



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

**“Investigación de Crédito de los Asesores de Ventas y Servicios en las
Agencias del Banco de Crédito del Perú, Provincia Cusco - 2022”**

Línea de investigación: Productividad y competitividad

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. Margarita Segundo Ormachea
0009-0007-9945-6866

Bach. Yamily Esdenka Vargas Pérez
0009-0008-5283-7263

**PARA OPTAR AL TÍTULO
PROFESIONAL DE LICENCIADAS EN
ADMINISTRACIÓN**

ASESOR:
MG. EDISON ALAN ALVES CHOQUE

CUSCO – PERÚ
2023



Metadatos

Datos del autor	
Nombres y apellidos	<ul style="list-style-type: none">• Margarita Segundo Ormachea• Yamily Esdenka Vargas Pérez
Número de documento de identidad	<ul style="list-style-type: none">• 44680043• 44729975
URL de Orcid	<ul style="list-style-type: none">• https://orcid.org/0009-0007-9945-6866• https://orcid.org/0009-0008-5283-7263
Datos del asesor	
Nombres y apellidos	Edison Alan Alves Choque
Número de documento de identidad	40551283
URL de Orcid	https://orcid.org/0000-0002-7558-6929
Datos del jurado	
Presidente del jurado (jurado 1)	
Nombres y apellidos	Abraham Edgard Canahuire Montufar
Número de documento de identidad	23961090
Jurado 2	
Nombres y apellidos	Aquiles Suyo Caparo
Número de documento de identidad	08368686
Jurado 3	
Nombres y apellidos	Mario Nicanor Vargas Bejarano
Número de documento de identidad	43581088
Jurado 4	
Nombres y apellidos	Miguel Ángel Flórez Flórez
Número de documento de identidad	23822043
Datos de la investigación	
Línea de investigación de la Escuela Profesional	Productividad y competitividad



Informe de Similitud

Investigación de Crédito de los Asesores de Ventas y Servicios en las Agencias del Banco de Crédito del Perú, Provincia Cusco - 2022

por Margarita Segundo Y Yamily Vargas

Fecha de entrega: 04-sep-2023 10:29p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2157966915

Nombre del archivo: TESIS_BCP_4_09_23.docx (363.8K)

Total de palabras: 18890

Total de caracteres: 102315

Mg. Edison Alves Choque
Asesor



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

**“Investigación de Crédito de los Asesores de Ventas y Servicios en las
Agencias del Banco de Crédito del Perú, Provincia Cusco - 2022”**

Línea de investigación: Productividad y competitividad

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. Margarita Segundo Ormachea
0009-0007-9945-6866

Bach. Yamily Esdenka Vargas Pérez
0009-0008-5283-7263

**PARA OPTAR AL TÍTULO
PROFESIONAL DE LICENCIADAS EN
ADMINISTRACIÓN**

ASESOR:
MG. EDISON ALAN ALVES CHOQUE

CUSCO – PERÚ
2023

Mg. Edison Alves Choque
Asesor



Investigación de Crédito de los Asesores de Ventas y Servicios en las Agencias del Banco de Crédito del Perú

INFORME DE ORIGINALIDAD

19%

INDICE DE SIMILITUD

15%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

7%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	dspace.utb.edu.ec Fuente de Internet	1%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	renatiga.sunedu.gob.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.eiposgrado.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	creativecommons.org Fuente de Internet	1%
6	repositorio.unan.edu.ni Fuente de Internet	1%
7	repositorio.itb.edu.ec Fuente de Internet	1%
8	repositorio.espam.edu.ec Fuente de Internet	1%
9	www.dspace.espol.edu.ec Fuente de Internet	1%

Mg. Edison Alves Choque
Asesor



Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Margarita Ormachea Y Yamily Vargas
Título del ejercicio: UAC 2022 - 2023
Título de la entrega: Investigación de Crédito de los Asesores de Ventas y Servi...
Nombre del archivo: TESIS_BCP_4_09_23.docx
Tamaño del archivo: 363.8K
Total páginas: 90
Total de palabras: 18,890
Total de caracteres: 102,315
Fecha de entrega: 04-sept-2023 10:29p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entre... 2157966915



Mg. Edison Alves Choque
Asesor



Aspectos Preliminares

DEDICATORIA

A Dios por la vida las oportunidades brindadas en seguir una carrera profesional, por guiarme y cada día en seguir adelante a lo largo de mi vida académica.

Con mucho cariño y amor dedico esta tesis a mis padres; Emiliano y Selmira gracias por su apoyo incondicional, por enseñarme a ser una persona de bien con valores y ser ese motor que me alienta a alcanzar mis sueños, así crecer día tras día buscando un objetivo primordial que es la felicidad.

A mí adorado hijo Christopher y mi esposo Juan Augusto quienes con su gran amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más. A mis hermanos Cesar, Stefani y Julio por sus bromas y esos momentos tan lindos que siempre compartimos, son un apoyo muy importante para mí.

Para todas aquellas personas que de alguna u otra forma formaron parte de esta aventura, sin ustedes nada de esto hubiera sido posible.

Margarita Segundo Ormachea



DEDICATORIA

A Dios, el que me acompaña siempre, me levanta de cada tropiezo. Por las oportunidades brindadas en seguir una carrera profesional, por guiarme cada día.

A mis padres, Exalto y María Angélica porque ellos son la motivación de mi vida y mi orgullo de ser lo que seré. Así como también a mi querido hermano Sandro Vargas Pérez por confiar siempre en mí y ser un buen ejemplo.

A toda la familia y amigos quienes día a día me alentaron a cumplir mis sueños.

Yamily Esdenka Vargas Pérez



AGRADECIMIENTO

En primer lugar, queremos agradecer a Dios, por permitirnos realizar este sueño y ayudarnos a superar cada obstáculo presentado.

De forma especial queremos agradecer al Mg. Edison Alan Alves Choque por ayudarnos en la elaboración de la Tesis. Así mismo a nuestros dictaminantes Mg. Mario Nicanor Vargas Bejarano y Mg. Miguel Ángel Flórez Flórez, por hacer realidad esta investigación.

Un agradecimiento especial a nuestra querida “Universidad Andina del Cusco” y nuestra Escuela Profesional de Administración por acogernos en sus aulas durante los años académicos, que nos brindó de conocimiento y valores en lo personal y profesional. Y de tal forma a todos los Asesores de Ventas y Servicios del Banco de Crédito del Perú en Agencias Sede Cusco (ADVS-BCP-CUSCO) por su apoyo incondicional al brindarnos toda la información requerida para realizar la presente tesis.

Finalmente, también queremos agradecer a nuestros padres por brindarnos su apoyo incondicional. A nuestra familia y amigos por apoyarnos y estar ahí siempre siguiendo de cerca cada paso que damos en nuestras vidas.

Margarita Segundo Ormachea

Yamily Esdenka Vargas Pérez



ÍNDICE

Metadatos.....	2
Informe de Similitud.....	3
Aspectos Preliminares.....	7
DEDICATORIA.....	7
AGRADECIMIENTO.....	9
ÍNDICE.....	10
ÍNDICE DE TABLAS.....	13
ÍNDICE DE FIGURAS.....	15
Figura 17 Comparación promedio de las dimensiones de la variable Investigación de crédito....	68
.....	¡Error! Marcador no definido.
RESUMEN.....	16
ABSTRACT.....	17
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	18
1.1 Planteamiento del Problema.....	18
1.2 Formulación del Problema.....	20
1.2.1 Problema General.....	20
1.2.2 Problemas Específicos.....	20
1.3 Objetivos de la Investigación.....	21
1.3.1 Objetivo General.....	21
1.3.2 Objetivos Específicos.....	21
1.4 Justificación de la Investigación.....	22
1.4.1 Relevancia Social.....	22
1.4.2 Implicancias Prácticas.....	22
1.4.3 Valor Teórico.....	22
1.4.4 Utilidad Metodológica.....	22
1.4.5 Viabilidad o Factibilidad.....	23
1.5 Delimitación de la Investigación.....	23
1.5.1 Delimitación Temporal.....	23
1.5.2 Delimitación Espacial.....	23
1.5.3 Delimitación Conceptual.....	23



CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	24
2.1 Antecedentes de la Investigación	24
2.1.1 Antecedentes Internacionales	24
2.1.2 Antecedentes Nacionales	26
2.1.3 Antecedentes Locales	28
2.2 Bases Legales	31
2.3 Bases Teóricas	33
2.3.1 La Investigación de Crédito	33
2.4 Marco conceptual	42
2.4.1 Acreedor	42
2.4.2 Autonomía	42
2.4.3 Conocimiento	42
2.4.4 Crédito	42
2.4.5 Deudor	43
2.4.6 Fidelidad	43
2.4.7 Habilidades	43
2.4.8 Identificación	43
2.4.9 Iniciativa	43
2.4.10 Metas	43
2.4.11 Remuneración	43
2.4.12 Renta fija	44
2.5 Variable	44
2.5.1 Identificación de Variables	44
2.5.2 Conceptualización de la Variables	44
2.5.3 Operacionalización de Variables	45
CAPÍTULO III: MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	46
3.1 Tipo de Investigación	46
3.2 Enfoque de Investigación	46
3.3 Diseño de la Investigación	46
3.4 Alcance de la Investigación	46
3.5 Población y Muestra de la Investigación	47



3.5.1	Población.....	47
3.5.2	Muestra.....	47
3.6	Técnica e Instrumento de Recolección de Datos	47
3.6.1	Técnica	47
3.6.2	Instrumento	47
3.7	Procesamiento de Datos	47
CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....		48
4.1	Presentación y Fiabilidad del Instrumento Aplicado	48
4.1.1	Presentación del Instrumento	48
4.1.2	Fiabilidad del Instrumento Aplicado.....	49
4.2	Resultados de las Dimensiones de la Variable Investigación de Crédito	50
4.2.1	Investigación del Carácter.....	50
4.2.2	Investigación de la Capacidad de Pago.....	54
4.2.3	Capital	58
4.2.4	Garantía Colateral	62
4.2.5	Condiciones de los Clientes	66
4.3	Resultado de la variable Investigación de Crédito	70
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN		73
5.1	Descripción de los Hallazgos Más Relevantes y Significativos	73
5.2	Limitaciones del Estudio.....	74
5.3	Comparación Crítica con la Literatura Existente	74
5.4	Implicancias del Estudio	75
CONCLUSIONES		76
RECOMENDACIONES.....		78
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		80
ANEXOS		88



