar una gestión de créditos que permita ser eficientes en incrementar la cartera de clientes del Banco Azteca, agencia Jaén 2018

3.3.5.2. Objetivos específicos

Determinar una gestión de créditos que se ajuste a las necesidades y políticas del Banco Azteca, agencia Jaén 2018

Diseñar los Lineamientos, procedimientos generales y específicos que deben seguirse para una adecuada gestión de créditos del Banco Azteca, agencia Jaén 2018.

Evaluar la gestión de créditos en el Banco Azteca, agencia Jaén 2018.

3.3.6. Justificación

Este trabajo de investigación se justifica porque ayudara al banco azteca a mejorar los procesos en el otorgamiento de crédito, consiguiendo tomar mejores decisiones y con ello incrementar la cartera de clientes

3.3.7. Fundamentos Teóricos

Es de gran importancia rescatar el rol de la gestión de créditos que juegan en una entidad financiera, ya que es de suma importancia para la misma, dado que personifica una parte reveladora de sus activos. Para ello se requiere de una gestión efectiva de los créditos así como de los créditos que ya han sido desembolsados a los clientes. El seguimiento a los créditos otorgados presenta

una constante oportunidad para incrementar la cartera de clientes del Banco Azteca, agencia Jaén, para ello rescato lo que dicen los siguientes autores:

Gallardo (2013), en su tesis titulada “La colocación de créditos y su incidencia en los resultados operativos de la cooperativa de ahorro y crédito Nuevo Amanecer Ltda. En el año 2011”, concluyo que se ha conseguido establecer que el problema más grande que tiene la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Nuevo Amanecer” Ltda., es la mala Intermediación bancaria, deduciendo que los resultados operantes de los años 2010 y 2011 han sido malos, en donde se registra pérdidas por montos de \$2252.37 para el año 2010 y de \$1698.89 para el año 2011.

Alvarez, Garay y Goicochea (2017), en su pesquisa “El control de la cartera de clientes y su incidencia en la información financiera de la COOPAC en el primer semestre del periodo 2015”, evidenciaron que no se dispone de lineamientos al momento del reclutamiento del personal que permitan establecer adaptaciones constantes y que nos permitan actualizar los nuevos perfiles que nos exigen los cambios sociales y culturales que influyen directamente en los postulantes.

Salazar (2018), en su pesquisa autorizada “Evaluación de la gestión en otorgamiento de crédito hipotecario en el BCP oficina Chiclayo y su impacto en la rentabilidad del 2015 – 2016”, en los resultados obtenidos le revelaron que la no descripción al cliente, la cantidad de boletas que debe presentar para la elaboración de su expediente han ocasionado mermar sus servicios y olvidándose las especificaciones de todos los requisito que exige la entidad financiera.

3.3.8. Bases Teóricas

Teoría de la decisión

Borea (2016), “Esta teoría es fundamental para la administración ya que nos conduce a comprender los que se entiende por una decisión administrativa “correcta” y nos aclara la distinción entre cuestiones de política y de administración” (p.3). Toda decisión encierra elementos de dos clases, llamados:

Proposiciones fácticas

“Las proposiciones fácticas son aseveraciones acerca del universo que podemos operar, poniéndose a prueba para establecer si son verdaderas o falsas”. Borea (2016:p.5)

Proposiciones éticas

“Las medidas usadas pueden ser correctas o incorrectas resolviéndose en términos éticos, como "deber", "bondad" y "preferencia", estando basado puramente en la experiencia del individuo”. Borea (2016:p.7)

“Fehacientemente, no todos tienen la misma escala de valores, motivo por el cual no hay manera de manifestar razonablemente la corrección de este tipo de propuestas”. Borea (2016:p.9)

Las disposiciones son algo más que propuestas de hecho, ya que narran el estado futuro de cosas y esta representación puede ser verdadera o falsa en un sentido rigurosamente materialista; pero ostentan un carácter dominante: escogen un estado futuro de cosas con preferencia a otro y dirigen el comportamiento hacia la alternativa elegida. Borea (2016) **Clasificación**

Mediante la clasificación de clientes permite desmembrar y elegir las estrategias a emplear, los movimientos desarrollados, y en última instancia, los esfuerzos y recursos que se dedicarán a cada tipo de cliente acorde al tipo de relación que se desee tener con cada uno. Fernández (2017).

