

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD
Y FINANZAS



TESIS

**DEMORA EN EL OTORGAMIENTO DE CRÉDITOS DE LA BANCA
PYME Y EL CRECIMIENTO DE LA CARTERA DE CLIENTES DEL
BANCO SCOTIABANK, AGENCIA - HUÁNUCO – 2017.**

Para Optar el Título Profesional de :
CONTADOR PÚBLICO

TESISTA

Bach. FABIÁN HUAMÁN, Elizabeth Karina

ASESOR:

Dr. CAMPOS SALAZAR, Oscar Augusto

HUÁNUCO – PERÚ

2018

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL CONTABILIDAD Y FINANZAS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, siendo las 08:00 horas del día 18 del mes de Julio del año 2018, en el Auditorio de la Facultad de Ciencias Empresariales (Aula 202-P5), en el cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunió el Jurado Calificador, integrado por los docentes:

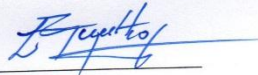
Mtro. Tonio Repetto Garcia	(Presidente)
CPC. Juan Daniel Toledo Martínez	(Secretario)
Mtra. Idelia Mirta Cristobal Lobaton	(Vocal)

Nombrados mediante la Resolución N° 1069-2018-D-FCOMP-EAPCF-UDH, para evaluar la Tesis intitulada: "DEMORA EN EL OTORGAMIENTO DE CRÉDITOS DE LA BANCA PYME Y EL CRECIMIENTO DE LA CARTERA DE CLIENTES DEL BANCO SCOTIABANK AGENCIA – HUÁNUCO - 2017", presentada por el (la) Bachiller **FABIÁN HUAMÁN, Elizabeth Karina**, para optar el **título Profesional de Contador Público**.

Dicho acto de sustentación se desarrolló en dos etapas: exposición y absolución de preguntas; procediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del Jurado.

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándolo (a) APROBADO por UNANIMIDAD con el calificativo cuantitativo de 13 (...Trece...) y cualitativo de SUFICIENTE (Art.45).

Siendo las 08:40 am horas del día 18 del mes de Julio del año 2018, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.



Mtro. Tonio Repetto Garcia
PRESIDENTE (A)



CPC. Juan Daniel Toledo Martínez
SECRETARIO (A)



Mtra. Idelia Mirta Cristobal Lobaton
VOCAL

DEDICATORIA

A Dios por darme todo lo que necesito en esta vida, por haberme devuelto la salud para continuar con mis proyectos de vida, por cada persona que puso en mi camino, por su inmenso amor y comprensión.

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme fortaleza y confianza, permitiéndome culminar mi carrera y cumplir con esta meta.

A mis compañeros del CATP, por los momentos compartidos en el proceso de la realización de nuestros proyectos de investigación, en especial a mi compañera Marjorie Helen Sullca Ccopa, por la paciencia y apoyo incondicional brindado.

A los docentes de la Escuela Académico de Contabilidad y Finanzas, que nos brindaron sus conocimientos y experiencias durante el desarrollo de la Tesis, de manera especial a mi asesor Dr. Oscar Augusto Campos Salazar, que con sus conocimientos, paciencia, dedicación y sabios consejos se pudo lograr este trabajo de investigación.

ÍNDICE

PORTADA.....	I
DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
INDICE.....	IV
RESUMEN.....	VI
ABSTRACT.....	VII
INTRODUCCIÓN.....	VIII

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción del problema.....	1
1.2 Formulación del problema.....	5
1.3 Objetivo general.....	5
1.4 Objetivos específicos.....	5
1.5 Justificación de la investigación.....	6
1.6 Limitaciones de la investigación	6
1.7 Viabilidad de la investigación	7

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación.....	8
2.2 Bases teóricas	11
2.2.1 Otorgamiento de Créditos.....	11
2.2.2 Cartera de Clientes.....	26
2.3 Definiciones Conceptuales.....	28
2.4 Hipótesis.....	30
2.4.1 Hipótesis General.....	30
2.4.2 Hipótesis Especifico.....	30

2.5 Variables	
2.5.1 Variable Independiente.....	30
2.5.2 Variable Dependiente.....	31
2.6 Operacionalización de Variables.....	32

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de investigación.....	33
3.1.1 Enfoque.....	33
3.1.2 Alcance o nivel.....	34
3.1.3 Diseño.....	34
3.2 Población y Muestra.....	35
3.3 Técnicas e Instrumento de recolección de datos.....	37
3.4 Técnicas para el procesamiento y análisis de información.....	37

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Procesamiento de Datos.....	39
4.2 Contrastación de Hipótesis.....	51

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	56
CONCLUSIONES.....	59
RECOMENDACIONES.....	60
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	61
ANEXOS.....	64

RESUMEN

El trabajo de investigación titulado “Demora en el otorgamiento de créditos de la Banca Pyme y el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, agencia Huánuco – 2017”, se realizó con la finalidad de analizar la demora en el otorgamiento de créditos de la Banca Pyme y determinar cómo influye en el crecimiento de la cartera de clientes, con el propósito de identificar las deficiencias que se pueden mejorar y así incrementar la cartera de clientes.

Para el logro de los objetivos se utilizaron los siguientes métodos; Según la metodología el tipo de investigación es de tipo aplicada, los alcances de esta investigación son más prácticos, aplicativos que se auxilia de normas, leyes, manuales y teorías para poder obtener resultados efectivos a un problema detectado.

De esta manera se busca conocer la realidad entre la relación de ambas variables, por lo tanto, el enfoque Según (Marcelo G, 2006), al cual pertenece el estudio es cuantitativo y cualitativo, requiere que el investigador recolecte datos numéricos de los objetivos, fenómenos, participantes que estudia y analiza mediante procedimientos estadísticos, La hipótesis que se generan antes de recolectar y analizar los datos se fundamentan en la medición. De esta manera se comprobara si existe relación entre las variables independiente y dependiente. Se utilizó el diseño descriptivo correlacional empleando la técnica de la encuesta utilizando como instrumento un cuestionario para la recolección de datos validado a través del programa IBM SPSS Correlación de Pearson. Se consideró como muestra representativa a 63 clientes del Banco Scotiabank de la Banca Pyme de la ciudad de Huánuco.

Como consecuencia del análisis de los resultados y la discusión correspondiente se ha llegado a las siguientes conclusiones:

La demora en el otorgamiento de créditos de la Banca Pyme ha ocasionado malestar en los clientes del Banco Scotiabank que mencionan que el proceso de evaluación y desembolso es lento y deficiente.

ABSTRACT

The research work entitled "delay in the granting of credits from the sme banking and the growth of the customer portfolio of the Banco Scotiabank, Agencia Huánuco - 2017", was carried out with the purpose of analyzing the delay in the granting of credits of the SME Banking and determine how it influences the growth of the client portfolio, in order to identify the deficiencies that can be improved and thus increase the client portfolio.

To achieve the objectives, the following methods were used; According to the methodology, the type of research is of the applied type, because the scope of this research is more practical, application that is helped by rules, laws, manuals and theories to be able to obtain effective results to a detected problem.

In this way we seek to know the reality between the relationship of both variables: delay in the granting of loans from SME Banking with the growth of the client portfolio, therefore the approach According to (Marcelo G, 2006), to which it belongs the study is quantitative since it requires the researcher to collect numerical data of the objectives, phenomena, participants studied and analyzed by statistical procedures. The hypotheses that are generated before collecting and analyzing the data are based on the measurement. In this way, it will be checked if there is a relationship between the independent and dependent variables. The correlational descriptive design was used using the survey technique and using as a tool a questionnaire for data collection validated through the IBM SPSS Pearson Correlation program. The clients of Banco Scotiabank of the SME Banking of the city of Huánuco were considered as a representative sample, consisting of a total of 63 clients as a sample of the population. As a consequence of the analysis of the results and the corresponding discussion, the following conclusions have been reached:

The delay in the granting of loans from SME Banking has caused discomfort among Scotiabank Bank clients who mention that the evaluation and disbursement process is slow and deficient, that the promoters give bad information as well as business officials creating false expectations, many of the clients do not want to return to work with the Bank, which is not good for the growth of the client portfolio.

INTRODUCCIÓN

Los bancos como instituciones financieras desempeñan un rol clave en el sistema económico. La principal función de los bancos en la economía es ser la estructura que permite la transferencia de dinero entre los ahorradores e inversores y los prestatarios.

Scotiabank Perú forma parte de The Bank of Nova Scotia (BNS) o Scotiabank, una de las instituciones financieras más importantes de Norteamérica y el Banco Canadiense con mayor presencia y proyección Internacional.

La presente investigación titulada “Demora en el Otorgamiento de Créditos de la Banca Pyme y el Crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia Huánuco – 2017”, tiene como objetivo general determinar la relación que existe entre la Demora en el Otorgamiento de créditos de la Banca Pyme con el Crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank Agencia, Huánuco – 2017, tres objetivos específicos que analizan de qué manera influyen en el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia Huánuco 2017.

Para llegar a solucionar el problema planteado y el contraste de los objetivos e hipótesis planteadas, el trabajo se ha desarrollado en los siguientes capítulos:

En el Capítulo I: Contiene descripción y formulación del problema, se describe y explica el problema general y específico, objetivos, justificación, limitaciones y viabilidad de la investigación.

En el Capítulo II: Contiene el marco teórico de la investigación que permite conocer y sustentar el problema en estudio, antecedentes relacionados con la investigación, las bases teóricas y la definición de términos básicos.

En el Capítulo III: Contiene el marco metodológico, se mencionan los métodos y técnicas que permitieron llevar a cabo el presente estudio, menciona la población y muestra, las técnicas de recolección de datos y tratamiento de datos.

En el Capítulo IV: Contiene los resultados, presentación de los resultados y contrastación de la hipótesis del trabajo de campo como aplicación estadística.

En el Capítulo V: Contiene la discusión de resultados con los referentes bibliográficos, conclusiones y recomendaciones conseguidas con el uso del instrumento de encuesta a los clientes del Banco Scotiabank de la ciudad de Huánuco.

La metodología de la investigación fue del tipo aplicada, con enfoque cuantitativo y cualitativo por utilizar la recolección de datos con el fin de probar la hipótesis general, donde se planteó, si la demora en el otorgamiento de créditos de la Banca Pyme se relaciona significativamente con el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank Agencia, Huánuco - 2017. El Diseño fue descriptivo correlacional, donde se trata de determinar el grado de relación existente entre la variable independiente y la variable dependiente.

Para la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta, que comprende de preguntas cerradas, realizada a los clientes del Banco Scotiabank de la ciudad de Huánuco, como herramienta el cuestionario, tomando como población al cuarto trimestre del año 2017, como muestra 63 clientes.

El procesamiento de los datos obtenidos fue a través del software Stastical Packageforthe Social Sciences SPSS, el cual genero cuadros de frecuencias de las preguntas planteadas y correlaciones de Pearson entre la variable independiente y la variable dependiente, así como correlaciones entre las dimensiones de la variable independiente y la variable dependiente.

Durante la investigación, el investigador ha presentado una serie de limitaciones para su ejecución, ya sean de índole financiero, disponibilidad de tiempo, etc. Siendo superadas por este, en todos sus aspectos.

La presente investigación, llegó a la siguiente conclusión, que se confirma la hipótesis general planteada por la misma, encontrándose una relación entre la demora en el otorgamiento de créditos de la Banca Pyme y el crecimiento de la cartera de clientes, a través del coeficiente

de correlación de Pearson de valor 0.059, el cual significa que existe una correlación positiva débil entre las variables.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del problema

Los bancos como instituciones financieras desempeñan un rol clave en el sistema económico. La principal función de los bancos en la economía es ser la estructura que permite la transferencia de dinero entre los ahorradores e inversores y los prestatarios.

Los bancos aceptan depósitos para luego canalizar estos recursos y darlos en préstamo en el mercado de capitales hacia las distintas actividades económicas. Así, los Bancos son la tan necesaria conexión entre los individuos con déficit de capital e individuos con excedente de capital.

Esto pasa porque en muchos casos las empresas no están en condiciones de financiar por si mismas su desarrollo o su necesidad de hacer frente a las exigencias puntuales de liquidez con el cash-flow que generan.

Los bancos cuando conceden préstamos afrontan un riesgo crediticio (Riesgo de no recuperar el crédito) y riesgo de liquidez (Vencimiento de los pasivos), riesgo de tipos de interés, fluctuaciones del tipo de cambio entre otros. Al hacer esto los bancos solucionan el problema de la no coincidencia con respecto a las inversiones (Rentabilidad, riesgo y liquidez). Los bancos también fomentan el ahorro y mantienen la estabilidad monetaria.

Otra función importante de los bancos en la economía es que ayudan a alcanzar la eficiencia económica, esencial para el desarrollo económico. De hecho, existe una importante correlación entre el nivel de crédito bancario y el desarrollo de una economía. Los países que tienen una baja penetración del sistema bancario por lo general son países en desarrollo mientras que las economías más desarrolladas cuentan con una alta presencia del sector bancario en sus actividades económicas.

El acceso al crédito es de vital importancia para el dinamismo de la economía pues gracias a estos recursos es que es posible la creación de nuevos proyectos de inversión que llevan al mejoramiento de la

productividad y competitividad de las empresas. Por esto es que con el acceso a los servicios financieros se puede lograr unas mejores condiciones en términos de oportunidades y bienestar de la población. (Montoya, 2013).

Como sabemos hoy en día hay una gran competitividad en el Perú de financieras, cajas, bancos y cooperativas. A diferencia del FMI, el gremio de bancos aseveró que el grado de competencia en el sistema financiero peruano es elevado y se refleja en la rebaja de las tasas de interés. La Asociación de Bancos del Perú (Asbanc) contradice afirmación del Fondo Monetario Internacional (FMI) y afirma que existe una competencia intensa en el mercado de créditos del sistema financiero.

El organismo económico multilateral adelantó que este año, mediante un estudio evaluará cómo incrementar la competencia en el mercado bancario peruano. El FMI advirtió que en el Perú existe una concentración del sector bancario y una fuerte dolarización de la economía.

El área de estudios económicos de Asbanc, señaló que desagregando por tipo de crédito, los cuatro bancos principales del país (Banco de Crédito, BBVA Continental, Scotiabank Perú e Interbank) tienen mayor presencia en los créditos corporativos (91.38% de participación), grandes empresas (84.34%), medianas empresas (79.74%), créditos de consumo (58.82%) e hipotecarios (85.94%).

Para el caso de las pequeñas empresas, la mayor participación la tiene Mibanco, Banco de Crédito, Scotiabank y Caja Municipal de Arequipa, con un total de 52.40%. En los créditos a microempresas, Mibanco, Caja municipal de Arequipa, Compartamos Financiera y Caja Municipal de Huancayo, cuentan con una participación de 50.09%.