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	<i>Tabla de conceptualización de la variable Investigación de Crédito</i>	44
Tabla 2	<i>Tabla de operacionalización de la variable Investigación de Crédito</i>	45
Tabla 3	<i>Distribución de los ítems del cuestionario</i>	48
Tabla 4	<i>Descripción de la Baremación y escala de interpretación</i>	49
Tabla 5	<i>Estadísticas de fiabilidad</i>	49
Tabla 6	<i>Indicadores de la dimensión Investigación del carácter</i>	50
Tabla 7	<i>Investigación del carácter de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco – 2022</i>	52
Tabla 8	<i>Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Investigación del carácter</i>	53
Tabla 9	<i>Indicadores de la dimensión capacidad de pago del crédito de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco-2022</i> .	54
Tabla 10	<i>Capacidad de pago de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.</i>	56
Tabla 11	<i>Comparación promedio de los indicadores de la dimensión capacidad de pago</i>	57
Tabla 12	<i>Indicadores de la dimensión capital de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco – 2022</i>	58
Tabla 13	<i>Capital de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.</i>	60
Tabla 14	<i>Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Capital de los clientes</i>	61
Tabla 15	<i>Indicadores de la dimensión la garantía colateral de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.</i> .	62
Tabla 16	<i>Garantía colateral de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.</i>	64
Tabla 17	<i>Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Garantía colateral</i>	65
Tabla 18	<i>Indicadores de la dimensión las condiciones de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022</i>	66
Tabla 19	<i>Condiciones de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.</i>	67
Tabla 20	<i>Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Condiciones de los clientes</i>	68



Tabla 21 <i>Investigación de crédito de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.</i>	70
Tabla 22 <i>Comparación promedio de las dimensiones de la variable Investigación de crédito</i>	71



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	<i>Indicadores de la dimensión Investigación del carácter.</i>	51
Figura 2	<i>Investigación del carácter de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco – 2022.</i>	52
Figura 3	<i>Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Investigación del carácter.</i>	53
Figura 4	<i>Indicadores de la dimensión capacidad de pago del crédito de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.</i>	55
Figura 5	<i>Capacidad de pago de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.</i>	56
Figura 6	<i>Comparación promedio de los indicadores de la dimensión capacidad de pago.</i>	57
Figura 7	<i>Indicadores de la dimensión capital de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco – 2022.</i>	59
Figura 8	<i>Capital de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco – 2022.</i>	60
Figura 9	<i>Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Capital de los clientes.</i>	61
Figura 10	<i>Indicadores de la dimensión la garantía colateral de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.</i>	63
Figura 11	<i>Garantía colateral de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.</i>	64
Figura 12	<i>Comparación promedio de los indicadores de la dimensión garantía colateral.</i>	65
Figura 13	<i>Indicadores de la dimensión las condiciones de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.</i>	66
Figura 14	<i>Condiciones de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.</i>	68
Figura 15	<i>Comparación promedio de los indicadores de la dimensión condiciones de los clientes.</i>	69
Figura 16	<i>Investigación de crédito de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.</i>	70



Figura 17 *Comparación promedio de las dimensiones de la variable Investigación de crédito.*

72

RESUMEN

La presente investigación “Investigación de Crédito de los Asesores de Ventas y Servicios en las Agencias del Banco de Crédito del Perú, Provincia Cusco - 2022” se realizó con el objetivo de describir cómo es la investigación de crédito de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, Provincia Cusco - 2022. El alcance de la investigación fue descriptivo, de enfoque cuantitativo y diseño no experimental transversal, la técnica utilizada para el recojo de información de la presente investigación fue la encuesta y el instrumento empleado fue el cuestionario. La población fue de 46 asesores de ventas y servicios que trabajan en el banco y la muestra considerada fue del total de la población 46 asesores de ventas y servicios también. Los resultados de la investigación, en una escala de 1 a 5, reflejan que la dimensión carácter de los clientes que obtuvo un promedio de 3.79 se considera como adecuada, seguida por la dimensión capacidad de pago de los clientes con un promedio de 3.90 se considera como adecuada, la dimensión capital de los clientes cuenta con un promedio de 3.31 y se considera regular, la dimensión garantía colateral de los clientes tiene un promedio de 3.31 y se considera regular, la dimensión condiciones de los clientes tiene un promedio de 4.00 y se considera adecuada. Finalmente se obtuvo un promedio general de 3.66 en la variable Investigación de Crédito considerándose como adecuada según la baremación aplicada.

Palabras clave: Investigación de crédito, carácter, capacidad de pago, capital, garantía colateral, condiciones, BCP.



ABSTRACT

The present research "Credit Investigation of Sales and Service Advisors in the Branches of Banco de Crédito del Perú, Cusco Province - 2022" was carried out with the objective of describing the credit investigation process of sales and service advisors in the branches of Banco de Crédito del Perú, Cusco Province - 2022. The research had a descriptive scope, a quantitative approach, and a non-experimental cross-sectional design. The technique used to collect information for this research was a survey, and the instrument employed was a questionnaire. The population consisted of 46 sales and service advisors working in the bank, and the sample considered included all 46 sales and service advisors as well. The research results, on a scale of 1 to 5, reflect that the customer character dimension obtained an average of 3.79, which is considered adequate. This is followed by the customer's repayment capacity dimension with an average of 3.90, also considered adequate. The customer's capital dimension has an average of 3.31, which is rated as moderate. The customer's collateral guarantee dimension has an average of 3.31, also rated as moderate. The customer's conditions dimension has an average of 4.00, which is considered adequate. Finally, a general average of 3.66 was obtained for the Credit Investigation variable, which is considered adequate according to the applied scale.

Keywords: Credit research, character, payment capacity, capital, collateral guarantee, conditions, BCP.



CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento del Problema

Los créditos son algo inherente a la sociedad y más específicamente al desarrollo financiero de la comunidad mundial, tanto para personas como para empresas. Desde hace varios siglos, los créditos han sido utilizados por la humanidad para aprovechar el superávit de algunos y prestar bienes y/o dinero a otros. Hasta el presente, los créditos son el eje fundamental de las finanzas en el mundo. Las entidades financieras actúan como intermediarios entre las personas y empresas que tienen excedentes de dinero y las personas y empresas que necesitan dinero. Hoy en día, los créditos son necesarios en todas las formas y niveles, desde las personas de bajos ingresos hasta las grandes transnacionales. Los créditos son útiles para que las empresas aumenten sus activos y, por ende, generen mayor rentabilidad. Los créditos son importantes hoy en día tanto para los prestamistas como para los prestatarios, dado que ambos se pueden beneficiar mutuamente. Sin embargo, si los créditos no van acompañados de un pago puntual, también generan problemas para ambas partes. Por ejemplo, en Latinoamérica, el punto de quiebre donde los bancos entran en problemas de morosidad es de 5.77%, y se han acercado mucho a esa cifra en tiempos de COVID19 (Banco Mundial, 2022).

En Perú, la realidad es muy parecida a la realidad mundial. Los créditos desempeñan un rol importante para el desarrollo económico del país. Sin embargo, no se trata solo de brindar créditos. Es fundamental que los créditos sean cuidadosamente estudiados para evitar problemas de morosidad que pueden dar lugar a cobranzas coactivas. En Perú, todavía se observan muchos casos en los que la morosidad es relativamente elevada, lo que perjudica no sólo a la entidad prestamista, sino también al prestatario, ya que se enfrenta a una mala calificación crediticia, sanciones y mayores intereses en sus pagos. Por ejemplo, la morosidad en Perú alcanzó el 7.85% en noviembre del 2020, pero en los meses siguientes se observó una tendencia a la baja, llegando a ser del 6.19 % en julio de 2021 (Andina, 2022). Sin embargo, también se puede determinar que el programa Reactiva Perú tuvo un efecto



positivo en la reducción de la probabilidad de incumplimiento, dicha probabilidad se redujo en un 0.103% para septiembre del 2021 (Banco Central de Reserva del Perú, 2022).

En la ciudad de Cusco, los créditos han experimentado un crecimiento notable, especialmente en las circunstancias actuales en las que la pandemia de COVID19 ha llevado a muchos prestatarios a enfrentar dificultades para pagar sus cuotas puntualmente. El retraso en los pagos se ha vuelto algo común en estas circunstancias, pero un análisis adecuado de los créditos podría contribuir a reducir la frecuencia de estos retrasos. Es decir, los créditos deben ser otorgados a clientes que demuestren una mayor solvencia y capacidad de pago a largo plazo.

En el contexto de la pandemia de COVID19, las agencias del Banco de Crédito del Perú están enfrentando dificultades, especialmente en las agencias de la provincia de Cusco. Los clientes están experimentando retrasando en sus pagos, lo que afecta negativamente sus historiales crediticios y reputación. Esto ha creado un círculo vicioso; en el que los clientes tienen dificultades para calificar para nuevos créditos y, a su vez, se vuelve más complicado para el banco otorgar préstamos.

Cada vez más clientes tienen una capacidad de pago reducida debido a la disminución de los ingresos en general. Este hecho ha afectado la reputación de algunos clientes, ya que los retrasos en los pagos son más frecuentes debido a los ingresos más bajos. Como resultado, su calificación de riesgo empeora. Además, el desempleo ha aumentado, lo que ha llevado a una disminución en la capacidad de endeudamiento de los clientes y a una reducción en los créditos que el banco puede otorgar. En el caso de las personas con negocios, sus ventas han disminuido, lo que también ha llevado a una reducción en sus ganancias.

Además, se ha observado que los clientes no tienen suficiente capital de respaldo. Por ejemplo, aunque posean un departamento como respaldo, sus bajos ingresos dificultan que el banco otorgue un crédito adicional. En cuanto a la solvencia de las personas con negocios, muchos de ellos tienen mercadería que no se vende y, como resultado, su capital está estancado y carecen de liquidez.



Dentro del estudio colateral, en muchos casos los ejecutivos de plataforma buscan registrar ingresos elevados u omitir ciertos requisitos con el fin de aumentar las ventas. Sin embargo, esta práctica puede llevar a que los clientes enfrenten dificultades para realizar los pagos en el futuro. El impacto de la economía ha llevado a muchos trabajadores a cambiar de empleo, y en el caso de los trabajadores independientes, incluso han tenido que cambiar de sector. Como resultado, muchos clientes no han tenido una estabilidad laboral prolongada y también han cambiado de domicilio con frecuencia. Esto afecta negativamente su perfil crediticio y no presentan una sólida base para solicitar un préstamo, lo que genera un escenario desfavorable para ambas partes.