3.3.9. Normatividad y/o Políticas

Las bases legales que se utilizan o toman en cuenta en el Banco Azteca, agencia Jaén, 2018, es la resolución SBS N° 272-2017 reglamento de Gobierno Corporativo y de la gestión integral de riesgos, del mismo modo se toma en cuenta la Resolución SBS N° 2660-2015 Reglamento de Gestión de Riesgos de Lavado de Activos y del financiamiento del Terrorismo y por último se considera la Circular SBS N° 140-2009 Gestión de la seguridad de la información.

3.3.10. Características de la Propuesta

La propuesta para la gestión de créditos del Banco Azteca, agencia Jaén. Se trabajará por cada dimensión de la variable gestión de créditos, el cual cuenta con las siguientes características:

Gestión de información

Antes

Se medirá la capacidad de estudio, análisis, y de cómo realiza la evaluación de un potencial cliente de cada trabajador; realizando una prueba real con personal del área de gestión de créditos con personal anónimo haciéndose pasar como cliente.

Durante

Después de haber obtenido los datos del primer paso, se procederá a procesar la información entregándose los resultados a la alta gerencia y con la autorización de estos se le informara a cada trabajador de forma personalizada lo encontrado y si están de acuerdo a los cambios en mejora de la entidad financiera y la de su trabajo.

Después

Mediante charlas sobre otorgamiento de créditos, se capacitara a todo el personal sobre como informar correctamente sobre los productos que ofrece el Banco Azteca, agencia Jaén, después de ello se realizará una evaluación para medir los resultados obtenidos después de haberlos capacitado, donde el objetivo principal es mejorar las deficiencias encontradas en la evaluación realizada y con ello poder identificar correctamente a un potencial cliente.

Gestión de riesgo crediticio

Antes

Se ha medido los riesgos crediticios asumidos por el Banco Azteca, agencia Jaén, y estos son muy altos, tenemos un 30% de cartera no recuperable, el cual nos está generando enormes gastos judiciales y problemas en la liquidez y

solvencia de la entidad bancaria, esto ha sido generado porque los trabajadores del área de gestión de créditos no se ha previsto anticipadamente la pérdida de potencial en la que se encuentra hoy en día la organización, del mismo modo tampoco han llevado a cabo el cálculo de la probabilidad de incumplimiento o de default de un deudor frente al banco.

Durante

Después de haber encontrado las falencias de los trabajadores, hemos procedido a realizar un tratamiento de los riesgos donde el gerente del área ha tomado decisiones para actuar de inmediato, y han emprendido acciones para reducir el riesgo que está pasando el banco, de esta forma podemos Aliviar, prevenir, eliminar y cambiar el rumbo de los riesgos que están afectando al Banco Azteca, agencia Jaén.

Después

Luego de haber identificado y combatido los riesgos crediticios del Banco Azteca, agencia Jaén, hemos realizado un análisis crítico para determinar la idoneidad, adecuación y eficacia del plan de gestión de riesgos, verificando las mejoras que hemos llegado o si aún seguimos con las falencias encontradas.

Gestión de la limitación de créditos

Antes

Se ha evidenciado que los trabajadores han estado otorgando créditos sin cumplir con los requisitos que exigen las políticas del banco, del cual el 65% de estos clientes tienen morosidad con el Banco Azteca, agencia Jaén.

Durante

Se procedió a comunicar al gerente del área de créditos del Banco Azteca sobre lo encontrado y se le sugirió que realice una reunión extraordinaria con los trabajadores, el cual se obtuvo como resultado de esta reunión de que los trabajadores hacían este procedimiento ya que el banco les pone metas muy

altas que para cumplirlas y ganarse el bono no toman en cuenta algunos requisitos que para ellos en ese momento no son indispensables.

Después

Después de haber confirmado los problemas encontrados en la primera fase se procedió a solicitar al gerente que modifique las metas mensuales de créditos que exige el banco, y tener más control de los expedientes que arman los trabajadores de las personas que solicitan préstamos para evitar así el riesgo del incumplimiento de pago por parte de los clientes.

Gestión de la organización de los créditos y también de las cobranzas

Antes

De los resultados obtenidos se ha encontrado falencias en el funcionamiento de las operaciones de créditos del Banco Azteca, agencia Jaén, se requiere capacitar o retroalimentar al personal en el manejo del sistema operativo de métodos y procedimientos que se encuentra dentro de la estructura orgánica de la empresa.