Con respecto a las tasas de interés de los diferentes tipos de créditos, se evidencia una reducción en los últimos cinco años. Así, al analizar los créditos corporativos, entre el 2012 y el 2017, la tasa de interés promedio en soles se redujo de 6.05% a 4.03%. Con relación a los créditos a grandes empresas, las tasas pasaron de 7.01% a 6.23%, mientras que en los créditos a medianas empresas cayó de 11.22% a 9.68%. Asimismo, el costo de financiamiento de las pequeñas empresas

pasó de 23.37% a 19.76%. Sin embargo, se aprecia un alza en el nivel de tasas de interés en soles para los créditos a microempresas (de 32.85% a 36.29%) y créditos de consumo (35.63% a 48.56%) en el período de análisis. (Asbanc, 2018).

Scotiabank Perú forma parte de The Bank of Nova Scotia (BNS) o Scotiabank, una de las instituciones financieras más importantes de Norteamérica y el banco canadiense con mayor presencia y proyección internacional.

Con sede en Toronto (Canadá), con más de 180 años de experiencia, 21 millones de clientes y con un equipo de 86 mil colaboradores en 55 países, Scotiabank es hoy uno de los grupos financieros de origen canadiense más importante, con la capacidad de brindar la estabilidad que sus grupos de interés alrededor de todo el mundo merecen.

Fundado en 1832, es uno de los grupos financieros más sólidos del mundo y el banco canadiense con más presencia y proyección internacional. Al 2014 es el 3° banco más importante de Canadá y el 24 más importante del mundo. Mantiene activos consolidados por más de 852,000 mil millones de dólares canadienses (al 31 de enero del 2015) y cotiza sus acciones en las bolsas de valores de Toronto y Nueva York.

En el año 2014, Scotiabank logró una utilidad neta récord de 7,298 millones de dólares canadienses, 10% más respecto al año anterior.

Uno de los grupos financieros más sólidos del mundo en el 2008, Scotiabank superó la crisis del sistema financiero mundial gracias a su gestión y manejo prudente del riesgo, al buen control de su cartera de inversiones y por estar regulado en una economía estable y con un buen desempeño fiscal como la canadiense.

De esta manera fue parte de la lista de los 50 bancos más seguros del 2010 publicada por la revista Global Finance y de la lista de los 10 bancos más estables publicada por la consultora Oliver Wyman.

Scotiabank ha sido capaz de capitalizar la turbulencia. Desde el 2007 ha hecho más de treinta adquisiciones. Así, mientras otros bancos entraban en problemas, Scotiabank pudo capitalizar la oportunidad y empezó a dejar su huella en Asia y Latinoamérica. (Scotiabank, s.f).

Es importante para las entidades financieras crecer con una cartera de clientes sana, midiendo el riesgo crediticio al otorgar un crédito, basada en una buena evaluación, y sobre todo ser eficientes en el proceso crediticio para fidelizar a los clientes, hoy en día hay demasiada competencia en el mercado financiero de la ciudad de Huánuco que ha crecido enormemente en entidades financieras, es por eso la necesidad de ser competitivos ante la competencia.

Scotiabank es un banco grande a nivel mundial según lo descrito anteriormente, pero tiene un gran problema en la Agencia Huánuco que viene arrastrando hace años atrás, que es la demora en el otorgamiento de créditos de la Banca Pyme.

Para tener un crecimiento de cartera en la Banca Pyme es necesario colocar créditos en el mercado y con la competencia que hay en Huánuco entre entidades financieras, el Scotiabank no puede demorar en el proceso de otorgamiento de créditos Pyme, los clientes necesitan oportunamente el dinero para invertir en sus proyectos o capital de trabajo, aparte se llevan una mala imagen del banco, y es más difícil para la fuerza de venta colocar créditos en el mercado. Por la mala experiencia que tienen los clientes en la demora de atención a sus solicitudes de créditos por el banco, muchos desisten de las operaciones y optan por otra entidad financiera que les atiendan a tiempo. El Scotiabank tiene que mostrar compromiso con sus clientes ya que son los que harán crecer la cartera de clientes Pyme y no limitarse en crecimiento por una demora en el otorgamiento de créditos de la Banca Pyme.

Tomando en cuenta las referencias de los clientes de la banca Pyme y la fuerza de venta externa, el banco presenta los siguientes problemas:

Existe demora en el otorgamiento de créditos, bajo índice en la renovación de créditos de la banca Pyme, bajo número de colocaciones, por la falta de compromiso con el cliente, falta de eficiencia en el otorgamiento de créditos, y la falta de competitividad ante el mercado financiero de la ciudad de Huánuco, estos problemas que se presentan en el Banco Scotiabank afecta en el crecimiento de la cartera de clientes de la Banca Pyme, Agencia Huánuco.

Estos problemas identificados pueden ser ocasionados, por la dilatación de tiempo en las diferentes etapas del procedimiento de otorgamiento de créditos, una mala coordinación de los diferentes niveles de aprobación, falta de personal.

A partir de los enunciados anteriores se formula las siguientes interrogantes para el trabajo de investigación.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema General

¿De qué manera la demora en el otorgamiento de créditos de la Banca Pyme influye en el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia Huánuco - 2017?

1.2.2. Problemas Específicos

1. ¿De qué manera la falta de compromiso con el cliente de la Banca Pyme influye en el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia Huánuco - 2017?
2. ¿De qué manera la falta de eficiencia en el otorgamiento de créditos de la Banca Pyme influye en el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia Huánuco - 2017?
3. ¿De qué manera la falta de competitividad ante el mercado financiero de la ciudad de Huánuco influye en el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia Huánuco - 2017?

1.3. Objetivo General

- Describir de qué manera la demora en el otorgamiento de créditos de la Banca Pyme influye en el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia Huánuco - 2017.

1.4. Objetivos Específicos

- Analizar de qué manera la falta de compromiso con el cliente de la Banca Pyme influye en el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia Huánuco - 2017.
- Analizar de qué manera la falta de eficiencia en el otorgamiento de créditos de la Banca Pymes influye en el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia Huánuco - 2017.
- Analizar de qué manera la falta de competitividad ante el mercado financiero de la ciudad de Huánuco influye en el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia Huánuco - 2017.

1.5. Justificación de la investigación

TEÓRICA

El proyecto de investigación servirá de base para mejorar el proceso de otorgamiento de créditos Pyme con la finalidad de incrementar el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank de la ciudad de Huánuco, definiendo el sistema más adecuado a implementarse con miras a mejorar la competitividad y rentabilidad de la misma.

PRÁCTICA

De vital importancia para el Banco Scotiabank de la ciudad de Huánuco, conocer sobre la demora que existe en el otorgamiento de créditos de la Banca Pyme y cómo repercute en el crecimiento de la cartera de clientes y la rentabilidad de la misma.

METODOLÓGICA

El instrumento de investigación con la cual cuenta el presente trabajo se encuentra validado, lo cual da validez y confiabilidad a posteriores investigaciones.

1.6. Limitaciones de la investigación

Las limitaciones que se tuvieron en la elaboración del presente proyecto de investigación, fueron el factor tiempo para una mejor

recopilación de datos y la poca información del Banco Scotiabank debido a su ley de confidencialidad, pero fueron superadas parcialmente con informaciones y estadísticas obtenidas de otros medios informativos, además se ha tomado el cuarto trimestre del año 2017 como objeto de estudio (Octubre, Noviembre, Diciembre).

1.7. Viabilidad de la investigación

El proyecto de investigación es viable debido a las informaciones obtenidas mediante sitios web, antecedentes de tesis Internacionales, Nacionales y Locales, basado en la información de Bancos y las entidades financieras en el Perú. También cuenta con la disponibilidad inmediata de recursos financieros, humanos, materiales, tiempo y de información que determinaron en última instancia los alcances de nuestra investigación, de acuerdo con ello, se llegó a cumplir los objetivos para su realización.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

Internacionales

Según, Lanas & Trujillo (2015), en su trabajo de investigación sobre, “Modelo de Otorgamiento de Créditos para una institución del sistema financiero Ecuatoriano”. Tesis para optar el título profesional de Economista. Universidad San Francisco de Quito. Concluye:

1. Pese a las clasificaciones generadas, la herramienta estadística no reemplaza a los oficiales de crédito, quienes cuentan con el conocimiento y experiencia sobre el carácter cualitativo de dichos solicitantes; es decir, las calificaciones, por sí solas, no son un argumento suficiente, para aceptar o rechazar las solicitudes.
2. Cabe recalcar que el desarrollo del modelo parte de la premisa de que los solicitantes ya han sido aprobados tentativamente, bajo un esquema de evaluación tradicional.

Nacionales

Según, Cantuta (2013), en su trabajo de investigación sobre, “Procedimiento De Otorgamiento De Créditos Y Satisfacción De Clientes En La Caja Municipal De Ahorro Y Crédito Cusco, Agencia Puno Bellavista, Período 2012”. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración. Universidad Nacional del Altiplano. Concluye:

1. El inadecuado manejo del procedimiento de otorgamiento de créditos, principalmente en los siguientes aspectos: Manejo del conocimiento de los productos crediticios por parte de los Analistas, la recolección de información socio económica, la verificación de bienes del negocio y domicilio, la actuación del comité de créditos y los niveles de aprobación, las acciones de desembolso, debido a lo

prolongado del procedimiento, la verificación del cumplimiento del plan de inversión no se realiza. Lo que indica que estas etapas del procedimiento son deficientes.

2. La inadecuada gestión de los atributos o factores que influyen en (sic) prestación de servicios durante el otorgamiento de créditos, ha originado la insatisfacción de los clientes, que consideran que el procedimiento es lento y deficiente porque falta asesoría e información de los productos crediticios, requisitos, procedimientos para acceder a créditos, la atención y/o servicio de los trabajadores no es la adecuada y el procedimiento es prolongado en cada una de sus etapas, además esta insatisfacción se produce porque se genera altas expectativas al prometer cosas irreales.

Según, Acuña & Waldermi (2015), en su trabajo de investigación sobre, “Factores que determinan la calidad de cartera crediticia en el producto Pyme de Financiera Confianza en la Región Junín 2008 – 2013”. Tesis para optar el título profesional de Economista. Universidad Nacional del Centro del Perú. Concluye:

1. La calidad de cartera está determinada por un conjunto de variables de carácter macroeconómico, tales como la tasa de inflación; el PBI Regional; y por variables microeconómicas como el nivel de solvencia de la entidad, la eficiencia y la variación de saldo de colocaciones. La relevancia global está corroborada con el coeficiente de determinación significativo encontrado en el modelo.
2. Existe una buena percepción respecto al clima de negocios propicio para el sector financiero, ya que a medida que aumenta la cuota de mercado (Financiera Confianza) generará el incremento de las colocaciones, incorporando así a clientes de adecuada calidad crediticia y como consecuencia disminuirá la tasa de morosidad.

Según, De la Cruz & Muñoz (2017), en su trabajo de investigación sobre, “Evaluación de Créditos y su relación con la rentabilidad de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Arequipa, Agencia Huaraz, 2016”.

Tesis para optar el título profesional de Contador Público. Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo. Concluye:

1. Se concluye que las políticas de créditos empleadas por la caja Arequipa (garantías, avales, segmentación de clientes, etc.) son instrumentos indispensables para un otorgamiento de crédito por lo que permite al analista de crédito medir la confiabilidad y capacidad que tiene el cliente para hacer frente a sus obligaciones con la entidad.
2. Se concluye que los procedimientos de crédito (contacto al cliente, visita al cliente, desembolsos, etc.) son etapas de vital importancia que permite al analista de crédito conocer al cliente en el aspecto personal, económico y social; ya que una etapa crediticia culmina cuando el cliente cancela el 100% del crédito que se le otorgó.

Según, Cayetano (2010), en su trabajo de investigación sobre, “La gestión financiera en la colocación de créditos y en el nivel de satisfacción de la demanda de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito del Artesano CIAP – Puno, período 2007 – 2008”. Tesis para optar el título de Contador Público. Universidad Nacional del Altiplano. Concluye:

1. Debido a que la gestión financiera no es eficiente, ha generado que la colocación de créditos, número de socios disminuye en 3.25% y 44.92%, una alta tasa de morosidad de 9.19% por la lenta y pasiva recuperación de los créditos en retraso, disminución en las aportaciones de los socios, que ha influido en la capacidad de colocación de créditos a nuevos socios.
2. Al generarse la disminución de colocaciones de la Cooperativa de Ahorro y Crédito del Artesano CIAP Puno, ha originado la insatisfacción de la demanda de créditos de los socios, quienes consideran que el proceso de evaluación, obtención de los créditos es muy lento y deficiente. Y los montos de los créditos otorgados es bajo a comparación del mercado financiero.

Locales

Según, Arguezo, Pinzas & Mendoza (2017), en su trabajo de investigación sobre “Calidad del servicio de atención al cliente y su influencia en el riesgo crediticio de las Pequeñas y Microempresas en el Banco Continental Agencia Huánuco, 2017”. Tesis para optar el título profesional de Contador Público. Universidad Nacional Hermilio Valdizan. Concluye:

1. La eficiencia de atención al cliente influye en el riesgo de incumplimiento debido a que la mayoría de los clientes están de acuerdo con la información, comunicación, trato y calidez del promotor (48%, 46% y 49%, según los cuadros 1, 2, 3 respectivamente). Asegura la garantía que en su mayoría son buenos y excelentes (62%) y se toma cuidado del grupo de riesgo que en su mayoría están en los grupos G-1, G-2, G-3(38%).
2. La calidad de servicio al cliente influye en el riesgo de crédito, debido a que la mayoría de los clientes están de acuerdo con la calidad del servicio del promotor representado por el 77% (Ver cuadro N° 09). Hace que el riesgo del crédito sea baja representado por el 70% de los clientes (ver cuadro N° 15).

2.2. Bases teóricas

2.2.1 Otorgamiento de Créditos

El Crédito

Según, Reglamento de Créditos (2012), señala que es la obtención de recursos en el presente sin efectuar un pago inmediato, bajo la promesa de restituirlos en el futuro en condiciones previamente establecidas, el crédito es un contrato por el cual la Entidad Financiera pone a disposición del cliente cierta cantidad de dinero el cual deberá de devolver con intereses y sumándole una comisión según los plazos pactados.

Principios Generales de la Evaluación y Clasificación Crediticia del Deudor.

Criterios de Evaluación

Clasificación Crediticia del Deudor.

Estos deudores deberán clasificarse conforme a los siguientes criterios:

Categoría Normal

Son aquellos deudores que vienen cumpliendo con el pago de sus créditos de acuerdo a lo convenido o con un atraso de hasta ocho (8) días calendario.

Categoría con Problemas Potenciales

Son aquellos deudores que registran atraso en el pago de sus créditos de nueve (9) a treinta (30) días calendario.

Categoría Deficiente

Son aquellos deudores que registran atraso en el pago de sus créditos de treinta y uno (31) a sesenta (60) días calendario.

Categoría Dudoso

Son aquellos deudores que registran atraso en el pago de sus créditos de sesenta y uno (61) a ciento veinte (120) días calendario.

Categoría Pérdida

Son aquellos deudores que muestran atraso en el pago de sus créditos de más de ciento veinte (120) días calendario. (Reglamento para la Evaluación y Clasificación del Deudor y la Exigencia de Provisiones, 2008, págs. 12-16)

Riesgos de Crédito

¿Qué es el Riesgo?