Las condiciones derivadas de la pandemia de COVID-19 han provocado una disminución en la posición económica de muchos clientes en general. Como resultado, el banco ha tenido que adoptar un enfoque más cauteloso, lo cual afecta tanto a la institución, que otorga menos créditos, como a los clientes, que son mal calificados y no pueden acceder a nuevos préstamos.

Si esta situación persiste, los clientes se verán gravemente afectados. No solo tendrán deudas mayores con intereses más altos, sino que también su historial crediticio negativo dificultará sus futuras condiciones de crédito. Para los bancos, estas circunstancias son muy desfavorables, ya que se traducen en pérdidas y una disminución en las ventas de la institución.

1.2 Formulación del Problema

1.2.1 Problema General

¿Cómo es la investigación de crédito de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022?

1.2.2 Problemas Específicos

- a) ¿Cómo es la investigación del carácter de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022?
- b) ¿Cómo es la investigación de la capacidad de pago de los clientes de los asesores de



ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022?

- c) ¿Cómo es la investigación del capital de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022?
- d) ¿Cómo es la investigación de la garantía colateral de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022?
- e) ¿Cómo es la investigación de las condiciones de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

Describir cómo es la investigación de crédito de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.

1.3.2 Objetivos Específicos

- a) Describir cómo es la investigación del carácter de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.
- b) Describir cómo es la investigación de la capacidad de pago de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.
- c) Describir cómo es la investigación del capital de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.
- d) Describir cómo es la investigación de la garantía colateral de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.



- e) Describir cómo es la investigación de las condiciones de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.

1.4 Justificación de la Investigación

1.4.1 Relevancia Social

La presente investigación resulta relevante en el ámbito social, ya que permite a los clientes bancarios y a las entidades financieras tomar decisiones acertadas basadas en la variable estudiada. Esto contribuye a generar un círculo virtuoso que promueve el bienestar social y emocional de ambas partes involucradas. Además, los beneficios obtenidos pueden extenderse a otros prestatarios y entidades financieras, lo que amplía el impacto positivo en la sociedad.

1.4.2 Implicancias Prácticas

La presente investigación resulta relevante en términos prácticos, ya que demuestra que realizar un análisis de crédito más exhaustivo puede tener implicaciones positivas tanto para los bancos como para los prestatarios. De esta manera, se pueden superar los problemas actuales que se presentan en este ámbito.

1.4.3 Valor Teórico

La presente investigación tuvo relevancia en términos teóricos, ya que contribuye al desarrollo y profundización del conocimiento en el campo de la investigación crediticia. Este tema es de vital importancia para el desarrollo de comerciantes, personas naturales y entidades financieras. Además, se sustenta en diversos autores, teorías y libros que respaldan y enriquecen el estudio realizado.

1.4.4 Utilidad Metodológica

La presente investigación presenta utilidad metodológica, ya que los métodos, procedimientos, pasos, técnicas e instrumentos utilizados pueden ser aplicados en futuros



trabajos. Este estudio puede servir como base para otras investigaciones, permitiendo su replicación y ampliación en diversos contextos.

1.4.5 Viabilidad o Factibilidad

La presente investigación es factible, ya que contó con acceso a la población de estudio para recopilar información y se dispone de textos y bibliografía en general para desarrollar la investigación.

1.5 Delimitación de la Investigación

1.5.1 Delimitación Temporal

La presente investigación se circunscribió en Cusco, durante el año 2022.

1.5.2 Delimitación Espacial

La presente investigación se realizó en las oficinas del Banco de Crédito del Perú de la provincia de Cusco.

1.5.3 Delimitación Conceptual

La presente investigación se delimitó conceptualmente por la “Investigación de Crédito” la cual se encuentra dentro del área de Finanzas.



CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la Investigación

2.1.1 Antecedentes Internacionales

Cortes et al. (2017), en su trabajo “Análisis del crédito en las entidades financieras” manifiesta lo siguiente:

El objetivo de la investigación fue identificar los factores que más influyen en la demora de un estudio de crédito por parte de las entidades financieras. El método de la investigación fue el analítico. Del resultado del análisis de la encuesta se observó que la mayoría de las personas califican el tiempo como malo y que no se cumplió por parte de la entidad financiera con las fechas pactadas el día de la solicitud.

Se concluyó que:

- Dentro de la investigación realizada, se ha presentado la información más relevante acerca de un estudio de crédito, incluyendo los tiempos de respuesta, la documentación requerida y los procesos internos que llevan a cabo las compañías para realizar un análisis adecuado de crédito, siguiendo las normas establecidas por la Superintendencia Financiera de Colombia, entidad encargada de supervisar las instituciones financieras del país. Se ha identificado que en el pasado, los estudios de crédito podían demorar hasta tres meses para brindar una respuesta definitiva al cliente, lo cual generaba insatisfacción, falta de confianza y otros factores que afectaban el reconocimiento de dicha entidad, llevando a que dejara de ser la preferida para solicitar créditos. Sin embargo, con los cambios en el mercado, las entidades financieras han tenido que adaptarse a las exigencias actuales. Existe una fuerte competencia entre ellas, donde los avances tecnológicos han hecho que esta competencia sea más evidente, ya que los clientes demandan agilidad, buenos servicios, tiempos de respuesta más rápidos y acceso a diferentes canales de



transacciones, donde puedan administrar su dinero de manera segura y tener un control sobre sus finanzas.

- Las entidades financieras han demostrado su capacidad para hacer realidad los sueños de las personas a través de sus opciones de financiamiento. Sin embargo, se han enfrentado a dificultades al momento de atender las solicitudes, lo cual ha generado tiempos de espera más largos de lo esperado. A través de la presente investigación, se ha podido comprender el proceso interno que llevan a cabo las entidades financieras y se han identificado las razones por las cuales en ocasiones los tiempos de espera exceden lo indicado inicialmente. Es importante mencionar que existen entidades reguladoras detrás de estos procesos, tales como Datacrédito, que se encarga de la calificación o puntaje crediticio de los solicitantes, y la Registraduría General de la Nación, la cual proporciona información veraz sobre la identidad del cliente que realiza la solicitud. Además, las áreas internas del banco realizan un análisis exhaustivo de la información y la legalidad de los documentos presentados por el cliente.
- Se ratifica la importancia de que las entidades financieras sigan un riguroso control documental en el proceso de otorgamiento de créditos y eviten las consecuencias de aprobar un crédito basado en información falsa. Es fundamental que la información suministrada por el cliente sea verídica y que se verifique su veracidad mediante los mecanismos disponibles. Además, es crucial mantener a los colaboradores actualizados sobre los cambios y alertas emitidos por el sistema financiero en relación a los riesgos de lavado de activos, empresas fachadas y otros. Esto permitirá que estén al tanto de las medidas de prevención y tomen las acciones correspondientes para mitigar estos riesgos. Asimismo, es necesario mantener actualizados y optimizados los aplicativos utilizados en el proceso de gestión de créditos. Estos aplicativos brindan las herramientas necesarias para realizar un correcto manejo de cada crédito que se recibe, garantizando así un proceso eficiente y seguro.
- Para facilitar el acceso a la información requerida para solicitar un crédito, las personas pueden mantenerse actualizadas a través de las plataformas web de cada entidad financiera. Estas plataformas proporcionan una lista de los documentos necesarios y permiten solicitar estudios, enviar la documentación requerida e incluso



iniciar un proceso de preaprobación. Esta opción resulta especialmente conveniente para aquellos que no disponen de tiempo para desplazarse a una oficina física. Al iniciar el trámite a través de la plataforma en línea, se reduce el tiempo de respuesta, ya que posteriormente se establece contacto con un asesor encargado de dar continuidad al proceso.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

De acuerdo a De La Cruz y Muñoz (2017), con la investigación “Evaluación de crédito y su relación con la rentabilidad de la caja municipal de ahorro y crédito Arequipa, agencia Huaraz, 2016” se muestra lo siguiente:

Se desarrolló con el objetivo de determinar la relación que existe entre la evaluación de crédito a cargo de los analistas de crédito de la Caja Arequipa, los mismos que representan la población y muestra, y la rentabilidad de la misma, puesto que la entidad está sujeta a ciertos riesgos, los cuales se ven incrementados por la inadecuada gestión en la colocación de créditos, atención de solicitudes, la evaluación de los sujetos de créditos, aprobación y desembolso, riesgos que llevan a los incrementos de los índices de morosidad debido al incumplimiento de los clientes en la devolución de los créditos otorgados, ocasionando a la entidad costos en los trámites notariales y en los procesos judiciales para la recuperación de las carteras morosas. Para lo cual se utilizaron los conocimientos teóricos y conceptuales para la solución del problema, y así definiéndose como un tipo de investigación aplicada. Para determinar la contrastación de la hipótesis planteada se utilizó el Modelo Estadístico del Chi Cuadrado. Con este modelo se determina que sí existe una relación directa y significativa entre la evaluación de crédito y la rentabilidad de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Arequipa, agencia Huaraz, 2016. De la misma forma hay que indicar que se concluye que las políticas y procedimientos de créditos son herramientas que se están usando muy eficientemente en la entidad, ya que los índices de rentabilidad muestran resultados ascendentes en determinados periodos.

Se llegó a las siguientes conclusiones:



- Se concluye que las políticas y los procedimientos de crédito se están empleando de una muy buena manera, esto a partir de los resultados obtenidos en la Caja Arequipa, agencia Huaraz, cuyos montos que ascienden en determinados periodos son aceptables y ello indica que hay una correlación directa y significativa en ambas variables.
- Se concluye que las políticas de crédito 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.
- 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.)
Se concluye que la rentabilidad sobre activos de la Caja Arequipa, agencia Huaraz en el último trimestre de 2016, es ascendente. Lo que indica que los activos totales tienen un rendimiento positivo en relación a los resultados de la entidad.
- Se concluye que la rentabilidad sobre capitales es un ratio que mide el rendimiento del capital de los socios y los resultados obtenidos, muestran que tiene una frecuencia ascendente lo que indica que los accionistas tienen resultados favorables respecto a sus inversiones.

De acuerdo a Aliaga y Chuquilin (2019), con la investigación “Mejora del proceso de investigación de solicitud de crédito y su incidencia en los tiempos de atención de crédito en un banco” se manifiesta lo siguiente:

El presente estudio tiene como objetivo general: Determinar la incidencia de la Mejora del proceso de investigación de solicitud de créditos en los tiempos de atención de crédito en el banco de Cajamarca 2018. Para este informe de investigación se utilizó el diseño descriptivo y el diseño no experimental, así como los métodos de estudio deductivo-inductivo y analítico. Para la técnica de recopilación de datos se utilizó la observación directa y check list. De los resultados obtenidos de la mejora de procesos de investigación de



solicitud de crédito, se obtendrá un mejor beneficio disminuyendo el tiempo de investigación, llegando a tener una eficiencia de 14.81%. Se concluye que disminuyendo los tiempos de evaluación y aumento de personal en dicha área mejorará la calidad de atención al cliente.