Esta correcta labor deberá tener el interés mayoritario de quienes dirigen la organización y sobre todo, del responsable de la gestión de Créditos, ya que la administración del crédito y del cobro se ha elevado a la categoría de un profesional con sus responsabilidades y ética propia.

Durante

Se presentará la solicitud al gerente del área de créditos donde le estoy especificando la importancia que tiene esta capacitación o retroalimentación ya que se ha encontrado que el personal que operativiza y pone en marcha el sistema no tiene los conocimientos adecuados, ya que solo conocen los procesos básicos, pero de forma empírica, ya que no saben explicar el porque se hace cada procedimiento en el sistema.

Después

Se realizará un monitoreo donde verificaremos, supervisaremos y observaremos de forma crítica, identificando los cambios en las situaciones que están generando nuevos riesgos y afectando la eficacia de esta gestión.

3.3.11. Estrategias a Implementar

Las estrategias a utilizar son las siguientes:

ACTI.	TIPOS DE GESTIÓN DE CRÉDITOS	FECHA
01	Gestión de la Información	16/10/18.
02	Gestión del riesgo crediticio	23/10/18
03	Gestión de la limitación de créditos	30/10/18
04	Gestión de la organización de los créditos y también de las cobranzas	07/11/18

Gestión de la información	Responsables	Metodología	Recursos	Tiempo de duración
Charlas sobre otorgamiento de créditos	Gerente financiero	<p>Primero se medirá su capacidad de estudio, análisis, y de cómo realiza la evaluación de un potencial cliente; se realizará una prueba real con personal del área de gestión de créditos con personal anónimo haciéndose pasar como cliente.</p> <p>Segundo: se entregará los resultados a cada trabajador de forma personalizada.</p> <p>Tercero: Se les brindará información donde mejoraremos las deficiencias encontradas en la evaluación realizada y con ello poder identificar correctamente a un potencial cliente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos humanos. • Cámaras con salida de audio. • Fichas de evaluación 	07 días

Gestión del riesgo crediticio	Responsables	Metodología	Recursos	Tiempo de duración
Capacitación de como cerrar y cobrar un crédito exitoso	Gerente financiero	<p>Primero: Después de haber realizado la gestión de información, comenzamos con esta etapa que se llama capacitación de cerrar y cobrar un crédito exitoso, para ello analizaremos los hechos que carecen de perfección y que están haciéndonos caer en riesgos que se pueden evitar.</p> <p>Segundo: Se fortalecerá la capacidad de cada trabajador para evitar en lo posible riesgos al momento del otorgamiento de créditos y poder identificarlos oportunamente.</p> <p>Tercero: La charla será personalizada donde participarán todos los trabajadores que estén dispuesto al cambio para el bienestar de la entidad financiera y de ellos mismos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos humanos. • Proyector multimedia • Plumones y mota. 	07 días

Gestión de la limitación de créditos	Responsables	Metodología	Recursos	Tiempo de duración

Control y gestión del riesgo	Gerente financiero	<p>Primero: Identificar de donde provienen las fuentes de riesgo que afectan a la empresa.</p> <p>Segundo: Medir la exposición de la empresa ante los distintos tipos de riesgo.</p> <p>Tercero: se adoptan medidas que permitan limitar o reducir la exposición al riesgo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos humanos. • Proyector multimedia • Plumones y mota. • Otros que sean necesarios. 	07 días
------------------------------	--------------------	--	---	---------

Gestión de la organización de los créditos y también de las cobranzas	Responsables	Metodología	Recursos	Tiempo de duración
--	---------------------	--------------------	-----------------	---------------------------

Política de créditos y cobranza	Gerentes del Banco Azteca	<p>Primero: Verificar si en el área de gestión de créditos existe una misión, objetivos, valores como responsabilidad, medidas de evaluación de créditos adecuados, técnicas de cobranza actualizadas.</p> <p>Segundo: Después que identifiquemos los que le hace falta mejorar o agregar al área de gestión de créditos, comenzamos a elaborar misión, objetivos, valores como responsabilidad, medidas de evaluación de créditos y las técnicas de cobranza.</p> <p>Tercero: Todos los trabajadores se verán beneficiados con estas capacitaciones ya que mejoran su trabajo y los resultados beneficiaran a la entidad financiera.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos humanos. • Proyector multimedia • Plumones y mota. • Otros que sean necesarios. 	07 días
---------------------------------	---------------------------	---	---	---------

3.3.12. Plan de Trabajo

Etapas de la investigación	Cronograma	
	Fecha Inicio	Fecha de fin
Actividades		
Charlas sobre otorgamiento de créditos	15/10/18	21/10/18
Capacitación de como cerrar y cobrar un crédito exitoso	22/10/18	28/10/18
Control y gestión del riesgo	29/10/18	04/11/18
Política de créditos y cobranza	05/11/18	11/11/18

3.3.13. Recursos

Humanos:

Un experto en gestión de créditos de la ciudad de Lima con amplia experiencia en la rama financiera y el personal del área de gestión de créditos del Banco Azteca, agencia Jaén, será capacitado para el manejo adecuado de la gestión de créditos por ser indispensable para incrementar la cartera de clientes.