Es el grado de variabilidad del retorno de una inversión. Es una contingencia o proximidad de un daño. En términos generales se puede esperar que a mayor riesgo mayor rentabilidad sobre la inversión.

¿Qué es Riesgo Micro financiero?

Es la posibilidad de pérdida parcial o total que se asume en virtud del crédito otorgado a microempresa.

Grado de incertidumbre de la recuperación de un crédito desde el momento de su otorgamiento hasta su cobranza definitiva.

Es la posibilidad de pérdida del principal y/o del interés por colocaciones en actividades económicas de alta vulnerabilidad.

Es el deterioro de la calidad de la cartera de una institución financiera provocada por situaciones de coyuntura internas o externas a las microempresas.

¿En qué consiste la Administración del Riesgo?

La administración del riesgo consiste en eliminarlo, minimizarlo, financiarlo o trasladar sus consecuencias; a través de procesos de medición, evaluación y control.

Financieramente, el administrador de riesgos debe evaluar si cuenta con los fondos, la productividad y la rentabilidad suficientes para asumir riesgos; los transfiere a terceros o realiza un manejo equilibrado entre ambas cosas. estas decisiones se toman si se tiene suficiente información para estimar cual es la probabilidad de ocurrencia del riesgo y la intensidad del daño. Los riesgos se miden y evalúan con base en dos variables: La frecuencia con que se presentan los riesgos y la severidad del daño que ocasiona a la institución financiera.

¿Qué Riesgos debe Administrar una Institución Financiera?

Los riesgos se originan de la situación del empresario de las microempresas, de su cultura, de su capacidad, de elementos internos que forman parte de la rutina en la supervivencia y de factores externos que causan impacto y traen consecuencias.

Los riesgos que pueden afectar la restitución del crédito son:

Riesgos Generales

Dentro de esta categoría se influyen riesgos: Políticos, administrativos, jurídicos, de política económica, sociales, de mercado, financieros y de localización.

Riesgos Particulares

Dentro de esta categoría están los riesgos: Cuantitativos y cualitativos.

Riesgo Cuantitativo

Se refiere a los análisis del producto (mercado, precio, costo, ventas, calidad, cantidad, etc.), a la posición financiera y económica del negocio, al manejo de escenarios para medir posibles resultados de la actividad

con base a estadísticas del sector, al análisis del crédito y al análisis de aspectos técnicos. Ejemplos:

- Mala calidad de la información financiera recopilada (efectivo y bancos, cuentas por cobrar, inventarios, valor de activos fijos, deudas, etc.)
- Deficiente análisis financiero.
- Ninguna proyección de resultados.
- No evaluar conformación de precios.
- resultados, ni medir riesgos del sector.
- No identificar el entorno del negocio.
- No medir el impacto de factores externos.
- Falta identificar ventajas comparativas.
- No determinar la capacidad del negocio para retornar la inversión objeto del crédito.
- Deficiente análisis del crédito en comité para establecer condiciones de monto, plazo, frecuencia y cuota.
- Desconocimiento de aspectos técnicos propios de cada actividad micro empresarial, proceso de producción, maquinarias, equipos, materias primas, insumos o productos. etc.)

Riesgo Cualitativo

Se refiere a la información del empresario y a su calidad como persona (análisis de carácter), Ejemplo.

- Mala calidad de la información personal del empresario.
- Ninguna medición de su estabilidad personal, familiar y empresarial.
- Desconocer la experiencia y conocimiento del empresario en su negocio.
- Desinformación de la moralidad comercial del empresario (con otros créditos, con los proveedores, prestamistas, servicios públicos, etc.)
- No evaluar las relaciones interpersonales con clientes, proveedores, vecinos, familia, amigos, etc. (belicoso, malgeniado, evasivo, conversador).
- No analizar la actitud de crecimiento y desarrollo personal del empresario y por ende de su negocio (actitud conformista y de estancamiento).

- Deficiente gestión administrativa del empresario (no planea, desorganizado, mala dirección y coordinación, deficientes controles, etc.)
- Desconocer los hábitos y costumbres del empresario (paseos, fiestas, toma mucho licor, más de un cónyuge, etc.). (Cantuta, 2013)

Procesos de Otorgamientos de Créditos

¿Qué es un proceso?

Es un conjunto de actividades mutuamente relacionadas y que, al interactuar, transforman elementos de entrada y los convierten en resultados.

Se denominan proceso a la consecución de determinados actos, acciones, sucesos o hechos que deben necesariamente sucederse para completar un fin

Etapas para el Otorgamiento de Créditos

Etapas de Promoción

La promoción es una de las funciones fundamentales para el otorgamiento del crédito:

Es el primer contacto con el cliente se realiza:

- Mediante la visita del analista de créditos al cliente.
- Mediante la visita del cliente a la entidad financiera

Etapas de Evaluación

- El analista revisa la situación crediticia del cliente en el sistema financiero.
- Se solicita requisitos que exigen las entidades financieras (Ej. antigüedad del negocio, recibo de servicios, testimonio, documentación del negocio).
- El otorgamiento de crédito está determinado en la capacidad de pago y definida en el flujo de ingresos, antecedentes crediticios, patrimonio, así como clasificaciones crediticias asignadas por otras empresas en el sistema financiero.
- Para la evaluación económica el analista visita el negocio y el domicilio, en base a la información obtenida y documentación entregada por el cliente, el analista elabora los EEFF.

Dicha evaluación de los EEFF pasa por una etapa de comité de créditos.

Etapa de Aprobación

- El crédito aprobado en comité de créditos deberá ser aprobado por el nivel correspondiente.
- El analista brinda la información al cliente sobre la información del crédito, cuidando que dicha información sea clara, oportuna y transparente.
- El cliente pasa a ventanilla al desembolsar el crédito.

Etapa de desembolso del crédito

- El cliente procede a firmar los pagarés y contratos, previamente el auxiliar de operaciones solicita y realiza la verificación de los documentos de identidad
- El auxiliar de operaciones es el encargado y responsable informar sobre las condiciones de aprobación y conformidad de los Formatos que debe de contener el expediente de créditos.
- El auxiliar de operaciones informa y entrega al cliente los documentos de desembolso: Cronograma de pagos donde consigna el TEA, la tasa de interés mensual esto de acuerdo con el art 6 del reglamento de transparencia de información.

Etapa de control de seguimiento

- El analista verifica si el cliente cumplió con el plan de inversión, del crédito solicitado por el cliente.

Etapa de Recuperación del Crédito

- La recuperación del crédito es un proceso que tiene por finalidad el pago de un crédito cuando el deudor tiene pendiente una o varias cuotas del crédito otorgado.
- Agotado todos los intentos, si el deudor persiste en el no pago provocara el posible inicio de una acción legal con cargo a gastos legales. (Gladys, 2014).

Políticas de Pequeña Empresa B Y Microempresa (Pyme) Scotiabank

Generalidades

Ámbito de aplicación

Negocios con ventas anuales mayores a S/.300 Mil, independientemente de su personería jurídica (Persona Natural con negocio propio o Persona Jurídica) o tipo de organización (Negocio unipersonal o Sociedades), los mismos, que pueden acceder a un producto estandarizado en monto, plazo y tasa, a través del cálculo de la venta mensual anualizada máxima.

Todas las solicitudes de clientes de los segmentos de Pequeña Empresa B y Microempresa, que declaren ventas anuales hasta S/.1´400 Mil deben evaluarse mediante la presente metodología y a través de un funcionario de negocios especializado, ya sea dentro de la autonomía comercial como aquellas que se presenten a la Mesa de Decisión. De igual forma se procederá con aquellas empresas que declaren más de S/.1´400 Mil y deseen acceder a los productos estandarizados aquí descritos.

Todos los montos están referidos en moneda nacional.

Segmentación de clientes

Segmento R1:

Negocios inscritos en el Régimen Especial de Renta (RER), Régimen Único Simplificado (RUS) o Régimen General (con ventas anuales declaradas menores de S/. 300 Mil). Se incluyen negocios sin RUC o con RUC inactivo siempre que cumplan con cualquiera de los siguientes puntos:

- Clientes con créditos recurrentes con el Banco.
- Si tienen al menos 1 año de experiencia crediticia con préstamos desde S/. 30 Mil y calificativo normal (por lo menos 8 meses consecutivos en los últimos 12 meses).
- Si se dedican al giro de transporte de carga o pasajeros con al menos 5 años de experiencia en el giro, o.
- Si los préstamos a otorgar tienen el respaldo de una garantía real.

No incluye clientes sin antecedentes crediticios en 12 últimos meses, excepto si el crédito cuenta con garantía real.

Segmento R2:

Negocios inscritos en el Régimen General con ventas anuales declaradas superiores de S/. 300 mil e inferiores de S/. 900 mil.

Segmento R3:

Negocios inscritos en Régimen General con ventas anuales declaradas superiores de S/. 900 mil.

Notas:

- Las ventas anuales declaradas, es el rango en el que se ubica el negocio tomando en cuenta el promedio de las 3 últimas declaraciones mensuales presentadas a la SUNAT. A falta de estos, se tomará la última declaración anual presentada a la SUNAT.
- La venta mensual anualizada máxima indica:
- ❖ El máximo valor que puede alcanzar la venta mensual, resultante de la evaluación del negocio, multiplicado por 12, para todos los segmentos R1, R2 Y R3.
- ❖ Si la evaluación del negocio la realiza un Oficial de Créditos, se podrán exceptuar los límites indicados de venta mensual anualizada máxima.
- ❖ Cuando en la presente Política se haga referencia a la venta mensual, debe entenderse que se refiere a la venta mensual obtenida en la evaluación del negocio.

Características de los negocios

Los negocios a considerar deben presentar lo siguiente:

- ✓ Generación de excedentes.
- ✓ Respaldo patrimonial.
- ✓ Registro de las actividades del negocio.
- ✓ Deben desarrollarse en un punto fijo (no ambulantes).
- ✓ No desarrollar actividades estacionales, esporádicas o ilegales.
- ✓ No ubicarse en zonas peligrosas o fuera del ámbito de acción del Banco.

Evaluación Crediticia**Parámetros de evaluación****Parámetros de capacidad de pago:**

Son aquellos parámetros ligados a la estabilidad de ingresos en el tiempo, generación de excedentes y patrimonio del negocio (acumulación):

a) Estabilidad del ingreso en el tiempo:

- Antigüedad mínima de operaciones del negocio: 1 año.
- Edad del accionista principal (negocio unipersonal):
 - ✓ Mínima: 21 años. Se requiere solo aval con ingresos en el tramo de 21 a 24 años. A partir de 25 años no se requiere aval.
 - ✓ Máxima: 69 años (máximo 74 años al final del crédito).
 - ✓ No se financiarán las siguientes actividades y oficios:
 - ✓ Agricultura (excepto aquella asociada a la agroindustria).
 - ✓ Pesca. Se podrá atender a clientes del sector pesca que presentan antecedentes crediticios positivos y embarcaciones con capacidad de bodega mayor a 10TN.
 - ✓ Minería y petróleo.
 - ✓ Inmobiliaria.
 - ✓ Armadores.
 - ✓ Transporte público de pasajeros con una sola unidad de transporte (sin infracciones vigentes ni orden de captura).
 - ✓ Abogados, Contadores y Oficios menores.
 - ✓ Servicios de asesoría y actividades de servicios sin activos fijos.
 - ✓ Juego electrónicos y casinos.
 - ✓ Generación de excedentes.
 - ✓ Venta mensual mínima: S/. 20 mil.
 - ✓ Ventas estables o en crecimiento.
 - ✓ No registrar patrimonio negativo en el último estado financiero presentado a la SUNAT.

b) Patrimonio personal (negocios unipersonales y sociedades familiares):

- Patrimonio Personal = Casa o local propio o aval de propiedad)

c) Avaes:

- Se requiere aval en los siguientes casos:
 - Cliente con edad entre 21 y 24 años: Solo aval de ingresos. Se exonera el aval de ingresos si el cliente registra los últimos 12 meses

(mínimo 8 meses con saldo de deuda) con calificativo SBS normal y el monto del crédito no excede de S/. 25 mil.

- Cliente no cuenta con casa o local propio: aval de propiedad. Los avales podrían ser los padres, suegros o familiares directos. No existirá límite de edad para avales.
- Requisito del aval:
 - Debe contar con casa propia (no terreno).
 - No se aceptan avales cruzados.
 - Si cuenta con negocio se evalúa según los parámetros indicados en la presente Política de Créditos Microempresa.
- Requisitos para avales con renta de quinta categoría (dependientes formales) aplicable a otros ingresos del cliente y cónyuge.
 - Edad: no menor de 25 años ni mayor de 69 años.

Antigüedad laboral mínima: 1 año.

- El empleador debe tener clasificación normal en 2 últimos períodos y no encontrarse en proceso de reestructuración o liquidación en INDECOPI.
- Relación Cuota Ingreso del 25% sobre sus ingresos netos.
- Ingreso Neto=Ingreso bruto boleta – descuentos de ley – alquiler de vivienda o cuota hipotecaria de vivienda.
- Se determina la cuota de endeudamiento máxima (CEM).

Parámetros de actitud de pago:

Parámetros referidos al comportamiento crediticio del cliente, cónyuge, aval y socios o accionistas del negocio (persona jurídica) con el Banco, con el sistema financiero y con entidades no financieras:

Cliente, cónyuge, aval, accionistas del negocio y empresas relacionadas (tener más de 50% del accionariado).

- a) Antecedentes crediticios internos aceptados:
 - No debe registrar créditos vencidos, castigados o créditos con cuotas impagos.
 - Atraso máximo: 25 días en 12 últimos meses. En los 6 últimos meses el atraso no puede ser mayor de 12 días por cuota.
 - No debe registrar crédito refinanciado vigente.

b) Antecedentes crediticios externos aceptados (Incluye deuda de Crediscotia como cualquier otra entidad):

- Clasificación SBS Normal en 3 últimos meses y hasta CPP en meses anteriores. Se acepta hasta 5% de clasificación CPP en créditos de consumo en los 3 últimos meses.
- No debe registrar clasificación en SBS de Deficiente, Dudoso, o Pérdida en 12 últimos meses.
- No debe registrar deuda refinanciada vigente (no incluye RESIT), deuda en cobranza judicial o deuda castigada.
- No debe registrar protestos financieros sin aclarar en bases externas en los últimos 2 años, en caso contrario se debe adjuntar información aclaratoria que evidencie el pago. Se exceptúan los clientes recurrentes (internos y externos) cuyos protestos (suma o individual) no excede de S/. 25 mil.
- No debe registrar tarjetas de crédito anuladas o cuentas corrientes cerradas con período de castigo vigente.
- No debe registrar deudas pendientes mayores de S/. 1,5M con la SUNAT, o Banco de Materiales, a menos que se sustente el refinanciamiento.
- No registrar morosidad actual sin aclarar, excepto si el monto moroso no excede de S/. 500.
- Número máximo de entidades financieras con deuda de negocio (incluye deuda con el Banco):
 - Para R1: 4entidades.
 - Para R2 y R3: 5entidades.
- No encontrarse en la base de oficios SBS (delitos).