Se llegó a las siguientes conclusiones:

- Se tiene que revisar el Flujograma de investigación de solicitudes de créditos de Banco, ya que se tiene que disminuir el tiempo de atención a las solicitudes puesto que 24 horas para realizar dichas investigaciones sería tiempo desperdiciado, ya que la oficina envía un promedio de 3 solicitudes por día, si se disminuye a 5 horas como máximo para la verificación se obtendrá mejores resultados y clientes satisfechos.
- Aumentar el número de verificadores para tener una mejor atención a los clientes, ya que ellos buscan conseguir dinero rápido y fácil, ellos buscarán un banco que les atienda en menor tiempo y con pocos requisitos.
- Existe un control excesivo en la constatación y verificación de los documentos, puesto que ya existe Asesores financieros que constatan los documentos, jefes de verificaciones de créditos que visitan a los clientes en sus domicilios para validar los documentos originales y aun así el banco paga un servicio tercero como Mesa de Control que constata nuevamente los documentos presentados.
- Capacitación continúa en los procesos de originar créditos, para satisfacer la necesidad del cliente.
- Al disminuir los tiempos de atención de las solicitudes de créditos y mantener a los asesores financieros capacitados, se podrá competir con las entidades financieras que brindan líneas de créditos con solo DNI y verificación automática. (Historial crediticio).

2.1.3 Antecedentes Locales

De acuerdo a Mamani (2018), con la investigación “Evaluación del proceso de crédito otorgado a microempresas, y los índices de morosidad de la caja municipal de ahorro y crédito Cusco S.A. agencia Dos de Mayo Sicuani periodo 2017” se muestra lo siguiente:



Se realizó con la finalidad de que existe morosidad en los créditos otorgados de microempresas. El estudio tiene un enfoque cuantitativo de alcance descriptivo, ya que pretende mostrar la característica del objeto de estudio mediante recolección de datos para su análisis e interpretación, el tipo de investigación es básica. El diseño para utilizar en el presente trabajo es no experimental, al no manipular la variable y de análisis cuantitativo, que permite analizar la capacidad de pago del cliente, y por tanto generar conclusiones. De los resultados que presenta la evaluación de créditos de microempresas y el índice de morosidad.

Se llegó a las siguientes conclusiones:

- Los resultados que presenta el índice de morosidad de los créditos otorgados a los microempresarios de la CMAC Cusco Agencia Dos de Mayo de Sicuani, periodo 2017. El personal del área de créditos no cumple con la aplicación del reglamento de créditos lo que se percibe en el crecimiento de la morosidad por lo que se considera un riesgo alto el nivel de índice de morosidad de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco Agencia Dos de Mayo Sicuani en el periodo 2017.
- La evaluación cuantitativa en el proceso de créditos otorgados a microempresarios de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A agencia Dos de Mayo Sicuani periodo 2017, se cumple en forma parcial como se aprecia el 70% de analistas no verifica las garantías, el 50% no evalúan inventarios de mercaderías y el 60% no verifican los gastos familiares, lo que se contrasto con la manifestación de los prestamistas microempresarios. Sobre las visitas en su negocio y domicilio los analistas manifiestan que, si realizan las visitas, el 50% de los prestamistas microempresarios indican que no realizan las visitas correspondientes.
- El análisis de los aspectos cualitativos en el proceso de créditos otorgados a microempresarios el 70% de los analistas de crédito no indagan sobre referencias personales de los prestamistas lo que fue contrastado con los microempresarios.
- El análisis de los índices de morosidad de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A agencia Dos de Mayo Sicuani periodo 2017 presenta un riesgo alto se aprecia una tendencia creciente de la morosidad alcanzando así un incremento de 34% en el mes de noviembre y de 6.77% en el mes de diciembre, esto debido a que



el analista de crédito está más enfocado en llegar a su meta de colocaciones y no en el seguimiento de los créditos otorgados.

De acuerdo a Centeno (2019), con la investigación “Proceso de concesión de crédito grupal en la financiera Compartamos S.A. Cusco - 2018”

La presente investigación fue desarrollada en la Financiera Compartamos S.A. Cusco en el año 2018, con el principal objetivo de describir el proceso de concesión de crédito grupal en la financiera Compartamos S.A. Cusco – 2018. El enfoque de estudio es descriptivo, el tipo de investigación es básica, con un diseño no experimental, la población estuvo conformada por 31 colaboradores de la empresa, la técnica de recolección de datos fue la encuesta, los resultados fueron procesados en el SPSS versión 24.0. El resultado general de la investigación considera que el proceso de concesión de crédito implementado por la financiera es medianamente adecuado, con un porcentaje de 90.3%; la dimensión desarrollo de la idea de la calidad de crédito para el 80.6% es medianamente adecuado; la dimensión investigación del solicitante de crédito para el 83.9% es medianamente adecuado; la dimensión valor de crédito del solicitante para el 87.1% es poco adecuada y finalmente la dimensión decisión sobre la solicitud para el 64.5% es medianamente adecuado; datos que indican la existencia de escasa probabilidad de generar préstamos que garanticen el control efectivo sobre los créditos y las cobranzas en el mencionado proceso.

Se llegó a las siguientes conclusiones:

- En el proceso de otorgamiento o concesión de créditos se evidencia que el 90.3% de colaboradores realizan su actividad dentro de la categoría medianamente adecuada, el 6.5% adecuada y el 3.2% poco adecuada, los datos indican que existe escasa probabilidad de generar préstamos que garanticen el control efectivo sobre los créditos y las cobranzas en el mencionado proceso, por tanto la información no cumple en su totalidad con la función de ser eficiente ni eficaz para la gerencia de crédito grupal.
- En referencia al desarrollo de la idea de la calidad de crédito en un 80.6% indican que se encuentra en el parámetro medianamente adecuada, y el 19.4% en el parámetro adecuado datos que muestran que la financiera compartamos refleja la posibilidad de



generar mayor incertidumbre en los pagos por parte de los clientes, y la posibilidad de generar una cartera pesada más alta.

- En cuanto a la investigación del solicitante de crédito, el 83.5% de los colaboradores desarrollan dicha investigación de manera medianamente adecuada, el 9.7% adecuada y el 6.5% poco adecuada; en base a los Estados Financieros del cliente y su Negocio, (balance general, flujo de caja y estado de ganancias y pérdidas) y los datos obtenidos se hace investigación del crédito de manera básica, no contando con los datos exactos para la toma de decisiones en la concesión de crédito.
- En referencia al valor del crédito del solicitante, se estima que el 87.1% de los trabajadores valoran el crédito en forma poco adecuada y el 12.9% medianamente adecuada, los datos arriba descritos muestran que en el área de crédito grupal existe la probabilidad que los clientes no cuenten con el capital suficiente de respaldo al crédito, para medir el pago y garantizar así el cumplimiento del crédito grupal concedido.
- En la decisión sobre la solicitud de crédito, el 64.5% desarrolla en forma medianamente adecuada, el 32.3% adecuada y el 3.2% poco adecuada, los datos indican que un gran porcentaje de clientes no se informan sobre el crédito que van a obtener, a razón de que los analistas por cumplir con sus metas crediticias no implementan adecuadamente el análisis y condiciones de la solicitud de crédito hecho que distorsiona la decisión que se va a tomar en referencia a la solicitud de crédito.

2.2 Bases Legales

Ley 26702, Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros.

La presente ley establece el marco de regulación y supervisión a que se someten las empresas que operen en el sistema financiero y de seguros, así como aquéllas que realizan actividades vinculadas o complementarias al objeto social de dichas personas.

Es objeto principal de esta ley propender al funcionamiento de un sistema financiero y un sistema de seguros competitivos, sólidos y confiables, que contribuyan al desarrollo nacional.



Artículo 221°.- Operaciones y Servicios.

Las empresas podrán realizar las siguientes operaciones y servicios, de acuerdo a lo dispuesto por el capítulo I del título IV de esta sección segunda:

1. Recibir depósitos a la vista;

2. Recibir depósitos a plazo y de ahorros, así como en custodia;

a) Otorgar sobregiros o avances en cuentas corrientes;

b) Otorgar créditos directos, con o sin garantía, descontar y conceder adelantos sobre letras de cambio, pagarés y otros documentos, Comprobatorios de deuda.

Todas las demás operaciones y servicios, siempre que cumplan con los requisitos establecidos por la Superintendencia mediante normas de carácter general, con opinión previa del Banco Central. Para el efecto, la empresa comunicará a la Superintendencia las características del nuevo instrumento, producto o servicio financiero. La Superintendencia emitirá su pronunciamiento dentro de los treinta (30) días de presentada la solicitud por la empresa.

Artículo 222°.- Evaluación de las Operaciones de Cartera Crediticia.

Con relación a las operaciones que integran la cartera crediticia, deberá tenerse presente que para su evaluación se tomará en cuenta los flujos de caja del deudor, sus ingresos y capacidad de servicio de la deuda, situación financiera, patrimonio neto, proyectos futuros y otros factores relevantes para determinar la capacidad del servicio y pago de deuda del deudor. El criterio básico es la capacidad de pago del deudor. Las garantías tienen carácter subsidiario.



2.3 Bases Teóricas

2.3.1 *La Investigación de Crédito*

2.3.1.1 Concepto de investigación del crédito

De acuerdo a Morales y Morales (2014), la investigación se define por:

La concesión de crédito a nuevos clientes, así como a clientes ya establecidos, requieren el conocimiento de la capacidad financiera del cliente para contraer una deuda. Antes de expedir la primera solicitud se llevará a cabo una investigación sobre los antecedentes financieros del cliente. Una correcta información requiere el conocimiento de la siguiente información:

- Informe del delegado o comercial.
- Informe comercial de una agencia especializada.
- Referencias de riesgos concedidas por bancos.
- Informe de créditos otorgados por asociaciones sectoriales, organismos, registros, etc.
- Información de otros proveedores y clientes.
- Estados financieros aportados por el cliente (p. 100).