Tecnológico:

Se necesitará de un proyector multimedia, computadora de escritorio, teclado y mouse para las capacitaciones del personal

Financiero:

La contratación del profesional experto es de 2, 200.00 (Dos mil doscientos con 00/100 soles) ya que es quien realizara la capacitación por el lapso de 04 semanas consecutivas a los trabajadores, el cual será financiado por los accionistas del Banco Azteca.

Del mismo se necesitara la suma de 800.00 (Ochocientos con 00/100 soles) para gastos de alquiler de auditorio, cofee break para los trabajadores y para la entrega de certificados para los asistentes.

Instalaciones

La presente propuesta se alquilará un auditorio con capacidad de 30 personas donde los trabajadores salgan de la rutina del trabajo y puedan desenvolverse sin ningún problema.

3.3.14. Presupuesto

Detalle	U.M.	Cantidad	Precio Unitario	Precio total
Profesional experto	Unid.	01	2200.00	2200.00
Alquiler de auditorio	Unid.	01	209.00	209.00
Coffe Breack	Unid	90	5.90	531.00
Certificados	Unid.	30	2.00	60.00
TOTAL				3000.00

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

En el desarrollo de la presente pesquisa y el resultado de la validación de la misma al arrojan un valor de 0.70 del alfa de Cronbach de validez de todo el instrumento se determinó que existe en el Banco Azteca, agencia Jaén, 2018, en la cartera de clientes un nivel regular por lo que es necesario mejorar la gestión de créditos que se utiliza actualmente en la entidad financiera que le permita incrementar su cartera de clientes y con ello mejorar la liquidez y estabilidad económica de la empresa.

Al evaluar el nivel de la cartera de clientes del Banco Azteca, agencia Jaén, se determinó que se tiene que dar importancia número uno y de forma urgente, ya que tiene un nivel regular que poco a poco está afectando la liquidez y la solvencia económica de la empresa, ya que sus gastos operativos son más altos que sus ventas, debiéndose modificar o utilizar una nueva gestión de créditos que permitan optimizar los beneficios y reducir los riesgos financieros del Banco Azteca.

Con la modificación o utilización de una nueva gestión de créditos permitirá incrementar la cartera de clientes del Banco Azteca, agencia Jaén, 2018; ya que esto contribuirá a incrementar las finanzas de la entidad financiera y por ende un mejor desarrollo profesional y económico de cada uno de sus integrantes.

Al desarrollar la propuesta de modificar o de una nueva gestión de créditos para incrementar la cartera de clientes del Banco Azteca, agencia Jaén, 2018 y al ser evaluada por profesionales expertos en la materia financiera se llega a la conclusión que los aspectos a ser evaluados de dicha propuesta se encuentran en las categorías de bastante adecuada y muy adecuada por lo que se concluye que LA PROPUESTA de la gestión de créditos ES APLICABLE, para incrementar la cartera de clientes del Banco Azteca, agencia Jaén, en estudio.

Recomendaciones

- Al gerente financiero realizar evaluaciones constantes a los trabajadores que son responsables del área de gestión de créditos, para verificar si se está cumpliendo con las políticas del Banco Azteca, agencia Jaén.
- Al gerente financiero capacitar a su personal en nuevas gestiones de créditos para que puedan competir con las cooperativas quienes son las que están mejor posicionadas en el mercado financiero y con ello poder mejorar su rentabilidad.
- Al gerente financiero en que debe disponer a los empleados del área de gestión de créditos en trabajar por metas, por cada meta alcanzada entregarles incentivos económicos que ayuden al desarrollo personal y profesional de los empleados.
- Al gerente financiero en que debe poner más importancia en el bienestar de sus trabajadores, para que los motive en alcanzar los objetivos que se han trazado al inicio del año económico.