Otros parámetros y excepciones:

- El Funcionario de Negocios debe realizar la visita al negocio y es responsable de recabar toda la información y documentación necesaria para la evaluación crediticia. De manera aleatoria o cuando algún caso particular lo amerite, un Oficial de Créditos podrá realizar la visita, acompañado del Funcionario respectivo.

- El Funcionario de Negocios sólo realizará la inspección del domicilio cuando el negocio se encuentre dentro de este domicilio. En otros casos, la empresa de cobranzas designada, se encargará de realizar la inspección.
- Si la unidad familiar tiene dos o más negocios se evaluarán como riesgo único.
- Si el cónyuge del cliente o del aval es analfabeto, se debe incluir en la solicitud de crédito y en el cronograma de pagos un acta notarial de “Firma a Ruego” (coordinada con el Área legal del Banco), las cuales se enviarán a cartera junto al pagaré.
- La persona analfabeta no puede firmar el pagaré.
- El aval sólo podrá avalar un crédito en el Banco.
- Se puede otorgar crédito al accionista mayoritario siempre que su participación sea mayor del 80%. Sólo se podrá otorgar crédito al accionista mayoritario o a la empresa, no a ambos, excepto si el crédito se dirige a otro negocio del accionista con giro diferente.
- Todos los créditos a personas jurídicas deben contar con el aval de los accionistas que en conjunto sumen más del 50% de las acciones de la empresa.
- Vigencia de aprobaciones:
 - Créditos de proyectos de infraestructura: 120 días
 - Otros créditos: 90 días.
- Vigencia de verificación domiciliaria.
 - Clientes recurrentes internos: 1 año, se puede exonerar la verificación siempre que el cliente cuente con casa propia y no haya cambiado de domicilio (sustentado con recibos de luz o de agua).
 - Otros créditos: 120 días.
- La División de Créditos podrá poner a disposición del Área comercial las bases de datos filtrados, de acuerdo a los términos de la presente Política, con la característica de pre aprobada y aprobada. Si el documento que emite la División de Créditos no tiene concesiones o condiciones especiales, se entiende que se deben respetar los documentos y evaluaciones que dicta la presente Política. La

vigencia de las bases será indicada en su oportunidad. (Manuel de Políticas - MAN 2013 - 014).

Eficiencia Financiera

En la actualidad la eficiencia financiera es una de las buenas prácticas que se debe procurar en toda organización, independientemente del sector a donde pertenezca, es decir, sector público o privado. Esta práctica necesita un alto nivel de compromiso de todas las áreas de la entidad e, incluso, se puede considerar como toda una cultura organizacional.

La actividad financiera debe ir en pro del cumplimiento de lo estipulado en la planeación financiera de la compañía y para ello, necesita ser eficiente.

Desde el proceso de compras que involucra la adquisición de materia prima y de insumo, se debe llevar a cabo buenos hábitos de compra, respaldados en procesos eficientes donde siempre se adquieran bienes o servicios de alta calidad a un precio competitivo en el mercado. Otro aspecto importante es la selección detallada de los proveedores, siempre teniendo como premisa trabajar con aquellas empresas que puedan encajar plenamente en la cadena cliente proveedor, generando valor agregado en la logística utilizada para cumplir con los estándares previamente acordados.

Las tesorerías son aquellas unidades al interior de los departamentos o áreas financieras, en las cuales recaen grandes responsabilidades, ya que, por efecto de su naturaleza, deben realizar varias actividades de suma importancia. Dichas actividades se refieren, por ejemplo, a la proyección de los flujos de caja, hecho que le permitirá al tesorero simular el futuro comportamiento en cuanto a ingresos y egresos se refiere. Si la empresa tiene operaciones con moneda extranjera, es una obligación que se asuman posturas de cobertura, es decir, acudir al mercado de derivados y celebrar contratos a plazo, que le permitan a la corporación tener certeza acerca de las cifras futuras para una correcta toma de decisiones.

Continuando con las tesorerías, debemos afirmar que es clave la relación comercial con los bancos, estas entidades se convierten en la

mano derecha del tesorero. Los productos de captación y de colocación que ofrecen los diferentes intermediarios financieros, son constantemente demandados por esta área. En últimas, dependiendo de la forma en que se endeude la empresa y la manera en que invierta sus recursos excedentes, se va perfilando la generación de valor corporativo, que a la postre es el máximo objetivo que en términos de finanzas corporativas se refiere. (Monroy, 2006).

Compromiso con el cliente

Hoy en día, y más en el futuro, el éxito de cualquier empresa dependerá de su capacidad de situar al cliente en el centro de su organización, promoviendo una cultura centrada en el compromiso con el cliente y orientada a descubrir, crear y entregar valor.

El escenario actual se caracteriza por una sobreoferta de productos y servicios, y lo que realmente escasean son los clientes, son el recurso más escaso. Cada día resulta más duro encontrarlos y difícil conservarlos. En este mercado sobre ofertado y con exceso de producción el cliente ya no vive de forma pasiva esperando recibir las ofertas y dejándose convencer; ha sabido adaptarse al medio. Hoy en día, Internet, las nuevas tecnologías de la información, la web 2.0, las redes sociales, etc. permiten a los clientes el acceso a grandes cantidades de información, a la comunicación con otros clientes y a una competencia repartida por todo el mundo. Esto ha provocado clientes más informados, más cualificados para evaluar la oferta, más exigentes, con mayor poder de compra y menos fieles en las relaciones con sus proveedores.

Cada vez más la aproximación al cliente debe ser personalizada, con capacidad de respuesta en tiempo real y de anticipación a sus necesidades. Es preciso conocerle de cerca, desarrollar relaciones profundas, para entrar en la “dimensión” de crear, detectar nuevas oportunidades, estructurar las mismas en modelos de negocio rentables y entregar un valor diferencial que contribuya a la mejora de la cuenta de explotación del cliente. Es el momento de utilizar un nuevo enfoque en las relaciones con los clientes basado en co-crear valor a través de experiencias personalizadas que aporten un valor superior a la adquisición de productos y servicios y alimenten el “ciclo de vida del

cliente”. Experiencias que abarquen desde el proceso de creación del producto, servicio y/o solución hasta el post-venta generando en el cliente compromiso a la marca, a la empresa que representa sus valores y aspiraciones.

Pero, ¿qué entendemos por compromiso del cliente? Cuando hablamos de compromiso del cliente nos referimos a mucho más que compras reiteradas. El compromiso lo entendemos como la disposición del cliente a hacer una inversión o sacrificio para fortalecer la relación con la empresa. Los clientes realmente comprometidos tienden a comprar más a lo largo del tiempo, a dedicar mayor parte de su tiempo a una empresa con la que se sienten bien, a generar nuevos negocios y nuevos compradores a través de recomendaciones o comunicaciones “boca-oreja”. Para un cliente esto significa permanecer con un proveedor que le brinda el suficiente beneficio a largo plazo, aunque no le ofrezca el mejor precio en una transacción particular. El verdadero compromiso afecta a la rentabilidad, impulsa el crecimiento de los ingresos.

Entonces, ¿cómo lograr el compromiso del cliente? ¿Y cómo generar en la empresa una cultura basada en el compromiso con el cliente? Para lograrlo las empresas tenemos que incorporar al cliente como parte central del negocio, desarrollar con las decisiones trascendentales, integrándolo en todas las etapas del proceso.

Hay muchos y diferentes caminos para avanzar en la gestión del compromiso con el cliente, cada organización debe buscar el suyo. (Martinez, 2015)

Competitividad

La competitividad se define como la capacidad de una entidad u organización con o sin fines de lucro para competir. En el ámbito económico la competitividad juega un rol fundamental en empresas y países, definiendo así la aptitud de cada uno para poder mantenerse en el mercado. Las ventajas comparativas influyen de forma determinante ya que las mismas proporcionarán el alcance, sostenimiento y mejoramiento en cuanto a la posición socioeconómica en que se encuentre.

Las ventajas comparativas involucran aquellos recursos que posee una empresa (materia prima, tecnología, conocimientos, etc.) y por los cuales

destaca en comparación con otra empresa que dispone de ellos, pero en menor medida o que simplemente no los tiene.

Cuando una empresa busca competitividad, significa que está planteando nuevos métodos de negocios y estrategias de mercado que le propinen una evolución positiva y trascendente, y de esa manera adaptarse al modelo económico actual.

Una empresa logra competitividad a base de experiencia y aprendizaje a través de los años en donde la influencia de sus dirigentes, accionistas, empleados, del Estado y la sociedad marcan el rumbo de la misma. (Concepto.de, 2018)

2.2.2 Cartera de Clientes

Calidad de la Cartera en las Entidades de Microfinanzas

En las instituciones microfinancieras los préstamos no están generalmente respaldados por una garantía realizable, de modo que la calidad de cartera es el indicador más importante, para la sostenibilidad a largo plazo, porque la mayor fuente de riesgo está en sus carteras de créditos. La cartera de créditos es el mayor activo de las empresas microfinancieras, y la calidad y el riesgo que representa pueden resultar muy difíciles de medir. Las mejores instituciones microfinancieras mantienen una más alta calidad de cartera que los bancos comerciales de muchos países. (Vela & Uriol, 2012)

Según Barquero Cabrero, J (2004), en su libro Marketing de Clientes menciona que si nosotros debemos complementar este estudio con la evaluación de la cartera de clientes. El objetivo del análisis de clientes es conocer a cada uno de ellos lo mejor posible para poder identificar el tipo de acciones que debemos realizar y también evaluar la evolución de la calidad de cartera a fin de dar prioridad a los proyectos que hay que lanzar. A continuación, se describe el principal elemento que se debe de tener en cuenta.

Determinar el riesgo de morosidad y fraude de clientes: El riesgo de morosidad y fraude es importante no sólo a la hora de vigilar a los clientes actuales, sino también para definir perfiles de personas en la empresa a la que se pedirá una serie de requisitos mínimos para entrar como clientes. Los datos de morosidad generalmente los obtendremos

del histórico de cobros, informes comerciales, situación financiera, etc.
(Pág.99).

2.2.2.1 Tipos de cartera de clientes.

- **Cartera vigente:** Es una cuenta que pertenece a las operaciones activas que un banco realiza, concediendo créditos en distintas modalidades de préstamos. La cuenta específica que contabiliza todos los créditos otorgados con garantías documentarias; generalmente se utiliza en esta modalidad de préstamo es en letras de cambio.
- **Cartera vencida:** Monto total de créditos otorgados por una persona física o moral y que se convierte en un activo de riesgo al tener los créditos en mora. Así mismo es entendida como la parte de los documentos de créditos que no han sido pagados a su fecha de vencimiento

El problema de cartera vencida surge principalmente cuando una empresa o entidad financiera ofrece créditos a sus clientes sin el análisis adecuado de sus políticas de crédito y/o de la falta de control y vigilancia de la cartera. Sin embargo, también existe un riesgo independiente a la capacidad de la empresa o entidad financiera para fijar sus políticas de créditos y cobranza representando por condiciones circunstanciales y particulares del cliente que resultan en el vencimiento del crédito.

Proceso de Seguimiento y Control de la Cartera

Una manera de determinar las políticas de seguimiento y control de la cartera es cuando se implementa un manual de procedimientos para la administración eficiente de la misma. Este procedimiento debe incluir:

- Categorización de la cartera por el nivel de riesgo.
- Calificación de la cartera por edad de vencimientos.
- Establecer periodos de evaluación de la cartera considerando aspectos como capacidad de pago, solvencia del deudor y solidarios, garantías, y cumplimiento de los términos pactados.
- Consultas a centrales de riesgo.

La provisión de la cartera.

- Se entiende por provisión de cartera el valor que la empresa, según análisis del comportamiento de su cartera, considera que no es posible recuperar, y por tanto debe provisionar.
- Siempre que una empresa realice ventas a crédito corre el riesgo que un porcentaje de los clientes no paguen sus deudas, constituyéndose para la empresa una pérdida, puesto que no le será posible recuperar la totalidad de lo vendido a crédito.
- El valor de las ventas a crédito no pagado por los clientes constituye una pérdida para la empresa que debe reconocerse en el resultado del ejercicio, por tanto, se debe llevar como un gasto.
- La provisión de cartera, una vez calculada disminuye el valor de la cartera y se reconoce como gasto. (Acosta & Sánchez, 2016)

2.3. Definiciones Conceptuales

Cash – Flow: Es el flujo de caja o tesorería, aunque más que una definición es una traducción.

Colocaciones: el término de colocaciones se explica por convención a ciertas categorías de operaciones financieras, se distinguen en efecto, los préstamos otorgados principalmente en función de la personalidad de agente beneficiario, que abarca categorías diversas a corto, mediano y largo plazo, es una operación mediante el cual el poseedor de los capitales los afecta al ámbito de su competencia, con la esperanza de lograr una garantía

Cliente: el término cliente es un término que puede tener diferentes significados de acuerdo a la perspectiva en la que se analice.

En economía el concepto permite referirse a la persona que accede a un producto o servicio a partir de un pago.

Cartera de Créditos: Constituido por las colocaciones, en sus diversas modalidades o tipos, y que es gestionado por los analistas de créditos.

Déficit: (del latín deficere, que puede traducirse como “faltar”) es la escasez, el menoscabo o la deficiencia de alguna cosa que se necesita o que se considera como imprescindible.

La competitividad: se define como la capacidad de una entidad u organización con o sin fines de lucro para competir. En el ámbito económico la competitividad juega un rol fundamental en empresas y países, definiendo así la aptitud de cada uno para poder mantenerse en el mercado. Las ventajas comparativas influyen de forma determinante ya que las mismas proporcionarán el alcance, sostenimiento y mejoramiento en cuanto a la posición socioeconómica en que se encuentre.

La eficiencia: significa un nivel de rendimiento de un proceso el cual utiliza la menor cantidad de entradas o insumos para crear la mayor cantidad de productos o resultados. La eficiencia se relaciona con el uso de todos los insumos en la producción de cualquier producto, incluyendo el tiempo personal y la energía. La eficiencia es un concepto medible que puede determinarse determinando la relación entre el rendimiento útil y el total. Minimiza el desperdicio de recursos tales como materiales físicos, energía y tiempo, mientras que consigue con éxito la salida deseada.

Liquidez: Es la capacidad que tiene una entidad para obtener dinero en efectivo, y así hacer frente a sus obligaciones a corto plazo

Micro Empresa: Una unidad que cuenta con el número de trabajadores que no exceda de diez (10) personas, que el valor total anual de las ventas no exceda de doce (12) unidades impositivas tributarias (UIT) y que opere en forma organizada, combinando la tecnología y los recursos para elaborar productos o prestar servicios para ser puestas en el mercado.

Pequeña Empresa: Es una entidad que opera en forma organizada, combina la tecnología y los recursos para elaborar productos o prestar servicios con el objeto de colocarlos en el mercado para obtener una ganancia, que cuenta con un número mayor a 20 trabajadores y que el valor anual de las ventas no exceda de 25 unidades impositivas tributarias (UIT).

Riesgo de crédito: Según Rusa C, (2013), considera como el riesgo por antonomasia de las entidades bancarias, hace referencia a la probabilidad de impago por parte del prestatario y al incumplimiento de las condiciones pactadas en el contrato (deterioro de su capacidad de pago).