Así mismo, Morales y Morales (2014), manifiestan que la investigación de crédito reúne la información histórica por medio del análisis que se usa como base para predecir la conducta futura. La predicción que se busca es de conducta de crédito, esto es, una predicción del tipo e importe de las obligaciones por concepto de crédito que puede esperarse que paguen y una estimación del importe máximo del crédito que debiera aceptarse del cliente individual. (p. 107)

2.3.1.2 Concepto de crédito.

“Crédito, es la posibilidad de obtener dinero, bienes o servicios sin pagar en el momento de recibirlos a cambio de una promesa de pago realizada por el



prestatario de una suma debidamente cuantificada en una fecha en el futuro.”
(Brachfield, 2009, p. 165)

Monroy (2013) indica respecto al crédito lo siguiente:

La palabra crédito proviene del latín, del verbo **credere**: creer, lo que significa confiar o tener confianza.

Es un derecho que tiene una persona acreedora a recibir de otra deudora, una cantidad de dinero que le ha sido confiada por un determinado tiempo, con un pago o cargo adicional, comúnmente representado por intereses.

Es el cambio de una riqueza presente por una futura, basado en la confianza y solvencia que se concede al deudor.

En el campo económico y financiero, se entiende por crédito, la confianza que se tiene en la capacidad, posibilidad, voluntad y solvencia del deudor, para el cumplimiento de la obligación de devolución contraída, más los intereses acordados. (p. 89)

Según Ettinger y Golieb (2009), citado por Morales y Morales (2014):

El crédito puede definirse de la siguiente manera: Un medio útil para negociar, en el que se evidencia el compromiso por parte el deudor por la adjudicación realizado en un primer momento de un bien monetario o servicio; el mismo que tiene la capacidad para la flexibilización de los créditos en cuanto a las fechas de pago, cuotas y demás responsabilidades que representa. (p.17)

2.3.1.3 Investigación del solicitante del crédito

Levy (2009), hace mención que “para otorgar el respectivo crédito se considera la información del cliente, permitiendo de esta manera evitar generar índices de morosidad o impago” (p.111).



A) Tipos de Crédito

De acuerdo con la S.B.S. (2008), los tipos de crédito son:

a) Créditos corporativos

Son aquellos créditos otorgados a personas jurídicas que han registrado un nivel de ventas anuales mayor a S/. 200 millones en los dos (2) últimos años, de acuerdo a los estados financieros anuales auditados más recientes del deudor. Si el deudor no cuenta con estados financieros auditados, los créditos no podrán ser considerados en esta categoría (S.B.S., 2008).

b) Créditos a grandes empresas

Son aquellos créditos otorgados a personas jurídicas que poseen al menos una de las siguientes características: Ventas anuales mayores a S/. 20 millones, pero no mayores a S/. 200 millones en los dos (2) últimos años, de acuerdo a los estados financieros más recientes del deudor. El deudor ha mantenido en el último año emisiones vigentes de instrumentos representativos de deuda en el mercado de capitales (S.B.S., 2008).

c) Créditos a medianas empresas

Son aquellos créditos otorgados a personas jurídicas que tienen un endeudamiento total en el sistema financiero superior a S/. 300.000 en los últimos seis (6) meses y no cumplen con las características para ser clasificados como créditos corporativos o a grandes empresas (S.B.S., 2008).

d) Créditos a pequeñas empresas

Son aquellos créditos destinados a financiar actividades de producción, comercialización o prestación de servicios, otorgados a personas naturales o jurídicas, cuyo endeudamiento total en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) es superior a



S/. 20,000 pero no mayor a S/. 300,000 en los últimos seis (6) meses (S.B.S., 2008).

e) Créditos a microempresas

Son aquellos créditos destinados a financiar actividades de producción, comercialización o prestación de servicios, otorgados a personas naturales o jurídicas, cuyo endeudamiento total en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) es no mayor a S/. 20,000 en los últimos seis (6) meses (S.B.S., 2008).

f) Créditos de consumo revolvente

Son aquellos créditos revolventes otorgados a personas naturales, con la finalidad de atender el pago de bienes, servicios o gastos no relacionados con la actividad empresarial. Es una suma de dinero que posee el cliente por parte del banco en forma revolvente, es decir, en cuánto pagas la deuda vuelves a obtener dinero para su uso (S.B.S., 2008).

g) Créditos de consumo no revolvente

Son aquellos créditos no revolventes otorgados a personas naturales, con la finalidad de atender el pago de bienes, servicios o gastos no relacionados con la actividad empresarial (S.B.S., 2008).

h) Créditos Hipotecarios

Son aquellos créditos otorgados a personas naturales para la adquisición, construcción, refacción, remodelación, ampliación, mejoramiento y subdivisión de vivienda propia, siempre que tales créditos se otorguen amparados con hipotecas debidamente inscritas; sea que estos créditos se otorguen por el sistema convencional de préstamo hipotecario, de letras hipotecarias o por cualquier otro sistema de similares características (S.B.S., 2008).



2.3.1.4 Importancia del crédito.

“En el libro de Financiación Internacional de la empresa se encuentra que un crédito documentario es un mandato de pago, siempre y cuando éste cumpla estrictamente con todas y cada una de las condiciones impuestas en el propio crédito”. (Eslava y Gómez, 2006 citado por Becerra, 2015, p. 267).

También se aprecia que de acuerdo a Haro (2014), citado por Becerra (2015), el crédito es fundamental para la existencia y desarrollo de las empresas. Desde el punto de vista mercadotécnico permite aumentar los volúmenes de venta, que a su vez disminuye los costos unitarios y permite a determinados sectores de la población integrarse al mercado consumidor (p. 411).

2.3.1.5 Elementos fundamentales que se investigan en un crédito:

De acuerdo a Morales y Morales (2014), los elementos que se investigan para otorgar un crédito son los siguientes:

- Carácter
- Capacidad
- Capital
- Colateral
- Condiciones (p. 108)

A) Carácter

Hidalgo (2010), indica que el carácter tiene que ver con la probabilidad de que un cliente trate de hacer honor a sus obligaciones. Este factor es de importancia considerable porque toda transacción de crédito implica la promesa de pagar. ¿Hará el acreedor un esfuerzo honesto para pagar sus deudas, o es probable que el solicitante de crédito trate de evadir su compromiso?



“Los administradores de crédito experimentado a menudo insisten en el hecho de que el carácter es el aspecto más importante de una evaluación de crédito” (p. 75).

Así mismo, Morales y Morales (2014), manifiesta que el carácter puede definirse como una suma intangible de atributos personales que se revelan indirecta más bien que directamente. Más bien lo que con frecuencia aceptamos como carácter es la reputación, y está realmente es la opinión que otros tienen acerca de una persona. Los elementos que intervienen en el carácter pueden ser personales y, por lo tanto, concernir a la situación familiar, a los hábitos y actitudes personales, tales como la bebida, el juego, y así sucesivamente. Pueden incluir virtudes tales como la honestidad y el valor, o al revés. El carácter también puede inferirse o revelarse por la conducta comercial o profesional, tal como el pago de obligaciones, la tendencia a hacer reclamaciones injustificadas o devolver mercancías sin causa, la actitud hacia las obligaciones, las tendencias especulativas o el respeto por los derechos de terceros. Siendo el carácter una cualidad personal intangible, puede inferirse correctamente sólo hasta el grado en que se revela. Por lo demás, una reputación de buen carácter puede ser el resultado de no haber sido nunca presionado por la adversidad. (p. 108)

De lo antes mencionado se puede deducir que los indicadores de dicha dimensión son:

- Atributos personales: “Una persona lleva implícitas ciertas cualidades que le son propias por su misma naturaleza. Cualidades que distinguen unos de otros. Para este caso, las cualidades positivas que debe tener para acceder a un crédito” (Aranda, 2020, p. 67)
- La reputación del cliente: “Es la consideración opinión o estima que se tiene a alguien, en este caso el cliente. El concepto está asociado al



prestigio. Según el contexto el término podría tener una connotación positiva o negativa” (Pérez & Merino, 2022, p. 45).

B) Capacidad

Morales y Morales (2014), indican que “La capacidad es una cualidad de crédito, simplemente puede querer decir la capacidad de pagar una obligación precisa en dinero cuando se adeuda a veces se resume bajo los encabezados de ingreso y empleo” (p. 109).

También Monroy (2013), expresa que es “La solvencia y liquidez suficientes para cumplir con el pago, tomando como base el análisis de la situación financiera de la empresa o comprobación de ingresos y gastos” (p. 84)

Becerra (2015), dice que la capacidad “Describe un juicio subjetivo en relación con la habilidad del cliente para hacer el pago, la posibilidad de cumplir con las obligaciones de crédito con los ingresos actuales. Se mide el desempeño del negocio del cliente, y se ve complementado por la observación física de la planta o del almacén y de los métodos de negocios” (p. 105).

De acuerdo a la teoría mencionada se infiere que los indicadores son:

- Ingresos: “Toda aquella ganancia que se recibe por la venta de un bien o un servicio, que normalmente se hace efectivo a través de un cobro monetario” (Gil, 2020, párr. 2).
- Capacidad de reembolso de crédito: “Es la operación económica por la cual una persona u organización recibe de vuelta un dinero que previamente ha adelantado. El cliente debe ser el que reembolsa un crédito a un banco” (Pedrosa, 2020, párr. 1).

C) Capital

Según Morales y Morales (2014), el capital “Es la solidez financiera del solicitante y se puede medir por su posición como propietario de activos; aquí



se recomienda un análisis de la deuda con el capital para conocer la solidez del capital del solicitante” (p. 109).

En lo que concierne al capital, Fajardo et al. (2016), declaran que el capital involucra “Los valores invertidos en el negocio del acreditado, así como obligaciones, es decir, un estudio de las finanzas. Para la evaluación se requiere el análisis de su situación financiera. El análisis financiero detallado permite conocer completamente las posibilidades de pago, el flujo de ingresos y egresos, así como la capacidad de endeudamiento. El flujo de liquidez, la rotación de inventario, el tiempo promedio que tarda en pagar, etc. son algunas razones financieras importantes para este análisis” (p. 108).

En función a esa información se deduce que los indicadores son:

- Propiedad de activos: “El activo es un recurso con la capacidad de proporcionar beneficios económicos que una persona natural o jurídica controla en el presente y que surge de un hecho pasado. El cliente debe tener activos en algunos tipos de créditos” (Stanford, 2017, p. 16).
- Solvencia: “Capacidad de una persona natural o jurídica para hacer frente a sus obligaciones financieras” (Caballero, 2020, párr. 1).

D) Colateral

Morales y Morales (2014), afirman que la garantía colateral “Es la cantidad de activos que el solicitante tiene disponible como garantía de que pagará el crédito; cuanto mayor sea la cantidad de activos disponibles mayor será la probabilidad de que el prestamista recupere el monto prestado”. También es necesario considerar el arraigo para minimizar el riesgo en el crédito (p. 109).