REFERENCIAS

Abanto. (2014). *Incidencia de las microfinanzas de la CMAC PIURA S.A.C. en el crecimiento económico de las microempresas de la provincia de Cajabamba en los periodos 2011 - 2012*. tesis, Universidad Nacional de Cajamarca, Cajamarca,

- Cajamarca, Perú. Obtenido de <http://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/1740/TESIS%20MAESTR%C3%8DA%20ELFER%20ABANTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Acosta. (2016). *Plan estratégico para mejorar la fidelización de los clientes de la Cooperativa De Ahorro y Crédito Santo Cristo de Bagazán - Moyobamba 2015*. tesis, Universidad Señor de Sipan, Lambayeque, Pimentel, Perú. Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4138/ACOSTA%20ASPAJO%20DARLYN%20DANILO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Acosta, & Sánchez. (2016). *Calidad de cartera de clientes para mejorar la rentabilidad de la Caja Municipal de ahorro y crédito Trujillo S.A. sucursal Lambayeque -2015*. tesis, Universidad Señor de Sipan, Lambayeque, Pimentel, Perú. Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/3113/DESARROLLO%20DE%200%20TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Aguilar. (2017). *“El crédito del sistema bancario destinado al sector productivo en el crecimiento económico de Bolivia” (1999 – 2015)*. tesis, Universidad Nacional de San Andrés, La Paz, La Paz, Bolivia. Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/12432/T-2278.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Aguirre. (2014). Factores Y Consideraciones Sobre El Otorgamiento Del Crédito. En Aguirre, *Factores Y Consideraciones Sobre El Otorgamiento Del Crédito* (pág. 13). Bogotá, Bogotá, Colombia. Obtenido de https://prezi.com/7w2v1yv_wlzo/elproceso-de-otorgamiento-de-un-credito/
- Allen , & Santomero. (1998). The theory of financial intermediation. *Journal of banking and finance*. En Allen, & Santomero, *The theory of financial intermediation. Journal of banking and finance* (Vol. Vol.21. Section 6., pág. 341). New York, New York, Estados Unidos.
- Alvarez, Garay, & Goicochea. (2017). *El control de la cartera de clientes y su incidencia en la información financiera de la COOPAC en el primer semestre del periodo 2015*. tesis, Universidad Peruana de las Americas, Lima, Lima, Perú. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/118/COOPAC%20LINGUISTICO-03%20-%20grados%20one.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Belaunde. (2012). El proceso crediticio: una mirada panorámica. En Belaunde, *El proceso crediticio: una mirada panorámica* (pág. 6). Lima, Lima, Perú.
- Bermúdez, & Peña. (2016:19). "*Propuesta plan estratégico para recuperación cartera vencida en Imtelsa S.A. Guayaquil*". tesis, Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10608/1/TESIS%20FINAL%20BERMUDEZ%20PE%20C3%91A.pdf>
- Berrocal. (2017). *Alternativas de financiamiento y ampliación patrimonial para las cajas municipales de ahorro y crédito*. tesis, Universidad del Pacífico, Lima, Lima, Perú. Obtenido de http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1889/Gabriela_Tesis_Maestria_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bonza, & Benavides. (2014). *Determinantes para la medición del riesgo de crédito en microempresas del sector comercio en Colombia*. tesis, Colegios de Estudios Superiores de Administración, Barranquilla, Barranquilla, Colombia. Obtenido de <https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/823/TMF366.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Borea. (2016). La Teoría de la Decisión. En F. Borea, *La Teoría de la Decisión* (pág. 34). D.F. México, D.F. México, México. Obtenido de <http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/4/26/m0.pdf>
- Caleño, & Quintuña. (2013). *Rediseñar los procesos de otorgamiento de crédito del banco nacional de fomento sucursal milagro. Año 2013*. tesis, Universidad Estatal el Milagro, El Milagro, El Milagro, Ecuador. Obtenido de <file:///C:/Users/Home/Downloads/REDISE%20LOS%20PROCESOS%20DE%20OTORGAMIENTO%20DE%20CR%20DITO%20DEL%20BANCO%20NACIONAL%20DE%20FOMENTO%20SUCURSAL%20MILAGRO.%20A%20C3%91O%202013.pdf>
- Cantarero. (2016). Cartera de clientes. En Cantarero, *Cartera de clientes* (pág. 12). Lima, Lima, Perú. Obtenido de <http://diccionarioempresarial.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H>

4sIAAAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASMjUzMDtbLUouLM_DxbIwMDS0NDA1O
QQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoAFfv8UTUAAAA=WKE

- Cantarero. (2104). Cartera de clientes. En S. C. Sanz, *Cartera de clientes* (pág. 20). Bogotá, Bogotá, Colombia. Obtenido de http://diccionarioempresarial.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASMjUzMDtbLUouLM_DxbIwMDS0NDA1OQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoAFfv8UTUAAAA=WKE
- Choque. (2015). *Evaluación de la gestión del proceso de créditos en la oficina especial acora de la caja de ahorro y crédito los andes puno 2015*. tesis, Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Puno, Perú.
- Cubas, & Herna. (2018). *Analizar el número de créditos colocados de la cartera microempresa y su incidencia en la rentabilidad de la CMAC PIURA SAC, agencia Bagua Grande – periodo 2013-2015*. tesis, Universidad Señor de Sipan, Lambayeque, Bagua Grande.
- Cuesta. (2015). Gestión de la cartera de clientes. En F. Cuesta, *Gestión de la cartera de clientes* (pág. 146). Madrid, Madrid, España. Obtenido de <http://delucio.es/doc/manu/carteraclientes.pdf>
- Cueva. (2014). *Uso del control interno para optimizar. La gestión en el proceso de evaluación de créditos en la empresa financiera EDYFICAR SA. Agencia Cajamarquina*. tesis, Universidad Nacional Cajamarca, Cajamarca, Cajamarca, Perú.
- ECURED. (2012). Gestión de crédito bancario. En ECURED, *Gestión de crédito bancario* (pág. 45). New York, New York, Estados Unidos. Obtenido de https://www.ecured.cu/Sistema_de_Gesti%C3%B3n_de_cr%C3%A9dito_bancario
- Fernández. (2017). Cómo clasificar y segmentar a tus clientes. En Fernández, *Cómo clasificar y segmentar a tus clientes* (pág. 14). Bogotá, Bogotá, Colombia. Obtenido de <https://artyco.com/como-clasificar-segmentar-clientes/>
- Figuroa, San Martin, & Soto. (2018). *Buenas prácticas financieras en la gestión del riesgo de crédito de empresas del sector bancario*. tesis, Pontifica Universidad Católica del Perú, Surco, Surco. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/12882/FIGUEROA_SAN%20MARTIN_PRACTICAS_BANCARIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Frankling , & Santomero. (1998). The theory of financial intermediation. Journal of banking and finance. En Frankling, & Santomero, *The theory of financial intermediation. Journal of banking and finance* (Vol. Vol. 21. section 6., pág. 120). New York, New York, Estados Unidos.
- Gallardo. (2013). “*La colocación de créditos y su incidencia en los resultados operativos de la cooperativa de ahorro y crédito Nuevo Amanecer Ltda. En el año 2011*”. tesis, Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ambato, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/3669/1/TMGF013-2013.pdf>
- Gonzales. (2017). Análisis en el Otorgamiento de los Créditos Comerciales en la Empresa Industrial Litografía Manix S.A.C., 2015-2016. En Gonzales, *Análisis en el Otorgamiento de los Créditos Comerciales en la Empresa Industrial Litografía Manix S.A.C., 2015-2016* (pág. 120). Lima, Lima, Perú. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/90/archivotesis%206.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández. (2015). *Análisis del proceso de distribución de la cartera crediticia y depósitos que ofrecen los bancos universales del sector privado en el estado Aragua y su incidencia en el estado de resultados*. tesis, Universidad de Carabobo, Carabobo, La Morita, Venezuela. Obtenido de <http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/1807/ehernandez.pdf?sequence=1>
- Hernández, Fernández , & Baptista . (2014:155). Diseño de investigación. En Hernández, Fernández, & Baptista, *Diseño de investigación*. México.
- Herrera. (2015). *Estrategias de gestión de crédito para el control eficiente del banco mutualista Imbabura de la ciudad de Ibarra*. tesis, Universidad Regional Autónoma de los Andes , Ibarra, Ibarra, Ecuador. Obtenido de <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/3114/1/TUICYA011-2016.pdf>
- Idrogo. (2016). *Actualización del reglamento de crédito para mejorar los servicios crediticios de la cooperativa de ahorro y crédito “todos los santos de chota” Ltda. N° 560-chota-2016*. tesis, Universidad César Vallejo, Cajamarca, Chota, Cajamarca.
- Lui , & Tucker . (2008). Tipo de investigación. En Lui, & Tucker, *Tipo de investigación*.