Riesgo: El riesgo financiero se corresponde con la incertidumbre sobre la materialización del rendimiento esperado de una cierta inversión.

2.4. HIPÓTESIS

2.4.1. Hipótesis General

La demora en el otorgamiento de créditos de la Banca Pyme influye en el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia Huánuco – 2017.

2.4.2. Hipótesis Específicas

1. La falta de compromiso con el cliente de la Banca Pyme influye en el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia Huánuco-2017.
2. La falta de eficiencia en el otorgamiento de créditos de la Banca Pyme influye en el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia Huánuco – 2017.
3. La falta de competitividad ante el mercado financiero de la ciudad de Huánuco influye en el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia Huánuco - 2017.

2.5. Variables

2.5.1. Variable Independiente: Demora en el Otorgamiento de Créditos de la Banca Pyme.

Dimensiones:

- Falta de Compromiso
- Falta de Eficiencia
- Falta de Competitividad

2.5.2. Variable Dependiente: Crecimiento de la cartera de clientes.

Dimensiones:

- Cartera vigente
- Calidad de cartera

2.6. Operacionalización de Variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
VARIABLE INDEPENDIENTE DEMORA EN EL OTORGAMIENTO DE CRÉDITOS DE LA BANCA PYME	X1: Falta de Compromiso	• Productividad	• ¿Cree usted que al Banco Scotiabank le hace falta funcionarios de negocio productivos?
		• Satisfacción de Clientes	• ¿Usted se siente satisfecho con la atención recibida por el funcionario de negocio?
	X2:Falta de Eficiencia	• Tiempo	• ¿Usted fue atendido a tiempo cuando solicito su crédito Pyme?
		• Proceso	• ¿Usted como cliente cree que el proceso de otorgamiento de créditos Pyme es eficiente?
	X3: Falta de Competitividad	• Capacidad	• ¿Cree usted que los funcionarios de negocio tienen la capacidad de solucionar la demora en el otorgamiento de créditos Pyme?
		• Gestión	• ¿Cree usted que hay una buena gestión de parte del promotor y del funcionario en el otorgamiento de créditos Pyme?
VARIABLE DEPENDIENTE CRECIMIENTO DE LA CARTERA DE CLIENTES	Y1: Cartera Vigente	• Numero de Colocaciones	• ¿Usted cree que el Banco Scotiabank captará más número de clientes, con la demora que presenta en los otorgamientos de créditos pyme? • ¿Usted seguiría trabajando con el Banco'
		• Créditos otorgados	• ¿A usted le llegaron a otorgar un crédito Pyme cuando lo solicito al Banco?
	Y2: Calidad de cartera	• Evaluación	• ¿Qué le parece a usted la evaluación realizada por el funcionario de negocios cuando solicito su crédito? • ¿Usted cumple con los requisitos que el Banco Scotiabank requiere para poder otorgarle un crédito Pyme?
		• Riesgo	• ¿El negocio que usted tiene le permite cumplir con sus pagos a los Bancos puntualmente?

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de Investigación

La presente investigación reúne todas las condiciones necesarias para ser denominados como “Investigación Aplicada”, porque los alcances de esta investigación son más prácticos, aplicativos que se auxilia de normas, leyes, manuales y teorías para poder obtener resultados efectivos a un problema detectado, por lo cual tiene como objetivo resolver un determinado problema o planteamiento específico. Este tipo de investigación hace uso de los métodos del pasado, los conocimientos o teorías o de investigación básica para resolver un problema existente.

Según, Arena (1993), la investigación aplicada guarda íntima relación con la básica, pues depende de los descubrimientos y avances de la investigación básica y se enriquece con ello. La investigación aplicada busca el conocer para hacer, para actuar, para construir, para modificar.

3.1.1. Enfoque

Según, Marcelo (2006), el presente estudio es de enfoque cuantitativo y cualitativo ya que requiere que el investigador recolecte datos numéricos de los objetivos, fenómenos, participantes que estudia y analiza mediante procedimientos estadísticos, de este conjunto de pasos llamado investigación cuantitativa, se derivan otras características del enfoque cuantitativo que se precisan a continuación: Las hipótesis que se generan antes de recolectar y analizar los datos y la recolección de datos se fundamenta en la medición. Debido a que los datos son producto de mediciones, se representan mediante números (cantidades) y se deben analizar a través de métodos estadísticos.

Dicho de otra manera, las mediciones se transforman en valores numéricos (Datos cuantificables) que se analizan por medio de la estadística

3.1.2. Alcance o nivel

La investigación realizada es de nivel descriptiva correlacional.

Investigación descriptiva: Consiste en analizar, interpretar, describir, registrar las características, elementos de los hechos o fenómenos que se está investigando.

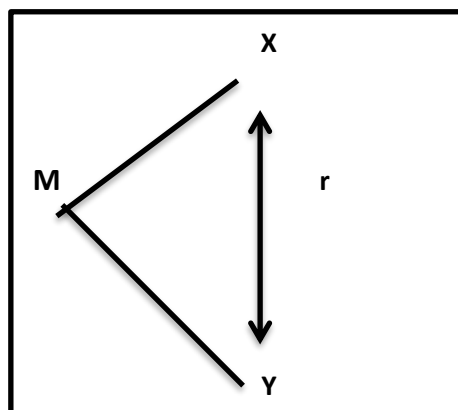
Investigación correlacional: Es la relación entre dos o más variables que se presentan en la investigación este nivel permite medir el grado de relación que existe entre las variables independiente y dependiente, es decir entre la demora en el otorgamiento de créditos de la banca pyme y el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank.

Según, Sampieri (2010), Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetivos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es útil para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación. Y la correlación; su finalidad es conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto particular.

3.1.3. Diseño

El diseño de la investigación pertenece al descriptivo correlacional. Según Hernández, Baptista y otros (2010). El diseño descriptivo correlacional, trata de determinar el grado de relación existente entre dos o más variables de interés en una muestra de sujetos o el grado de relación existente entre dos fenómenos o actividades observadas.

El esquema es el siguiente:



Donde:

M: Muestra

X: Variable independiente: Demora en el otorgamiento de créditos de la Banca Pyme

Y: Variable dependiente: Crecimiento de la cartera de clientes

R: Relación

3.2. Población y Muestra

Población

Según, Tamayo (2004) Población es la “totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis o entidades de población que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrado un conjunto de N entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a un estudio o investigación”.

Está conformada por todos los empresarios de pequeña empresa y microempresa de la ciudad de Huánuco. Siendo esto un total de 75 empresarios de diferentes giros de negocio, dicha información fue proporcionada por un funcionario de negocio que se encuentra laborando en el Banco Scotiabank.

Muestra

Según, Tamayo (2004), A partir de la población cuantificada para una investigación se determina la muestra, cuando no es posible medir cada una de las entidades de la población; esta muestra, se considera, que es representativa de la población.

La selección de la muestra fue seleccionada por el método de muestreo probabilístico la cual se caracteriza por que determina de antemano la probabilidad de ser seleccionada, cada uno de los elementos que integran la población del total de población solo tomaremos como muestra a la ciudad de Huánuco con 63 empresarios de pequeña empresa y microempresa de diferentes giros de negocio.

Fórmula de muestra:

$$n = \frac{N \cdot Z_c^2 \cdot p \cdot q}{(N-1) \cdot e^2 + Z_c^2 \cdot p \cdot q}$$

N = población = 75

Z = nivel de confianza = 2

p = Probabilidad de éxito = 40

q = probabilidad de fracaso = 60

n = muestra

e = error muestral = 5

Luego se aplica la fórmula:

$$n = \frac{75 (2^2) (40)(60)}{74 (5^2) + (2^2)(40)(60)}$$

$$n = \frac{75 . 4 . 40 . 60}{74 . 25 + 4 . 40 . 60}$$

$$n = 63$$

Clientes del Banco Scotiabank a las cuales se les tomo la encuesta clasificados por giros de negocio.

GIRO DE NEGOCIO	N° DE CLIENTES
VENTA DE GRANOS	8
VENTA DE ROPAS	15
VENTA DE ABARROTES	15
VENTA DE CALZADOS	10
RELOJERIAS	5
FERRETERIAS	5
TOTAL	63

3.3. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Encuesta

Según, Arias (2016). Se define la encuesta como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular. Para el proyecto de Investigación se utilizará la encuesta escrita dirigida a los clientes de la Banca Pyme del Banco Scotiabank de la ciudad de Huánuco.

Cuestionario

Según, Arias(2016). Es la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas. Se denomina cuestionario auto administrado porque debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestador, el cuestionario puede ser, cuestionario de preguntas cerradas y cuestionario de preguntas abiertas. Para el presente proyecto de investigación se utilizará el cuestionario de preguntas cerradas la cual será tomada a los clientes de la Banca Pyme del Banco Scotiabank de la ciudad de Huánuco.

3.4. Técnicas para el Procesamiento y Análisis de la Información

Para el procedimiento de análisis e interpretación de datos se utilizó el programa SPSS, el cual nos ayudará a tabular los datos obtenidos y representados en gráficos para una mejor interpretación de ellos.

Cuadros estadísticos

También denominado tabulado o tabulación es una presentación ordenada de un conjunto de datos cuantitativos, ya sea en una sola columna o en un solo renglón o también en columnas o renglones cruzados.

Gráficos

En este apartado se presentan una serie de lineamientos que permitan homogeneizar y estandarizar tanto la presentación como la interpretación de la representación gráfica de las diferencias de los datos entre categorías, unidades territoriales o temporales.

Programa SPSS

Es un programa estadístico informático muy usado en las ciencias sociales y las empresas de investigación de mercado. Originalmente SPSS fue creado como el acrónimo de Statistical Package for the Social Sciences aunque también se ha referido como “Statistical Product and Service Solutions”. Es uno de los programas estadísticos más conocidos teniendo en cuenta su capacidad para trabajar con grandes bases de datos y un sencillo interface para la mayoría de los análisis. Lo que nos facilitó realizar el análisis estadístico de las variables.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Procesamiento de datos

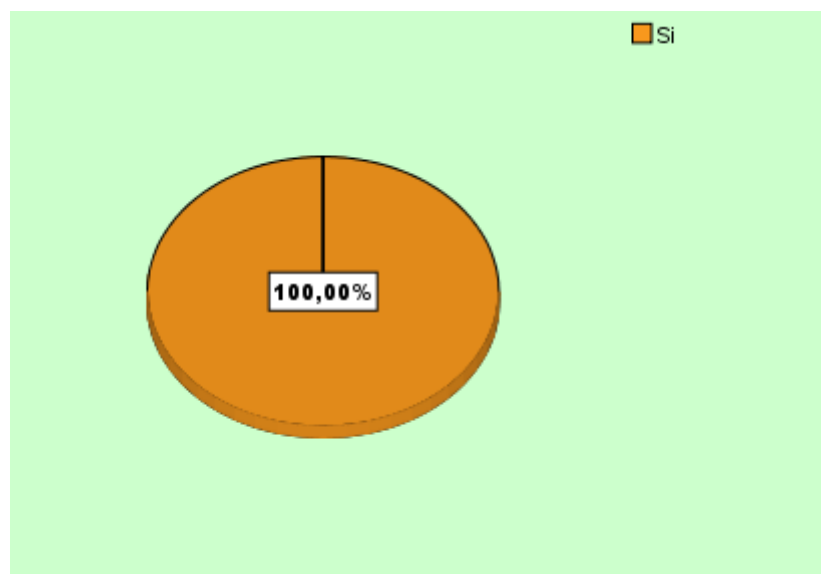
TABLA N° 01: ¿Cree usted que al Banco Scotiabank le hace falta funcionarios de negocios que sean productivos?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Frecuencia			
Válidos	Si	63	100,0	100,0

Fuente: Encuesta, 2018

Elaboración: propia del investigador

IMAGEN N° 01: ¿Cree usted que al Banco Scotiabank le hace falta funcionarios de negocios que sean productivos?



Fuente: Tabla N°01

Elaboración: propia del investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Según la encuesta realizada a los clientes del Banco Scotiabank el 100% opinan que sí le hace falta funcionario de negocios que sean productivos. Lo que significa que el Banco Scotiabank tiene que capacitar mejor a su personal.

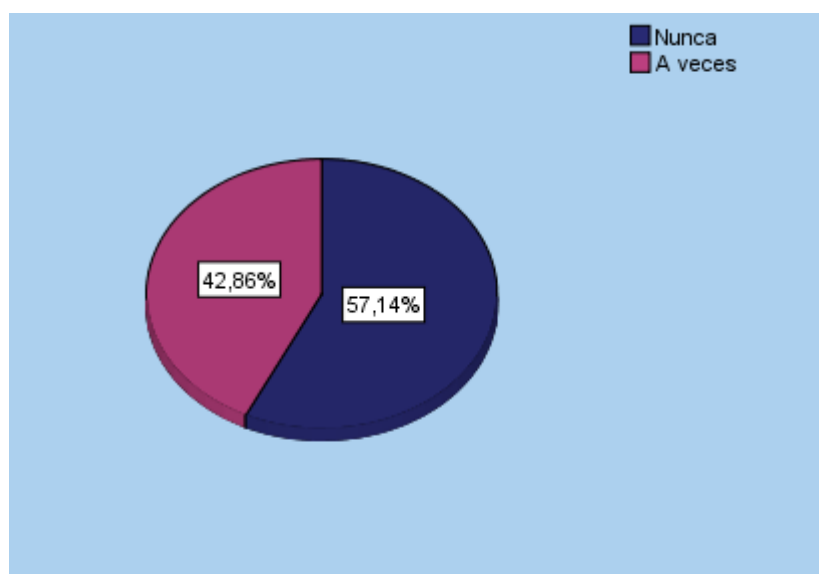
TABLA N° 2: ¿Usted se siente satisfecho (a) con la atención recibida por el funcionario de negocio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	36	57,1	57,1	57,1
Válidos A veces	27	42,9	42,9	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, 2018

Elaboración: propia del investigador

IMAGEN N° 2: ¿Usted se siente satisfecho (a) con la atención recibida por el funcionario de negocio?



Fuente: Tabla N°02

Elaboración: propia del investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Según la encuesta realizada a los clientes del Banco Scotiabank el 57.14% opinan que nunca se sienten satisfechos con la atención recibida por el funcionario de negocios, y el 42,86% opinan que a veces se sienten satisfecho. Estos indicadores hacen referencia que hay un problema en la atención que los clientes están recibiendo y el Banco Scotiabank tendría que tomarlo en cuenta y mejorar este aspecto, conversando con sus empleados, haciéndoles ver la importancia que tiene un cliente en la institución.