También se puede decir que la garantía colateral “Son todos aquellos elementos de que dispone el acreditado para garantizar el cumplimiento del pago en el crédito, es decir, las garantías o apoyos colaterales. Se evalúa a



través de sus activos fijos, el valor económico y la calidad de estos, ya que en el análisis del crédito se establece que no deberá otorgarse un crédito sin tener prevista una segunda fuente de pago” (Fajardo et al., 2016, p. 322).

En función a la definiciones anteriores se infiere que los indicadores son:

- Garantías: “Son el cumplimiento para asegurar el cumplimiento de una obligación. Esto se da dentro de una transacción o relación comercial” (Westreicher, 2020, párr. 1).
- Arraigo: “Es el hecho de establecerse de manera permanente en un lugar o centro laboral, vinculando a personas y cosas” (Real Academia Española, 2022, párr. 1).

E) Condiciones

Fajardo et al. (2016), manifiestan que las condiciones “Son los factores exógenos que pueden afectar la marcha del negocio del acreditado, como las condiciones económicas y del sector o la situación política y económica de la región. Aunque dichos factores no están bajo el control de acreditado, se consideran en el análisis de créditos para prever sus posibles efectos” (p. 177).

Así mismo, Morales y Morales (2014), sostienen que las condiciones “Son el ambiente económico y de negocios y la situación particular que influya en alguna de las partes de la transacción del crédito, por ejemplo, en el caso de que los productos que se desee vender sean pasados de moda, la empresa deberá venderlos lo más rápido posible, en ese sentido las características del crédito probablemente sean más laxas” (p. 109).

De acuerdo a lo mencionado los indicadores son:

- Tipo de negocio: “Son las formas en las que se puede clasificar a las empresas y personas que realizan una actividad económica. Algunos



negocios tienen mayor rentabilidad y otros, menor rentabilidad” (Westreicher, Economipedia, 2020).

- Situación económica: “Es parte de la vida cotidiana de las personas hasta cuestiones de impuestos, inflación, el interés, la riqueza, la desigualdad, los mercados emergentes, la energía y el medioambiente de un país. Cómo estos elementos afectan a la comunidad en general” (Universidad del Pacífico, 2022).

2.4 Marco conceptual

2.4.1 Acreedor

Un acreedor es una persona, física o jurídica, que ha entregado un crédito o un bien material a otra persona (deudor) y espera recibir un pago a cambio (Sevilla, 2020).

2.4.2 Autonomía

“Grado en el que el trabajo proporciona libertad y discreción sustancial al individuo para que programe su trabajo, y para determinar los procedimientos que usará para llevarlo a cabo” (Robbins y Judge, 2013, p. 241).

2.4.3 Conocimiento

“Información ordenada y sistematizada. Es un activo intangible y el recurso más importante de la era de la comunicación. Es aquello que se obtiene por medio del estudio y la experiencia” (Chiavenato, 2011, p. 298).

2.4.4 Crédito

Un crédito es una operación de financiación donde una persona llamada “acreedor” (normalmente una entidad financiera), presta una cierta cifra monetaria a otro, llamado “deudor”, quien a partir de ese momento, garantiza al acreedor que retornará esta cantidad solicitada en el tiempo previamente estipulado más una cantidad adicional, llamada “intereses” (Montes de Oca, 2020).



2.4.5 Deudor

Un deudor es una persona, física o jurídica, que debe dinero a otra persona, conocida como acreedor (Sevilla, 2020).

2.4.6 Fidelidad

En su primera acepción es firmeza y constancia en los afectos, ideas y obligaciones, y en el cumplimiento de los compromisos establecidos (Significados, 2016).

2.4.7 Habilidades

“Se trata de saber hacer. Significa utilizar y aplicar el conocimiento, ya sea para resolver problemas o situaciones, crear e innovar. En otras palabras, habilidad es la transformación del conocimiento en resultado” (Chiavenato, 2011, p. 384).

2.4.8 Identificación

“Se define como el involucramiento, satisfacción y entusiasmo de un individuo con el trabajo que realiza” (Robbins y Judge, 2013, p. 395).

2.4.9 Iniciativa

“Es el acto de ejercer el derecho de hacer una propuesta. Además de ser la acción de adelantarse a los demás en hablar u obrar. Es la cualidad personal que inclina a la iniciativa (la acción de adelantarse a los demás)” (Pérez y Merino, 2013, p. 289).

2.4.10 Metas

“Formulaciones concretas de logros que la organización intenta cumplir en periodos establecidos” (Newstrom, 2011, p. 29).

2.4.11 Remuneración

La remuneración se refiere a la recompensa que recibe el individuo a cambio de realizar las tareas organizacionales, se trata básicamente de una relación de



intercambio entre las personas y la organización. Cada empleado negocia su trabajo para obtener un pago económico puede ser directa o indirecta. (Chiavenato, 2011, p. 230)

2.4.12 Renta fija

La rentabilidad hace referencia a los beneficios que se han obtenido o se pueden obtener de una inversión (Sevilla, 2020).

2.5 Variable

2.5.1 Identificación de Variables

Variable : Investigación de Crédito

2.5.2 Conceptualización de la Variables

Tabla 1

Tabla de conceptualización de la variable Investigación de Crédito

VARIABLES	DIMENSIONES
V1: LA INVESTIGACIÓN DE CRÉDITO: Reúne la información histórica por medio del análisis que se usa como base para predecir la conducta futura. La predicción que se busca es de conducta de crédito, esto es, una predicción del tipo e importe de las obligaciones por concepto de crédito que puede esperarse que paguen y una estimación del importe máximo del crédito que debiera aceptarse del cliente individual. (Morales y Morales, 2014, p. 107)	Carácter
	Capacidad
	Capital
	Colateral
	Condiciones

Fuente: Elaboración propia.



2.5.3 Operacionalización de Variables

Tabla 2

Tabla de operacionalización de la variable Investigación de Crédito

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
V1: La investigación del crédito	1.1. Carácter	Atributos personales
		Reputación del cliente
	1.2. Capacidad	Ingresos
		Capacidad de reembolso del crédito
	1.3. Capital	Propiedad de activos
		Solvencia
	1.4. Colateral	Garantías
		Arraigo
	1.5. Condiciones	Tipo de negocio
		Situación económica

Fuente: Elaboración propia.



CAPÍTULO III:

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de Investigación

La presente investigación fue de tipo básica porque buscó ampliar y profundizar el caudal de conocimientos científicos existentes acerca de la realidad. Hernández et al. (2014), señalan que su objeto de estudio los constituyen las teorías científicas las cuales se estudian para perfeccionar sus contenidos. Gracias a esta investigación se conoció mejor la situación que rodea la variable de estudio.

3.2 Enfoque de Investigación

En cuanto al enfoque de investigación fue cuantitativa, cuyo planteamiento tiene alcance descriptivo, porque se empleó procedimientos estadísticos para el análisis de datos (Hernández et al., 2014).

3.3 Diseño de la Investigación

La presente investigación tuvo un diseño no experimental porque “Son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (Hernández Sampieri et al., 2014).

3.4 Alcance de la Investigación

La investigación tuvo un alcance descriptivo Hernández Sampieri et al. (2014, p. 80) indican que una investigación es descriptiva cuando “solo se va a describir fenómenos, situaciones, contextos y eventos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan, es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren”.



3.5 Población y Muestra de la Investigación

3.5.1 Población

Para la presente investigación se consideró una población que involucra **46 asesores** de ventas y servicios en 6 agencias del Banco de Crédito del Perú de la provincia de Cusco.

3.5.2 Muestra

Para la presente investigación se consideró a todos los integrantes de la población de estudio que involucra a los **46 asesores** de ventas y servicios de las 6 agencias del Banco de Crédito del Perú de la provincia de Cusco.

3.6 Técnica e Instrumento de Recolección de Datos

3.6.1 Técnica

Para la presente investigación la técnica que se utilizó fue la encuesta.

3.6.2 Instrumento

Para la presente investigación el instrumento que se utilizó para la recolección de datos es el cuestionario.

3.7 Procesamiento de Datos

Para el procesamiento de datos de la presente investigación se utilizó el software Excel de Microsoft Office y el programa estadístico SPSS en su versión 25.0.



CAPÍTULO IV:

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Presentación y Fiabilidad del Instrumento Aplicado

4.1.1 Presentación del Instrumento

Para describir cómo es la investigación de crédito de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022, se aplicó un cuestionario 46 asesores de ventas y servicios, en el que se considera 20 ítems distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 3

Distribución de los ítems del cuestionario

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
Investigación del crédito	1.1. Carácter	Atributos personales	p1, p2, p3, p4
		Reputación del cliente	
	1.2. Capacidad	Ingresos	p5, p6, p7, p8
		Capacidad de reembolso del crédito	
	1.3. Capital	Propiedad de activos	p9, p10, p11, p12
		Solvencia	
	1.4. Colateral	Garantías	p13, p14, p15, p16
		Arraigo	
	1.5. Condiciones	Tipo de negocio	p17, p18, p19, p20
		Situación económica	

Fuente: Elaboración propia

Para las interpretaciones de las tablas y figuras estadísticas se utilizó la siguiente escala de baremación e interpretación.



Tabla 4

Descripción de la Baremación y escala de interpretación

Promedio	Criterios de Evaluación	Escala de Interpretación
1,00 – 1,80	Nunca	Muy inadecuado
1,81 – 2,60	Casi nunca	Inadecuado
2,61 – 3,40	A veces	Regular
3,41 – 4,20	Casi siempre	Adecuado
4,21 – 5,00	Siempre	Muy adecuado

Fuente: Elaboración propia

4.1.2 Fiabilidad del Instrumento Aplicado

Para describir cómo es la investigación de crédito de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022. Se utilizó la técnica estadística “Índice de consistencia Interna Alfa de Cronbach”, para lo cual se considera lo siguiente:

- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es mayor o igual a 0.8. Entonces, el instrumento es fiable, por lo tanto, las mediciones son estables y consistentes.
- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es menor a 0.8. Entonces, el instrumento no es fiable, por lo tanto, las mediciones presentan variabilidad heterogénea.

Para obtener el coeficiente de Alfa de Cronbach, se utilizó el software IBM SPSS versión 25, cuyo resultado fue el siguiente:

Tabla 5

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.884	20

Como se observa, el Alfa de Cronbach tiene un valor de 0.884 por lo que se establece que el instrumento es fiable para el procesamiento de datos.