- Mendoza. (2015). *Diagnóstico de la gestión operativa crediticia del banco nacional de fomento sucursal CELICA durante los períodos comprendidos del 2010 al 2013*. tesis, Universidad San Francisco De Quito, Quito, Quito, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/5014/1/122592.pdf>
- Ochoa. (2015). *Análisis administrativo del proceso de crédito para el otorgamiento de préstamos del sistema bancario venezolano*. tesis, Universidad de Carabobo, Carabobo, La Morita, Venezuela. Obtenido de <http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/3052/maochoa.pdf?sequence=3>
- Pasero. (2013). *Deficiencias de gestión bancaria en el otorgamiento de financiaciones al consumo*. tesis, Universidad Nacional de La Plata, La Plata, La Plata, Argentina. Obtenido de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/29754/Documento_completo_.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pérez , & Gardey. (2012). Definición de proceso. En Pérez, & Gardey, *Definición de proceso* (pág. 7). Madrid, Madrid, España. Obtenido de <https://definicion.de/proceso/>
- Pérez , & Gardey. (2015). Definición de otorgamiento. En Pérez, & Gardey, *Definición de otorgamiento* (pág. 13). Madrid, Madrid, España. Obtenido de <https://definicion.de/otorgamiento/>
- Popular. (2013). ¿Por Qué Es Importante Gestionar La Cartera De Clientes? En Popular, *¿Por Qué Es Importante Gestionar La Cartera De Clientes?* (pág. 10). Madrid, Madrid, España. Obtenido de <https://www.impulsapopular.com/marketing/por-quees-importante-gestionar-la-cartera-de-clientes/>
- Romero. (2007). Fuentes de financiamiento utilizadas por las empresas productoras de derivados lácteos del estado Zulia. En Romero, *Fuentes de financiamiento utilizadas por las empresas productoras de derivados lácteos del estado Zulia* (pág. 35). D.F. México, D.F. México, México. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/90/archivotesis%206.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ruidias, & Isique. (2016). *Propuesta de Plan de Marketing para mejorar el Posicionamiento de los créditos que otorga la ONG Movimiento Manuela Ramos - CrediMujer*,

- Lambayeque 2016*. tesis, Universidad Privada Juan Mejía Baca, Lambayeque, Chiclayo, Lambayeque.
- Ruiz. (2018:13). “*El Área De Créditos Y Cobranzas Y Su Influencia En La Morosidad De La Cartera De Clientes De La Empresa Maccaferri De Perú S.A.C En La Ciudad De Lima En El Periodo 2013-2015*”. tesis, Universidad Ricardo Palma, Lima, Lima, Perú. Obtenido de <http://cybertesis.urp.edu.pe/bitstream/urp/1402/1/TESIS%20ISIS%20RUIZ%20FLORES-CONT2018.pdf>
- Salazar. (2018). *Evaluación de la gestión en otorgamiento de crédito hipotecario en el BCP oficina Chiclayo y su impacto en la rentabilidad del 2015 – 2016*. tesis, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Lambayeque, Chiclayo, Lambayeque.
- Sánchez , & Reyes. (2000). Investigación cuantitativa. En Sánchez, & Reyes, *Investigación cuantitativa*. Madrid, Madrid, España.
- Sánchez, H., & Reyes, C. (2017). *Metodología y diseños en la investigación científica* (V ed.). (B. S. S.R.L, Ed.) Lima, Lima, Perú: Busines Support Aneth S.R.L.
- Teran. (2016). *Actualización del plan estratégico para incrementar la colocación de créditos de la caja Maynas en la ciudad de Cajamarca, 2016*. tesis, Universidad César Vallejo, Cajamarca, Cajamarca.
- Vallecillo. (2014). *Estrategias para mejorar la productividad en colocación de préstamos aplicable a instituciones Microfinancieras de la ciudad de Comayagua*. tesis, Universidad de Honduras, Tegucigalpa, Tegucigalpa, Honduras. Obtenido de <https://tzibalnaah.unah.edu.hn/bitstream/handle/123456789/6405/TMSc00175.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Velorio. (2016). *El crédito financiero y su incidencia en el desarrollo de la gestión financiera de las MYPES del distrito de los Olivos – Lima 2014*. tesis, Universidad San Martín de Porres, Lima, Lima, Perú. Obtenido de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2464/1/velorio_rma.pdf

ANEXO: 1

**CUESTIONARIO ORIENTADO PARA VERIFICAR EL PROCESO DE
CRÉDITOS PARA INCREMENTAR LA CARTERA DE CLIENTES DEL BANCO
AZTECA DE JAÉN – 2019**

1. DATOS GENERALES:

APELLIDOS Y NOMBRES:.....