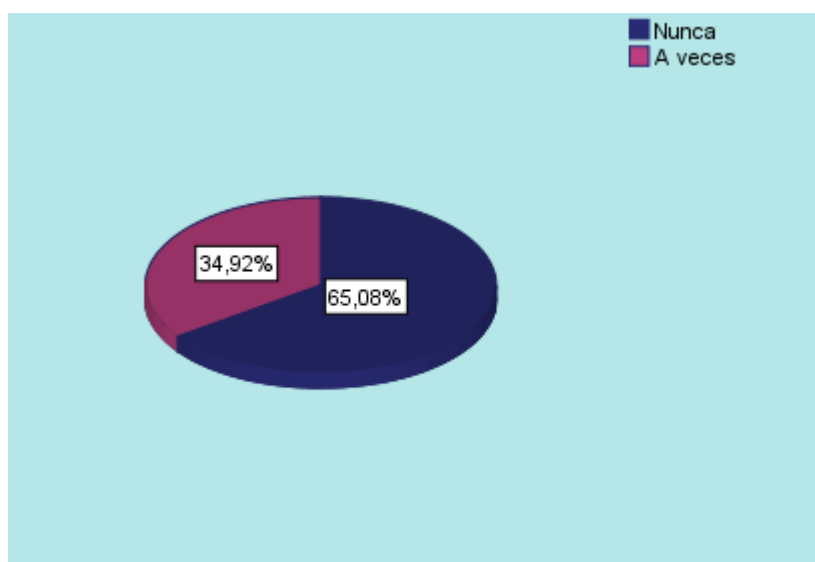
TABLA N° 3: ¿Usted fue atendido a tiempo cuando solicitó su crédito pyme?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	41	65,1	65,1	65,1
Válidos A veces	22	34,9	34,9	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, 2018

Elaboración: propia del investigador

IMAGEN N° 3: ¿Usted fue atendido a tiempo cuando solicitó su crédito pyme?



Fuente: Tabla N°03

Elaboración: propia del investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Según la encuesta realizada a los clientes del Banco Scotiabank el 65,08% opinan que su solicitud de crédito pyme nunca fue atendido a tiempo y el 34,92% opinan que a veces fueron atendidas sus solicitudes a tiempo. Lo que significa que el Banco Scotiabank tendrá que mejorar en este aspecto, ya que los clientes necesitan ser atendidos a tiempo para que puedan invertir el dinero en sus inversiones o capital de trabajo oportunamente.

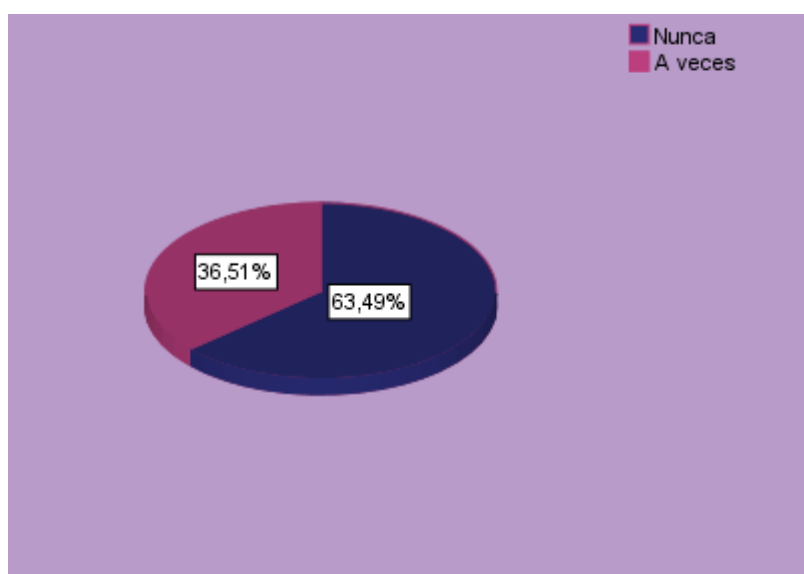
TABLA N° 4: ¿Usted como cliente cree que el proceso de otorgamiento de créditos pyme es eficiente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	40	63,5	63,5	63,5
Válidos A veces	23	36,5	36,5	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, 2018

Elaboración: propia del investigador

IMAGEN N° 4: ¿Usted como cliente cree que el proceso de otorgamiento de créditos pyme es eficiente?



Fuente: Tabla N°04

Elaboración: propia del investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Según la encuesta realizada a los clientes del Banco Scotiabank, el 63.49% opinan que el proceso de otorgamiento de créditos pyme nunca es eficiente y el 36,51% opina que a veces es eficiente. Lo que significa que al Banco Scotiabank le hace falta un proceso eficiente, desde la promoción, hasta el desembolso de un crédito Pyme.

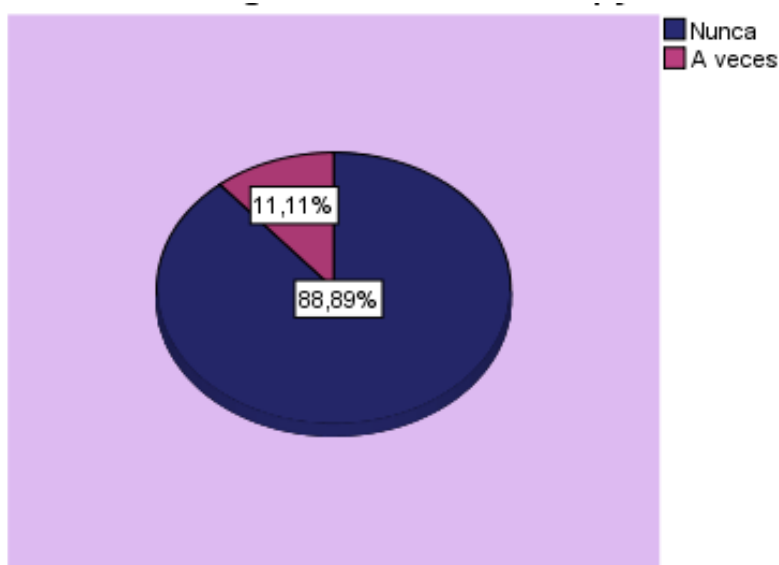
TABLA N° 5: ¿Cree usted que los funcionarios de negocio tienen la capacidad de solucionar la demora en el otorgamiento de créditos pyme?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	56	88,9	88,9	88,9
Válidos A veces	7	11,1	11,1	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, 2018

Elaboración: propia del investigador

IMAGEN N° 5: ¿Cree usted que los funcionarios de negocio tienen la capacidad de solucionar la demora en el otorgamiento de créditos pyme?



Fuente: Tabla N°05

Elaboración: propia del investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Según la encuesta realizada a los clientes del Banco Scotiabank el 88,89% opinan que los funcionarios de negocio nunca tienen la capacidad de solucionar la demora en el otorgamiento de créditos pyme, y el 11,11% opinan que a veces tienen la capacidad de solucionar la demora en el otorgamiento de créditos pyme. Lo que significa que hacen falta capacitaciones al personal y sobre todo compromiso con el cliente de parte del funcionario de negocio y del Banco.

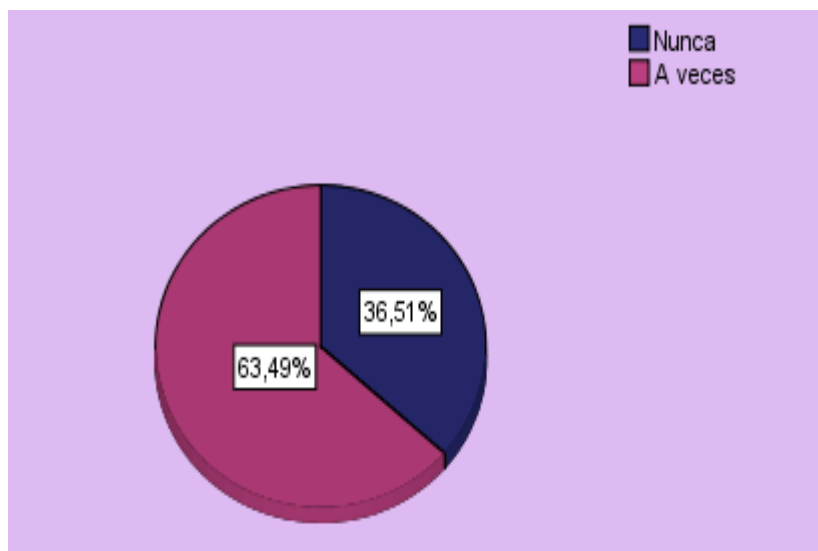
TABLA N° 6: ¿Cree usted que hay una buena gestión de parte del promotor y del funcionario de negocios en el otorgamiento de créditos pyme?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	23	36,5	36,5	36,5
Válidos A veces	40	63,5	63,5	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, 2018

Elaboración: propia del investigador

IMAGEN N° 6: ¿Cree usted que hay una buena gestión de parte del promotor y del funcionario de negocios en el otorgamiento de créditos pyme?



Fuente: Tabla N°06

Elaboración: propia del investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Según la encuesta realizada a los clientes del Banco Scotiabank el 63,49% opinan que a veces hay una buena gestión de parte del promotor y funcionario de negocios en el otorgamiento de créditos pyme, y el 36,51% opinan que nunca hay una buena gestión de parte del promotor y funcionario de negocio en el otorgamiento de créditos pyme. Lo que significa que los clientes no están satisfechos con la gestión del promotor ni del funcionario de negocio, ya que no dan un adecuado seguimiento en el trámite de sus solicitudes de créditos, y lo hace más lento al proceso de otorgamiento de créditos pymes

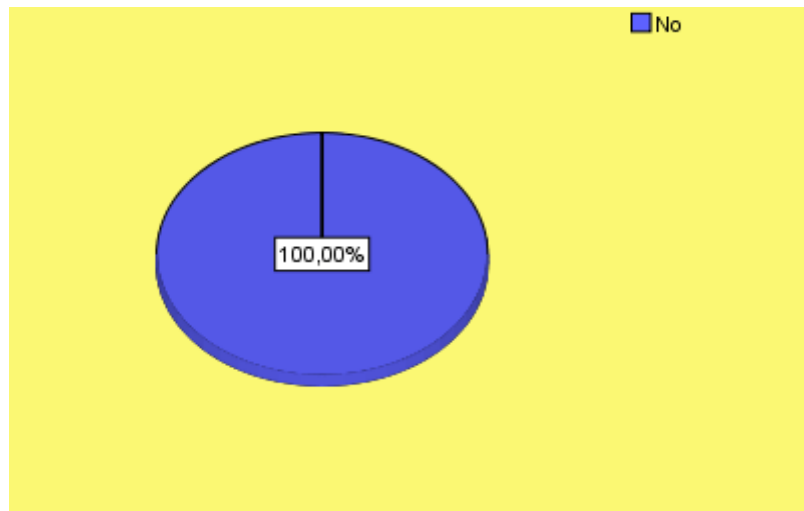
TABLA N° 7: ¿Usted cree que el Banco Scotiabank captará más número de clientes, con la demora que presenta en los otorgamientos de créditos Pyme?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	63	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta, 2018

Elaboración: propia del investigador

IMAGEN N° 7: ¿Usted cree que el Banco Scotiabank captará más número de clientes, con la demora que presenta en los otorgamientos de créditos Pyme?



Fuente: Tabla N°07

Elaboración: propia del investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Según la encuesta realizada a los clientes del Banco Scotiabank el 100% opinan que no captará más números de clientes, con la demora que presenta en los otorgamientos de créditos pyme. Esto significa que los clientes no están conformes con el proceso de otorgamientos de créditos que el Banco Scotiabank realiza y sobre todo los tiempos que demoran en realizarlo, lo cual hace que sus clientes migren a otras entidades.

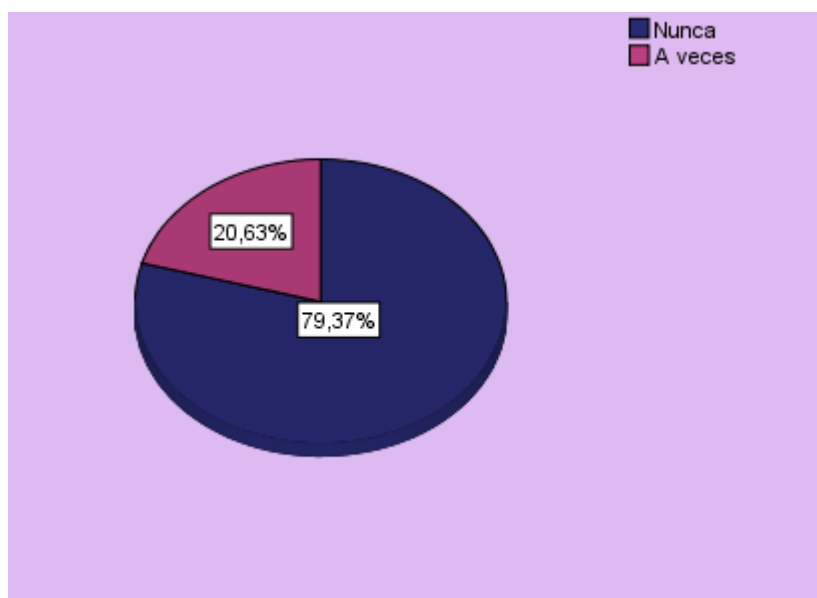
TABLA N° 8: ¿Usted seguiría trabajando con el Banco?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	50	79,4	79,4	79,4
Válidos A veces	13	20,6	20,6	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, 2018

Elaboración: propia del investigador

IMAGEN N° 8: ¿Usted seguiría trabajando con el Banco?



Fuente: Tabla N°08

Elaboración: propia del investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Según la encuesta realizada a los clientes del Banco Scotiabank el 79,37% opinan que nunca seguirían trabajando con el Banco, y el 20,63% opinan que a veces seguirían trabajando con el Banco. Este indicador es alarmante para el Banco Scotiabank ya que más del 50% de los clientes opinan que nunca volverían a trabajar con el Banco, y de no mejorar en los procesos de otorgamientos de créditos su cartera de clientes decrecerá.

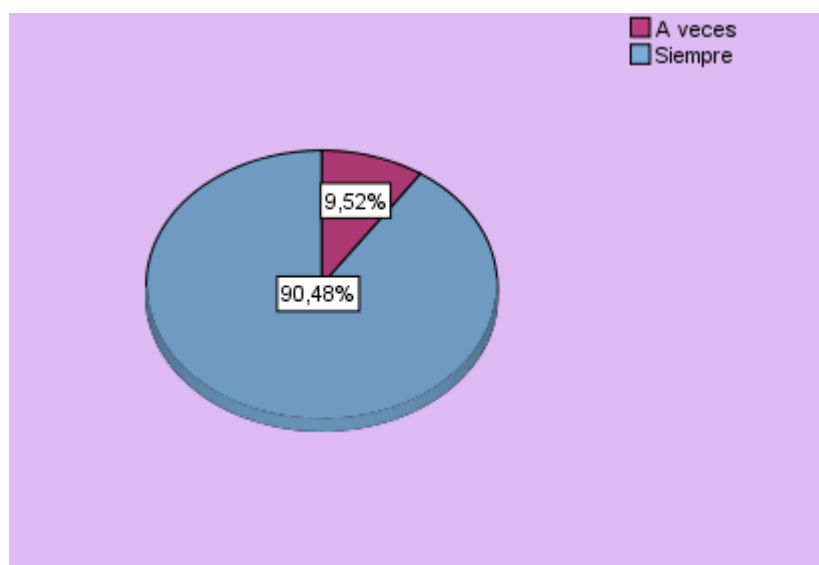
TABLA N° 9: ¿A usted le otorgaron un crédito Pyme cuando lo solicitó al Banco Scotiabank?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	6	9,5	9,5	9,5
Válidos Siempre	57	90,5	90,5	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, 2018

Elaboración: propia del investigador

IMAGEN N° 9: A usted le otorgaron un crédito Pyme cuando lo solicitó al Banco Scotiabank?