4.2 Resultados de las Dimensiones de la Variable Investigación de Crédito

Para describir la investigación de crédito de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022, se consideran las dimensiones de: carácter, capacidad, capital, colateral y condiciones. Los resultados se presentan a continuación:

4.2.1 Investigación del Carácter

El objetivo fue describir cómo es la investigación del carácter de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022, para lo cual se consideran los siguientes indicadores: atributos personales, reputación del cliente.

A) Resultados de los indicadores de la dimensión Investigación del carácter

Tabla 6

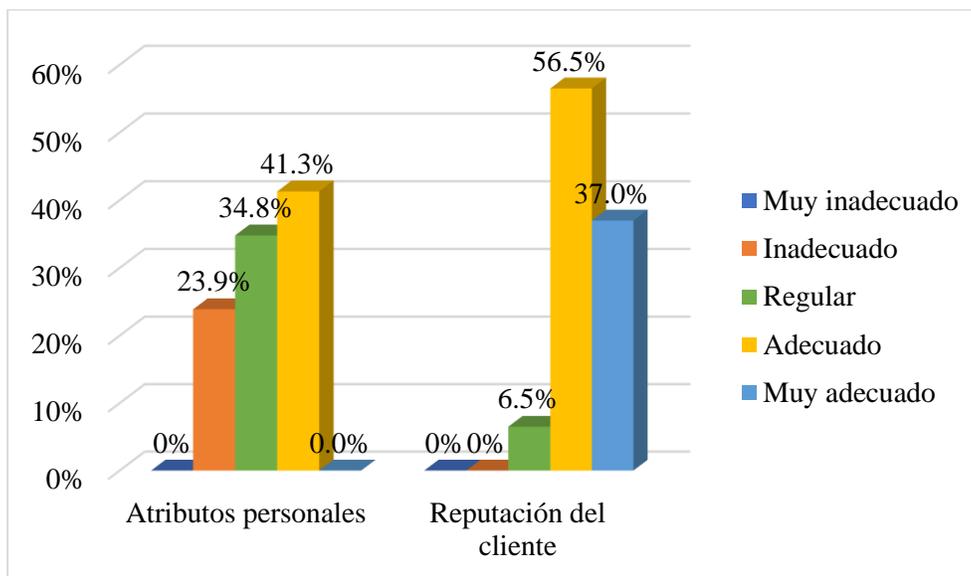
Indicadores de la dimensión Investigación del carácter

	Atributos personales		Reputación del cliente	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Muy inadecuado	0	0.0%	0	0.0%
Inadecuado	11	23.9%	0	0.0%
Regular	16	34.8%	3	6.5%
Adecuado	19	41.3%	26	56.5%
Muy adecuado	0	0.0%	17	37.0%
Total	46	100.0%	46	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 1

Indicadores de la dimensión Investigación del carácter.



Interpretación y análisis:

- En el indicador “Atributos personales”, se observa que, el 23.9% de asesores lo consideran inadecuado, el 34.8% lo consideran regular y el 41.3% lo consideran adecuado. Por lo observado, hay un número mayoritario de asesores de ventas y servicios que consideran que este indicador se realiza de forma adecuada, sin embargo, entre las cifras sumadas de un desempeño regular e inadecuado son muy superiores, lo que indica que falta mucho por mejorar en el presente indicador. Los atributos personales de los clientes no llegan a tener una calidad elevada algo que hace que el riesgo crediticio no sea óptimo.
- En el indicador “Reputación del cliente”, se aprecia que el 6.5% de asesores de ventas y servicios lo consideran regular, el 56.5% lo consideran adecuado y el 37% lo consideran muy adecuado. Por lo visto, la mayoría de los asesores de ventas y servicios consideran que el presente indicador se realiza de buena forma en el banco. Dentro de los clientes que han manejado los asesores de ventas y servicios hay un buen filtro por eso tienen una buena reputación.



B) Resultados de la dimensión Investigación del carácter

Tabla 7

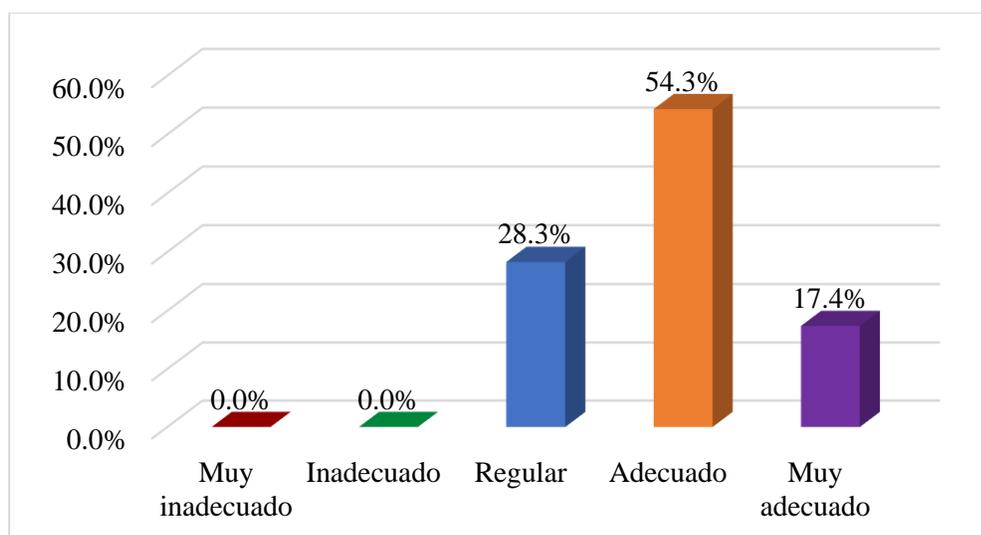
Investigación del carácter de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco – 2022

	<i>f</i>	<i>%</i>
Muy inadecuado	0	0.0%
Inadecuado	0	0.0%
Regular	13	28.3%
Adecuado	25	54.3%
Muy adecuado	8	17.4%
Total	46	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 2

Investigación del carácter de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco – 2022.



Interpretación y análisis:

En la dimensión “Investigación del carácter de los clientes”, se aprecia que el 28.3% de asesores de ventas y servicios lo consideran regular, el 54.3% lo consideran



adecuado y el 17.4% lo consideran muy adecuado. Se puede apreciar que los asesores de ventas y servicios realizan una investigación aceptable con los clientes, sin embargo, es necesario considerar que hay casi un 30 % que consideran que el trabajo se hace de forma regular al momento de investigar el carácter de los clientes.

C) **Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Investigación del carácter**

Tabla 8

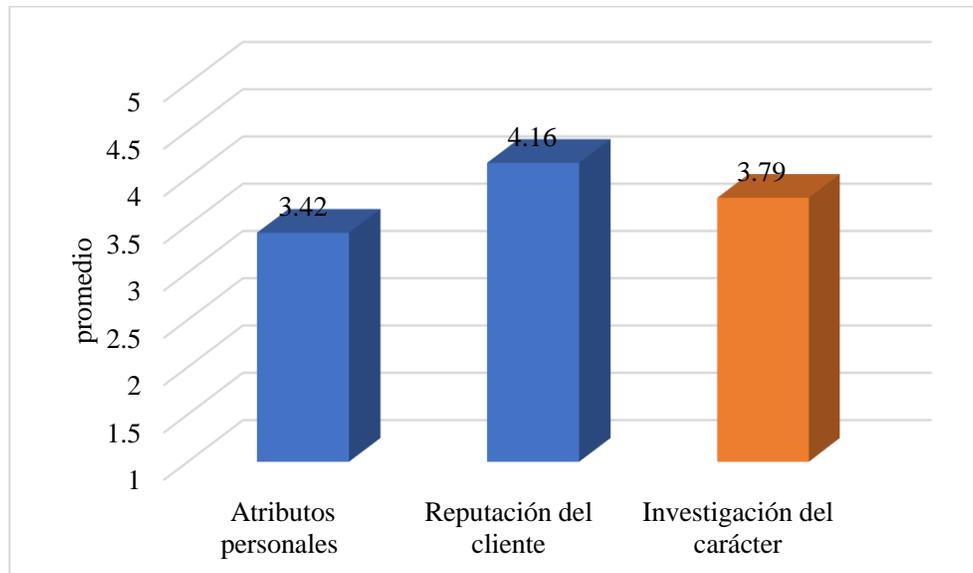
Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Investigación del carácter

	Promedio	Interpretación
Atributos personales	3.42	Adecuado
Reputación del cliente	4.16	Adecuado
Investigación del carácter	3.79	Adecuado

Fuente: Elaboración propia

Figura 3

Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Investigación del carácter.



Interpretación y análisis:

- Dentro de la escala de baremación se aprecia que el indicador “Atributos personales del cliente” obtuvo un promedio de 3.42 lo que la califica como adecuado.



- En el caso del indicador “Reputación del cliente”, se obtuvo un promedio de 4.16 catalogándose como adecuado.
- Finalmente, el promedio final para toda la dimensión “Investigación del carácter”, que involucra a todos los indicadores, obtuvo un promedio de 3.79 catalogándose como adecuada. Para esta ocasión la calificación es mayor que el promedio, pero falta por mejorar.

4.2.2 Investigación de la Capacidad de Pago

El objetivo fue describir la investigación de la capacidad de pago de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022, para lo cual se consideran los siguientes indicadores: Ingresos y Capacidad de reembolso del crédito.

A) Resultados de los indicadores de la dimensión Capacidad de pago

Tabla 9

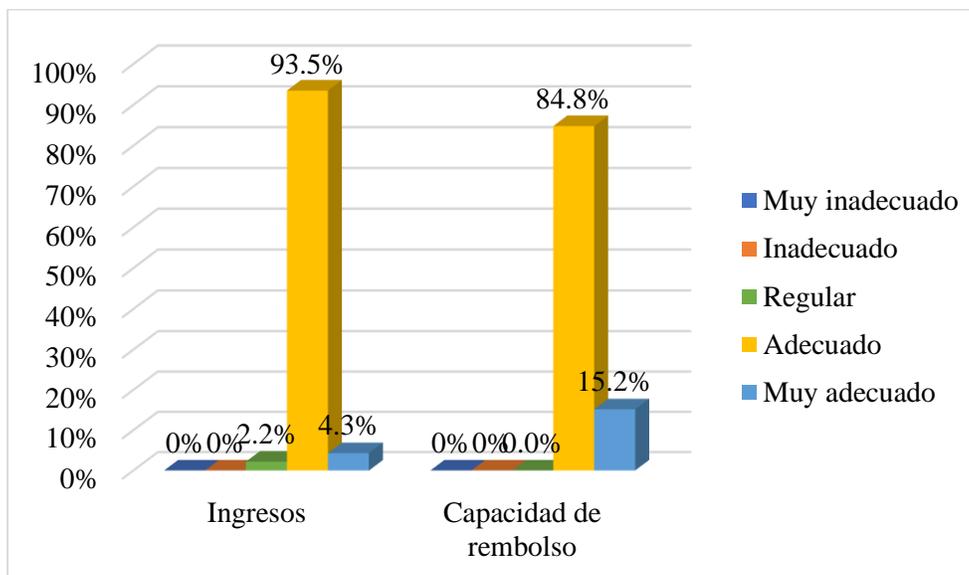
Indicadores de la dimensión capacidad de pago del crédito de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.