CONDICIÓN LABORAL:

PROCEDENCIA:.....

2 OBJETIVO: Recoger información válida y confiable sobre la gestión de crédito que realizan los trabajadores del banco azteca de Jaén – 2019.

3 INSTRUCCIONES GENERALES

A continuación se presenta una serie de afirmaciones que tienen que ver con distintos aspectos de la cartera de créditos del banco azteca de Jaén – 2019. Indique, marcando con una “X” en la casilla correspondiente, el grado de acuerdo o desacuerdo con cada una de esas afirmaciones, utilizando para ello la escala que a continuación se le presenta:

1. Nunca (N)
2. Casi nunca (CN)
3. Algunas veces (AV)
4. Casi siempre (CS)
5. Siempre (S)

Nº	ITEMS	ESCALA				
		N 1	CN 2	AV 3	CS 4	S 5
	ETAPA DE SELECCIÓN					
01	Las expectativas creadas a los clientes se llegan a cumplir					
02	Al momento de identificar a los clientes en la etapa de selección usted tiene en cuenta los objetivos de la empresa					
	ETAPA DE CONQUISTA					
03	Al momento de preparar la comunicación que va a transmitir identifica claramente su público objetivo					
04	Al momento de entablar una comunicación con sus clientes ha logrado captar su atención					
	ETAPA DE VINCULACIÓN					
05	A los clientes actuales los benefician por su preferencia ofreciéndoles productos exclusivos a un precio especial					
06	Antes de contactar al cliente investiga sobre sus necesidades					
	ETAPA DE FIDELIZACIÓN					

07	Ha logrado que los clientes después de haber culminado de pagar su crédito salgan satisfechos y con confianza del servicio brindado por nuestra empresa					
08	Ha logrado que los clientes después de haber culminado de pagar su crédito quieran seguir trabajando con nosotros.					

Muchas gracias por su apoyo.

ANEXO: 2

CUESTIONARIO SOBRE LA CARTERA DE CLIENTES DEL BANCO AZTECA DE JAÉN – 2019

2. DATOS GENERALES:

APELLIDOS Y NOMBRES:.....

CONDICIÓN LABORAL:

PROCEDENCIA:.....

4 OBJETIVO: Recoger información válida y confiable sobre la cartera de clientes del Banco Azteca de Jaén – 2019.

5 INSTRUCCIONES GENERALES

A continuación, se presenta una serie de afirmaciones que tienen que ver con distintos aspectos de la cartera de clientes del Banco Azteca de Jaén – 2019. Indique, marcando con una “X” en la casilla correspondiente, el grado de acuerdo o desacuerdo con cada una de esas afirmaciones, utilizando para ello la escala que a continuación se le presenta:

1. Nunca (N)
2. Casi nunca (CN)
3. Algunas veces (AV)
4. Casi siempre (CS)
5. Siempre (S)

Nº	ITEMS	ESCALA				
		N 1	CN 2	AV 3	CS 4	S 5
	ETAPA DE SELECCIÓN					
01	El Banco Azteca le ha brindado charlas para que usted pueda obtener capacidad de poder evaluar a un cliente					
02	Toma en cuenta las políticas del banco al momento de analizar las condiciones del solicitante al momento de aprobar un crédito					
	ETAPA DE CONQUISTA					
03	Siempre ha podido cumplir con la cobranza total del crédito de sus clientes					
04	Con las herramientas que cuenta en el Banco Azteca, agencia de Jaén le permiten identificar los Factores del riesgo al momento de otorgar un crédito					
	ETAPA DE VINCULACIÓN					
05	Al momento de otorgar un crédito usted cumple con informar fehacientemente al cliente sobre el compromiso adquirido					

06	Usted informa constantemente a los clientes sobre su deuda total que poseen con el banco					
ETAPA DE FIDELIZACIÓN						
07	Usted siempre se capacita para mejorar las formas de cobranza de las deudas asumidas por sus clientes					
08	Usted toma en cuenta las políticas de la empresa al momento de procesar los créditos de sus clientes.					

Muchas gracias por su apoyo.