Fuente: Tabla N°09

Elaboración: propia del investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Según la encuesta realizada a los clientes del Banco Scotiabank el 90,48% opinan que siempre le otorgaron un crédito pyme cuando lo solicito al Banco Scotiabank, y el 9,52% opinan que a veces le otorgaron un crédito pyme cuando lo solicitó a dicho Banco. Lo cual quiere decir que un 90,48% le llegaron a desembolsar el crédito solicitado y sólo un 9,52% no lograron concretar un crédito, esto además se debe al promotor quien es el encargado de convencer al cliente en concretar el crédito con el banco, pese a las demoras, el promotor convence al cliente para poder desembolsar el crédito, cuando el cliente se niega por la demora que presenta el Banco.

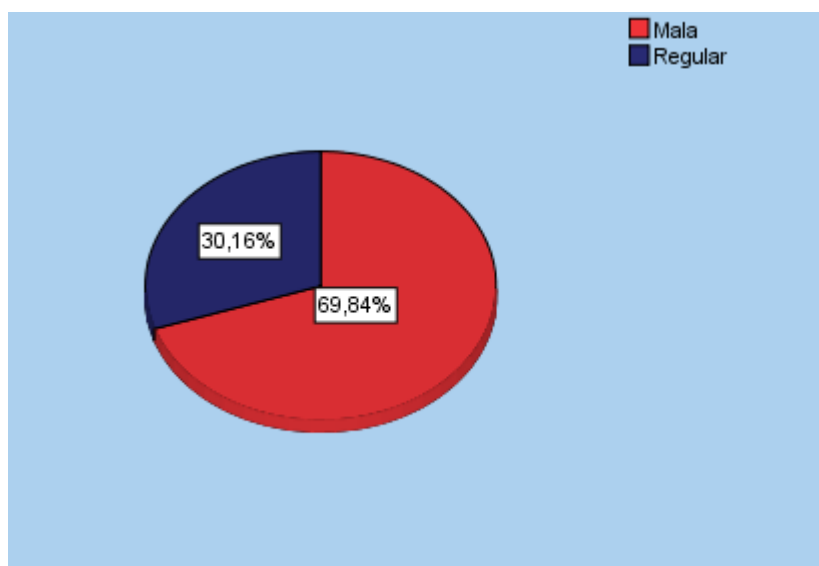
TABLA N° 10: ¿Qué le parece a usted la evaluación realizada por el funcionario de negocios cuando solicitó su crédito?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mala	44	69,8	69,8	69,8
Válidos Regular	19	30,2	30,2	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, 2018

Elaboración: propia del investigador

IMAGEN N° 10: ¿Qué le parece a usted la evaluación realizada por el funcionario de negocios cuando solicitó su crédito?



Fuente: Tabla N°10

Elaboración: propia del investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Según la encuesta realizada a los clientes del Banco Scotiabank el 69,84% opinan que la evaluación realizada por el funcionario de negocio cuando solicitaron sus créditos es mala, y el 30,16% opinan que la evaluación realizada por el funcionario es regular. Lo cual significa que más de un 50% de los clientes no están de acuerdo con la evaluación realizada por el funcionario de negocio, porque muchas veces el funcionario no va a los almacenes de los clientes para la adecuada evaluación.

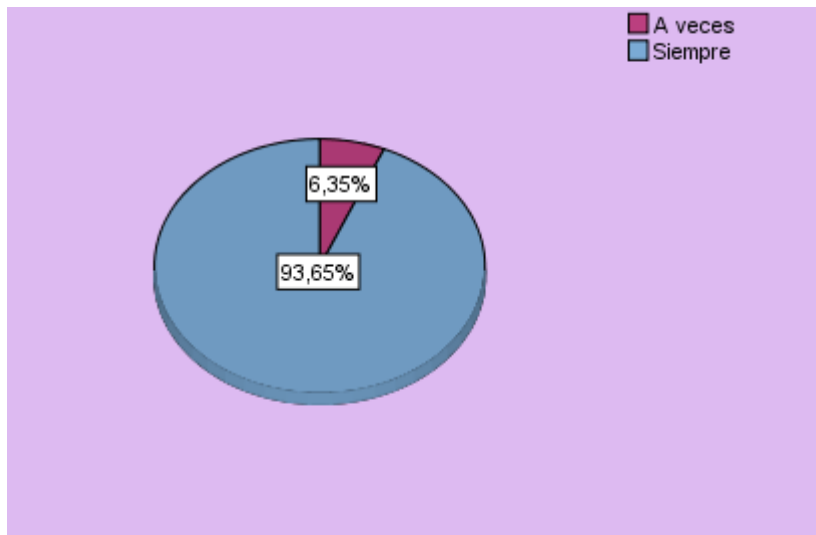
TABLA N° 11: ¿Usted cumple con los requisitos que el Banco Scotiabank requiere para poder otorgarle un crédito Pyme?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	4	6,3	6,3	6,3
Válidos Siempre	59	93,7	93,7	100,0
Total	63	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta, 2018

Elaboración: propia del investigador

IMAGEN N° 11: ¿Usted cumple con los requisitos que el Banco Scotiabank requiere para poder otorgarle un crédito Pyme?



Fuente: Tabla N°11

Elaboración: propia del investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Según la encuesta realizada a los clientes del Banco Scotiabank, el 93,65% opinan que siempre cumplen con los requisitos que el Banco Scotiabank requiere para poder otorgarle su crédito pyme, y el 6,35% opinan que a veces cumplen con los requisitos que el Banco Scotiabank requiere para otorgarle un crédito pyme. Lo cual significa que la mayoría de los clientes cumplen con los requisitos que el Banco requiere ya que son clientes con antecedentes crediticios positivos, con propiedades inscritas en registros públicos, etc.

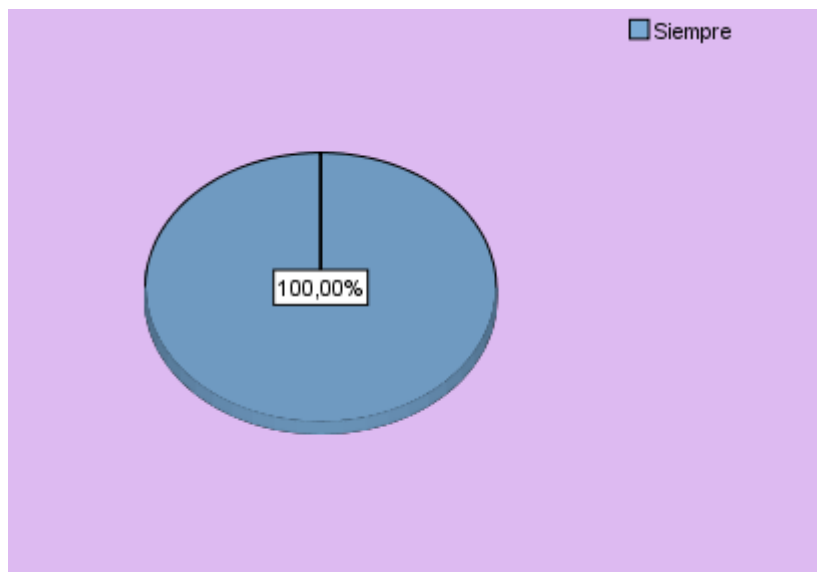
TABLA N° 12: ¿El negocio que usted tiene le permite cumplir con sus pagos a los bancos puntualmente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Siempre	63	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta, 2018

Elaboración: propia del investigador

IMAGEN N° 12: ¿El negocio que usted tiene le permite cumplir con sus pagos a los bancos puntualmente?



Fuente: Tabla N°12

Elaboración: propia del investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Según la encuesta realizada a los clientes del Banco Scotiabank, el 100% opinan que el negocio que tienen siempre les permite cumplir con sus pagos a los Bancos puntualmente. Lo que significa que los clientes del Banco Scotiabank son clientes puntuales en sus pagos por lo cual el Banco tiene que mejorar en la atención y procesos de otorgamiento de los créditos pyme, ya que los clientes necesitan que sean atendidos oportunamente, son clientes de bajo riesgo para poder mantener una cartera sana.

4.2 Contratación de Hipótesis

Interpretación de los puntajes obtenidos de la encuesta sobre “La demora en el otorgamiento de créditos pyme y el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia – Huánuco 2017”.

Hipótesis General:

Para comprobar la hipótesis, planteamos la hipótesis estadística siguiente:

HG: Existe relación estadísticamente significativa entre la demora en el otorgamiento de créditos de la Banca Pyme y el Crecimiento de la cartera de clientes.

Calculando el Coeficiente r_{xy} de Correlación de Pearson:

$$r_{xy} = \frac{N(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N(\sum x^2) - (\sum x)^2][N(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

Donde:

x = Puntajes obtenido de la demora en el otorgamiento de créditos de la Banca Pyme.

y = Puntajes obtenidos del crecimiento de la cartera de clientes.

$r_{x,y}$ = Relación de las variables.

N = Número de clientes del Banco Scotiabank.

TABLA N° 13: Correlación de Pearson, Hipótesis General

Correlaciones			DEMORA EN EL OTORGAMIENTO DE CRÉDITOS DE LA BANCA PYME V1	CRECIMIENTO DE LA CARTERA DE CLIENTES V2
DEMORA EN EL OTORGAMIENTO DE CRÉDITOS DE LA BANCA PYME V1	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	1	,059 ,648 63	63
CRECIMIENTO DE LA CARTERA DE CLIENTES V2	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,059 ,648 63	1	63

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Encuesta, 2018

Elaboración: propia del investigador

Se obtuvo un valor correlacional de **0.059**, el cual manifiesta que hay una correlación positiva débil entre las variables de estudio: La demora en el otorgamiento de créditos de la Banca Pyme y el Crecimiento de la cartera de clientes. De esta forma se acepta la hipótesis general.

Hipótesis Específicas:

Para comprobar las hipótesis específicas, planteamos las siguientes hipótesis estadísticas:

HE₁: Existe relación estadísticamente significativa entre los puntajes obtenidos de la Falta de compromiso (dimensión 1) y el Crecimiento de la cartera de clientes.

TABLA N° 14: Correlación de Pearson, Hipótesis Específica (Dimensión 1)

		Correlaciones	
		CRECIMIENTO DE LA CARTERA DE CLIENTES VD	FALTA DE COMPROMISO Dim 1
CRECIMIENTO DE LA CARTERA DE CLIENTES VD	Correlación de Pearson	1	-,106
	Sig. (bilateral)		,410
	N	63	63
FALTA DE COMPROMISO Dim 1	Correlación de Pearson	-,106	1
	Sig. (bilateral)	,410	
	N	63	63

Se obtuvo un valor correlacional negativa de -0.106, el cual manifiesta que hay una relación inversamente proporcional débil entre las variables de estudio: Falta de compromiso (Dimensión 1) y el crecimiento de la cartera de clientes. De esta forma se acepta la hipótesis específica.

HE₂: Existe relación estadísticamente significativa entre los puntajes obtenidos de Falta de Eficiencia (Dimensión 2) y el crecimiento de la cartera de clientes.

TABLA N° 15: Correlación de Pearson, hipótesis específica
(Dimensión 2)

Correlaciones			CRECIMIENTO DE LA CARTERA DE CLIENTES VD	FALTA DE EFICIENCIA Dim 2
CRECIMIE NTO DE LA CARTERA DE CLIENTES VD	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	1 63	,056 63	,664 63
FALTA DE EFICIENCIA A Dim 2	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,056 63	,664 63	1 63

Se obtuvo un valor correlacional de 0.056, el cual manifiesta que hay una correlación positiva débil entre las variables de estudio: Falta de Eficiencia (Dimensión 2) y el crecimiento de la cartera de clientes. De esta forma se acepta la hipótesis específica.

HE₃: Existe relación estadísticamente significativa entre los puntajes obtenidos de Falta de Competitividad (Dimensión 3) y el crecimiento de la cartera de clientes.

TABLA N° 16: Correlación de Pearson, hipótesis específica (Dimensión 3)

		Correlaciones	
		CRECIMIENTO DE LA CARTERA DE CLIENTES VD	FALTA DE COMPETITIVIDAD D Dim 3
CRECIMIENTO DE LA CARTERA DE CLIENTES V2	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	1 63	,137 ,284 63
FALTA DE COMPETITIVIDAD Dim 3	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,137 ,284 63	1 63

Se obtuvo un valor correlacional de 0.137, el cual manifiesta que hay una correlación positiva media entre las variables de estudio: Falta de Competitividad (Dimensión 3) y el crecimiento de la cartera de clientes. De esta forma se acepta la hipótesis específica.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Con respecto al objetivo general, en la presente investigación se confirma que la demora en el otorgamiento de créditos de la Banca Pyme se relaciona con el limitado crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank Agencia, Huánuco - 2017. Esta ha sido demostrada en el trabajo de investigación realizada a los clientes del Banco Scotiabank de la ciudad de Huánuco, en la cual se halló una correlación de Pearson de 0,059, el cual manifiesta que hay una correlación positiva débil, que se puede observar en la tabla N°13. Según los resultados obtenidos en las encuestas, se llega a la conclusión que la demora en el otorgamiento de créditos de la Banca Pyme influye de manera negativa en el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank de la Agencia Huánuco – 2017. Según (Tschohl, 2008); Los estudios demuestran que, en la actualidad, en muchas empresas el servicio es más eficaz que el marketing para incrementar el volumen de negocios, la promoción de ventas o la publicidad. Sospechamos que en una empresa que posea una estrategia de servicio global, altamente profesional, el servicio añade más a las utilidades netas finales que las actividades que se realizan en las áreas de investigación y desarrollo, innovación de productos, capitalización ampliación de la cartera financiera, servicio de créditos o cualquier otra estrategia de administración.

Con respecto al Objetivo Específico 1, se establece que existe una correlación de -0.106 la cual manifiesta que hay una correlación negativa débil entre la Dimensión 1 con la Variable dependiente, es decir entre la falta de compromiso y el crecimiento de la cartera de clientes, existe una relación inversamente proporcional que se puede observar en la tabla N° 14, obviamente que la falta de compromiso con el cliente va a influir a que el crecimiento de la cartera de clientes tenga limitaciones.

(Tschohl, 2008), señala que, El compromiso por parte de la dirección es prerrequisito crucial para el éxito de un programa de mejora de calidad del servicio.

Ninguna empresa debería realizar publicidad ostentosa, con eslóganes como “Amamos a nuestros clientes”, si los directivos no ven aún la importancia de un servicio personal y confiable, de la misma manera que creen en los valores de la patria, familia y utilidades. La palabra y los actos de los directivos deben comunicar a los empleados, de manera permanente, ese compromiso. Lamentablemente en mis años de experiencia en el área del servicio al cliente, he visto cómo, consistentemente, los directivos se comprometen con el servicio al cliente, sólo de palabras (y no con hechos).

Con respecto al Objetivo Especifico 2, se establece que existe una correlación de 0.056, la cual manifiesta que hay una correlación positiva débil entre la Dimensión 2 con la Variable dependiente, es decir entre la falta de eficiencia y el crecimiento de cartera de clientes, que se puede observar en la tabla N° 15. De esta forma se acepta la hipótesis específica, que de acuerdo a las encuestas realizadas a los clientes del Banco Scotiabank de la ciudad de Huánuco se llega al resultado que la falta de eficiencia en el otorgamiento de créditos de la Banca Pyme influye en el limitado crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia Huánuco – 2017. Helber Mauricio Monroy Pedraza nos dice que; en la actualidad la eficiencia financiera es una de las buenas prácticas que se debe procurar en toda organización, independientemente del sector al cual pertenezca, es decir, sector público o privado. Esta práctica requiere un alto nivel de compromiso de todas las áreas de la entidad e, incluso, se puede considerar como toda una cultura organizacional.

La actividad financiera debe ir en pro del cumplimiento de lo estipulado en la planeación financiera de la compañía y para ello, necesita ser eficiente.

Con respecto al Objetivo Específico 3, se establece que existe una correlación de 0.137, la cual manifiesta que hay una correlación positiva media entre la Dimensión 3 con la Variable dependiente, es decir entre la falta de competitividad y el crecimiento de cartera de clientes, que se puede observar en la tabla N° 16. De esta forma se acepta la hipótesis específica, que de acuerdo a las encuestas realizadas a los clientes del Banco Scotiabank de la ciudad de Huánuco, se llega al resultado que la falta de competitividad ante el mercado financiero de la ciudad de Huánuco influye en el limitado crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia Huánuco – 2017. Luis Rubio Verónica Baz; nos dice que la competitividad es lo que permite a una empresa ser exitosa en el mundo en que se desenvuelve. Una empresa es competitiva cuando logra desarrollar productos y servicios cuyos costos y calidades son comparables o superiores a los de sus competidores en el resto del mundo.

La competitividad de cada empresa depende de sus propias estructuras internas, es decir, de su organización y capacidad para producir de una manera tal que pueda elevar sus ventas y ganarle a sus competidores en distintos ámbitos.

CONCLUSIONES

En base a los objetivos y resultados obtenidos en la presente investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

1.- Se concluye que la demora en el otorgamiento de los créditos de la Banca Pyme influye en el limitado crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia – Huánuco 2017 de acuerdo a la encuesta realizada a los clientes del Banco Scotiabank de la ciudad de Huánuco, los cuales muestran insatisfacción en las demoras que presentan en el proceso de otorgamientos de créditos Pyme especialmente en La etapa de aprobación y desembolso de los créditos.

2.- Se concluye que los funcionarios de negocios no tienen compromiso con el cliente, las atenciones de las solicitudes son lentas y deficientes, por lo cual los clientes emigran a otras entidades, afectando de esta manera al crecimiento de la cartera de clientes de la Banca Pyme, debido a la insatisfacción de los clientes.

3.- Se concluye que los procesos de otorgamientos de créditos Pyme son deficientes, desde la promoción ya que los promotores dan mala información a los clientes por querer comisionar creando falsas expectativas, los funcionarios de negocios no son eficientes al momento de evaluar a un cliente, muchas veces dan mala información, por la falta de conocimiento de los requisitos que se debe tener para poder acceder a un crédito pyme.

4.-Se concluye que los funcionarios de negocios no tienen la capacidad de resolver las demoras que se presentan en el proceso de otorgamientos de créditos pymes, creando malestar en los clientes, la mala gestión en el seguimiento del crédito pyme de parte del promotor y funcionario de negocio hace que el Banco Scotiabank no sea competitivo ante el mercado financiero de la ciudad de Huánuco.

RECOMENDACIONES

De acuerdo a las conclusiones a las que se llegó, se realiza las siguientes recomendaciones:

1.- Teniendo en cuenta las deficiencias identificadas, se recomienda a la Gerencia del Banco mejorar en el proceso de otorgamiento de créditos Pyme, contratando 1 oficial de crédito más para la zona de Huánuco, 1 Funcionario de Negocios más para que puedan abastecerse en la atención a los clientes con respecto a las solicitudes de crédito pymes,

2.- Se recomienda a la Gerencia del Banco impartir la importancia del compromiso que se debe tener con el cliente debido que la cartera de clientes es el activo más importante de una institución, de esta manera no limitarse en el crecimiento de la cartera de clientes.

3.- Se recomienda al Banco Scotiabank capacitar a los funcionarios de negocios y promotores para una buena gestión en los procesos de otorgamientos de créditos, siendo eficientes en la atención a la solicitud de créditos Pyme ya que son percibidos directamente por los clientes, creando insatisfacción según encuesta realizada.

4.- Se recomienda mejorar en la calidad de servicio, mejorando los tiempos para que las operaciones se han atendidas en un tiempo considerable, comprender que los clientes necesitan oportunamente el crédito solicitado para la inversión en capital de trabajo y otros proyectos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asbanc.* (14 de Febrero de 2018). Obtenido de Existe una competencia intensa en el mercado de créditos del Sistema financiero: Recuperado de <http://rpp.pe/economia/economia/asbanc-existe-una-competencia-intensa-en-el-mercado-de-creditos-del-sistema-financiero-noticia-1105103>
- Acosta, S. &, & Sánchez, B. Calidad de cartera de clientes para mejorar la rentabilidad de la Caja Municipal de ahorro y crédito Trujillo s.a. (*Tesis Pregrado*). Pimentel, Perú.
- Acuña, Y., & Walldermi, &. B. Factores que determinan la calidad de cartera crediticia en el producto Pyme de Financiera Confianza en la Región Junín 2008- 2013. (*Tesis pregrado*). Universidad Nacional del Centro del Perú, Junín.
- Arena, Z. (1993). *Introducción a La Metodología de la Investigación*. México: Editorial Aguilar León y Cal.
- Arguezo, E. &, Pinzas, E. &, & Mendoza, E. Calidad del servicio de atención al cliente y su influencia en el riesgo crediticio de las Pequeñas y Microempresas en el Banco Continental Agencia Huánuco, 2017. (*Tesis Pregrado*). Universidad Nacional Hermilio Valdizan, Huánuco, Perú.
- Arias, F. G. (2016). *El Proyecto de Investigación* . Venezuela: Editorial Episteme, Edición 6.
- Barquero Cabrero, J. (2004). *Marketing de Clientes ¿ Quien se lleva mis clientes ?* (SEGUNDA EDICION ed.). España: Editorial M.C.C - Hill.
- Cantuta, E. Procedimiento de Otorganamiento de Creditos y Satisfaccion de clientes en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Puno Bellavista, Período 2012. (*Tesis Pregrado*). Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú.
- Cayetano, D. La gestión financiera en la colocación de créditos y en el nivel de satisfacción de la demanda de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito del artesano CIAP Puno, período 2007- 2008. (*tesis pregrado*). Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú.
- Concepto.de.* (Abril de 2018). Obtenido de Competitividad: Recuperado de <http://concepto.de/competitividad/>

- De la Cruz, S. &, & Muñoz, A. Evaluación de Créditos y su relación con la rentabilidad de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Arequipa, Agencia Huaraz, 2016. (*Tesis pregrado*). Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, Huaraz, Perú.
- Gladys, M. (20 de junio de 2014). *Seminario Taller*. Obtenido de Gestión del Sistema Financiero: Recuperado de contables.edu.pe/epcc/cc/ARCHIVOS/.../procesos_para_otorgamiento_creditos.ppt
- Hernández, F. &. (2010). *Metodología de la Investigación*. McGraw - Hill. México: 6 Edición.
- Lanas, M. &, & Trujillo, A. Modelo de otorgamiento de Créditos para una institución del sistema financiero Ecuatoriano. (*Tesis Pregrado*). Universidad San Francisco, Quito, Ecuador.
- Manuel de Políticas - MAN 2013 - 014*. Scotiabank.
- Marcelo, G. (2006). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica*. Córdoba: Editorial Brujas.
- Martinez, C. (08 de abril de 2015). *Ope'n un blog abierto a la reflexión*. Obtenido de El compromiso con el cliente: Clave para la generación de negocio en la empresa: Recuperado de <http://blog.opeconsultores.es/el-compromiso-con-el-cliente-clave-para-la-generacion-de-negocio-en-la-empresa>
- Monroy, H. (31 de Octubre de 2006). *Comunidad Contable*. Obtenido de En Torno a la eficiencia financiera: Recuperado de <http://www.comunidadcontable.com/BancoConocimientos/en-torno-a-la-eficiencia-financiera.asp>
- Montoya, J. (2013). *Actividades Económicas*. Obtenido de Funciones de los Bancos en la economía: Recuperado de <https://www.actividadeseconomicas.org/2013/01/funcion-de-los-bancos-en-la-economia.html>
- Reglamento de Créditos*. Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A., Perú.
- Sampieri, H. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Editorial S.A Dec.
- Scotiabank. (s.f). *Reseñas Institucionales*. Obtenido de Scotiabank en el Mundo: Recuperado de <https://www.scotiabank.com.pe/Acerca-de/Scotiabank-Peru/Scotiabank-en-Peru/resenas-institucionales>

Tamayo, M. (2004). *El Proceso de la Investigación Científica*. México: Editorial Limusa, S.A. De C.V. Grupo Noriega Editores.

Tschohl, J. (2008). *Servicio al Cliente*. Estados Unidos: 5 Edición.

Vela, L. &, & Uriol, J. *Los factores que determinan la calidad de la cartera crediticia de las entidades microfinancieras de la Amazonía Peruana en el periodo 2008 - 2011*. Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Lambayeque, Perú.

ANEXOS

ANEXO: 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Tesis: “DEMORA EN EL OTORGAMIENTO DE CREDITOS DE LA BANCA PYME Y EL CRECIMIENTO DE LA CARTERA DE CLIENTES DEL BANCO SCOTIABANK, AGENCIA – HUANUCO -2017”

Autor: Bach. Elizabeth Karina Fabián Huamán.



Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología	Instrumentos
<p>General ¿De qué manera la demora en el otorgamiento de créditos de la Banca Pyme influye en el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia Huánuco - 2017?</p> <p>Específicos - ¿De qué manera la falta de compromiso con el cliente de la Banca Pyme influye en el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia Huánuco - 2017? -¿De qué manera la falta de eficiencia en el otorgamiento de créditos de la Banca Pyme influye en el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia Huánuco – 2017? ¿De qué manera la falta de competitividad ante el mercado financiero de la ciudad de Huánuco influye en el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia Huánuco - 2017?</p>	<p>General Describir de qué manera la demora en el otorgamiento de créditos de la Banca Pyme influye en el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia Huánuco – 2017.</p> <p>Específicos -Analizar de qué manera la falta de compromiso con el cliente de la Banca Pyme influye en el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia Huánuco - 2017. - Analizar de qué manera la falta de eficiencia en el otorgamiento de créditos de la Banca Pyme influye en el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia Huánuco - 2017. - Analizar de qué manera la falta de competitividad ante el mercado financiero de la ciudad de Huánuco influye en el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia Huánuco -2017.</p>	<p>General La demora en el otorgamiento de créditos de la Banca Pyme influye en el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia Huánuco - 2017.</p> <p>Específicos -La falta de compromiso con el cliente de la Banca Pyme influye en el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia Huánuco - 2017. - La falta de eficiencia en el otorgamiento de créditos de la Banca Pyme influye en el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia Huánuco - 2017. - La falta de competitividad en el mercado financiero de la ciudad de Huánuco influye en el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia Huánuco - 2017</p>	<p>1. Independiente Demora en el otorgamiento de créditos de la Banca Pyme.</p> <p>Dimensiones - Falta de Compromiso. -Falta de Eficiencia. -Falta de Competitividad.</p> <p>2. Dependiente Crecimiento de la cartera de clientes.</p> <p>Dimensiones -Cartera vigente. -Calidad de cartera</p>	<p>Tipo de Investigación: Es una Investigación Aplicada.</p> <p>Nivel de Investigación: La investigación realizada es de tipo descriptiva correlacional.</p> <p>Investigación descriptiva: Consiste en analizar, interpretar, describir, registrar las características, elementos de los hechos o fenómenos que se está investigando.</p> <p>Investigación correlacional: Es la relación entre dos o más variables que se presentan en la investigación este nivel permite medir el grado de relación que existe entre las variables independiente y dependiente.</p> <p>Enfoque: La presente investigación es cuantitativa y cualitativa.</p> <p>Diseño: El diseño a utilizarse en la presente investigación corresponde al diseño correlacional descriptivo.</p> <p>Población y Muestra: Población: 75 personas Muestra: 63 personas participes.</p>	<p>Encuesta: Se define a la encuesta como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular.</p> <p>Cuestionario: Es la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas. Se denomina cuestionario autoadministrado porque debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestador.</p>

ANEXO: 2



CUESTIONARIO

Estimado cliente su opinión es muy importante, por ello agradezco su colaboración y sinceridad en la presente encuesta anónima, sobre **“La demora en el otorgamiento de créditos de la Banca Pyme y el crecimiento de la cartera de clientes del Banco Scotiabank, Agencia Huánuco – 2017”**.

Lea detenidamente, y marque con una “x” la respuesta que usted crea conveniente según la experiencia que tuvo con el banco:

PREGUNTAS:

1. ¿Cree usted que al Banco Scotiabank le hace falta funcionarios de negocios que sean productivos?

SI () NO ()

2. ¿Usted se siente satisfecho (a) con la atención recibida por el funcionario de negocio?

Si () NO ()

3. ¿Usted fue atendido a tiempo cuando solicitó su crédito pyme?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

4. ¿Usted como cliente cree que el proceso de otorgamiento de créditos pyme es eficiente?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

5. ¿Cree usted que los funcionarios de negocio tienen la capacidad de solucionar la demora en el otorgamiento de créditos pyme?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

6. ¿Cree usted que hay una buena gestión de parte del promotor y del funcionario de negocios en el otorgamiento de créditos pyme?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

7. ¿Usted cree que el Banco Scotiabank captará más número de clientes, con la demora que presenta en los otorgamientos de créditos Pyme?

Si ()

NO ()

NO SABE ()

8. ¿Usted seguiría trabajando con el Banco?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

9. ¿A usted le otorgaron un crédito Pyme cuando lo solicitó al Banco Scotiabank?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

10. ¿Qué le parece a usted la evaluación realizada por el funcionario de negocios cuando solicito su crédito?

Buena ()

Mala ()

Regular ()

11. ¿Usted cumple con los requisitos que el Banco Scotiabank requiere para poder otorgarle un crédito pyme?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

12. ¿El negocio que usted tiene le permite cumplir con sus pagos a los bancos puntualmente?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

ANEXO N° 3: Fotografía realizada a los clientes del Banco Scotiabank