	Ingresos		Capacidad de reembolso	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Muy inadecuado	0	0.0%	0	0.0%
Inadecuado	0	0.0%	0	0.0%
Regular	1	2.2%	0	0.0%
Adecuado	43	93.5%	39	84.8%
Muy adecuado	2	4.3%	7	15.2%
Total	46	100.0%	46	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 4

Indicadores de la dimensión capacidad de pago del crédito de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.



Interpretación y análisis:

- En el indicador “Ingresos de los clientes”, se aprecia que el 2.2% de asesores de ventas y servicios lo consideran regular, el 93.5% lo consideran adecuado y el 4.3% lo consideran muy adecuado. Por lo evidenciado, hay un número muy elevado de asesores de ventas y servicios que consideran que este indicador se realiza de forma adecuada, por tanto, la tendencia a la realización de dicha actividad es positiva.
- En el indicador “Capacidad de reembolso de los clientes”, se observa que el 84.8% asesores de ventas y servicios lo consideran adecuado y el 15.2% lo consideran muy adecuado. Por lo visto, también la mayoría de los asesores de ventas y servicios consideran que el presente indicador se realiza de buena forma en el banco.



B) Resultados de la dimensión Capacidad de pago

Tabla 10

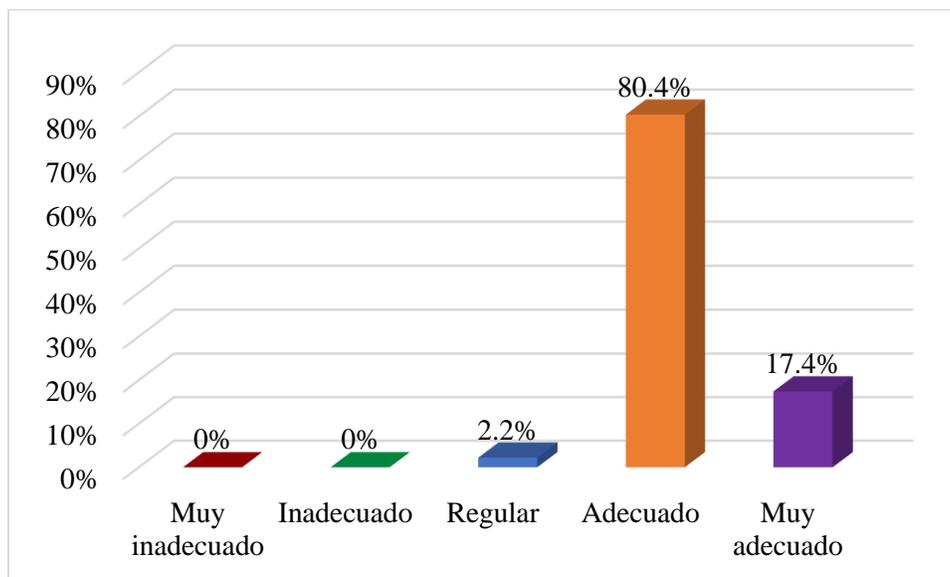
Capacidad de pago de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.

	<i>f</i>	<i>%</i>
Muy inadecuado	0	0.0%
Inadecuado	0	0.0%
Regular	1	2.2%
Adecuado	37	80.4%
Muy adecuado	8	17.4%
Total	46	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 5

Capacidad de pago de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.



Interpretación y análisis:

En la dimensión “Capacidad de pago de los clientes”, se aprecia que el 2.2% de asesores de ventas y servicios lo consideran regular, el 80.4% lo consideran adecuado y el 17.4% lo consideran muy adecuado. Se puede ver que los asesores de



ventas y servicios realizan una investigación con una eficiencia mayor a la del promedio con esta dimensión. Los clientes que capta el banco tienen buena capacidad de pago.

C) Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Capacidad de pago

Tabla 11

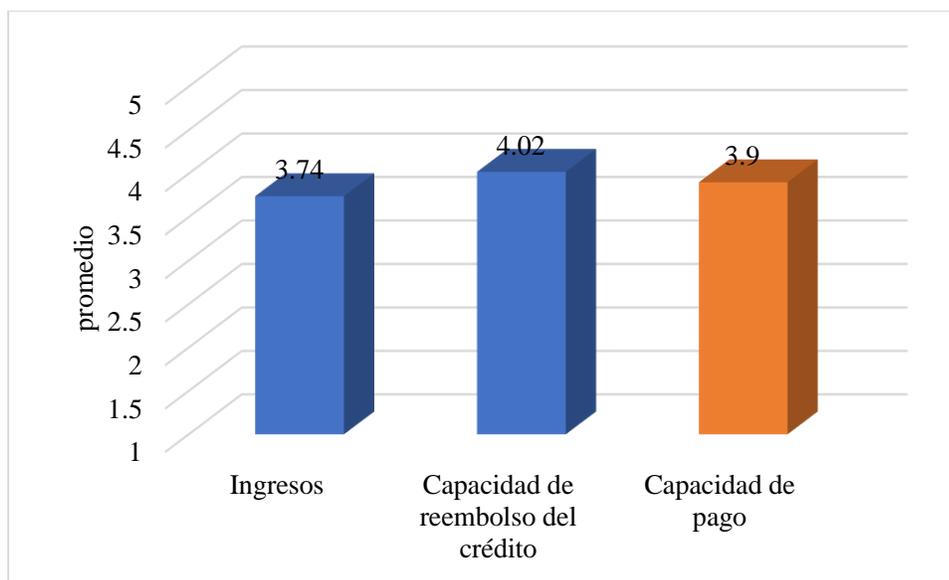
Comparación promedio de los indicadores de la dimensión capacidad de pago

	Promedio	Interpretación
Ingresos	3.74	Adecuado
Capacidad de reembolso del crédito	4.02	Adecuado
Capacidad de pago	3.90	Adecuado

Fuente: Elaboración propia

Figura 6

Comparación promedio de los indicadores de la dimensión capacidad de pago.



Interpretación y análisis:

- Dentro de la escala de baremación se puede apreciar que el indicador “Ingresos del cliente” obtuvo un promedio de 3.74 lo que la califica como adecuado.
- En el caso del indicador “Capacidad de reembolso del cliente”, se obtuvo un promedio de 4.02 catalogándose como adecuado.



- Finalmente, el promedio final para toda la dimensión “Capacidad de pago”, que involucra a todos los indicadores, obtuvo un promedio de 3.9 catalogándose como adecuada.

4.2.3 Capital

El objetivo fue describir cómo es la investigación del capital de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022, para lo cual se consideran los siguientes indicadores: Propiedad de activos y solvencia.

A) Resultados de los indicadores de la dimensión Capital de los clientes

Tabla 12

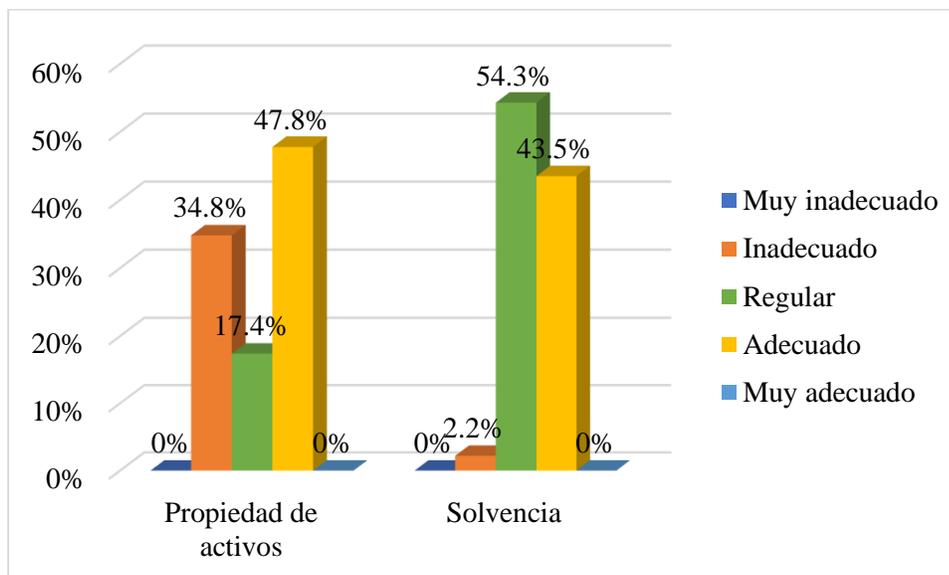
Indicadores de la dimensión capital de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco – 2022.

	Propiedad de activos		Solvencia	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Muy inadecuado	0	0.0%	0	0.0%
Inadecuado	16	34.8%	1	2.2%
Regular	8	17.4%	25	54.3%
Adecuado	22	47.8%	20	43.5%
Muy adecuado	0	0.0%	0	0.0%
Total	46	100.0%	46	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 7

Indicadores de la dimensión capital de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco – 2022.



Interpretación y análisis:

- En el indicador “Propiedad de activos de los clientes”, se aprecia que el 34.8% de asesores de ventas y servicios lo consideran inadecuado, el 17.4% de asesores lo consideran regular y el 47.8% lo consideran adecuado. Por lo expuesto, la investigación que se hace respecto a este indicador tiene un porcentaje elevado en hacerse de forma adecuada, pero el concepto de hacerse de forma regular e inadecuada es más del 50%.
- En el indicador “Solvencia de los clientes”, se observa que el 2.2% de asesores de ventas y servicios lo consideran inadecuado, el 54.3% lo consideran regular y el 43.5% lo consideran adecuado. Se observa que la cifra predominante es la que considera que la actividad se realiza de forma regular. En este caso la solvencia de los clientes al ser considerada en su mayoría como regular, hace que haya un peligro de endeudamiento.



B) Resultados de la dimensión Capital de los clientes

Tabla 13

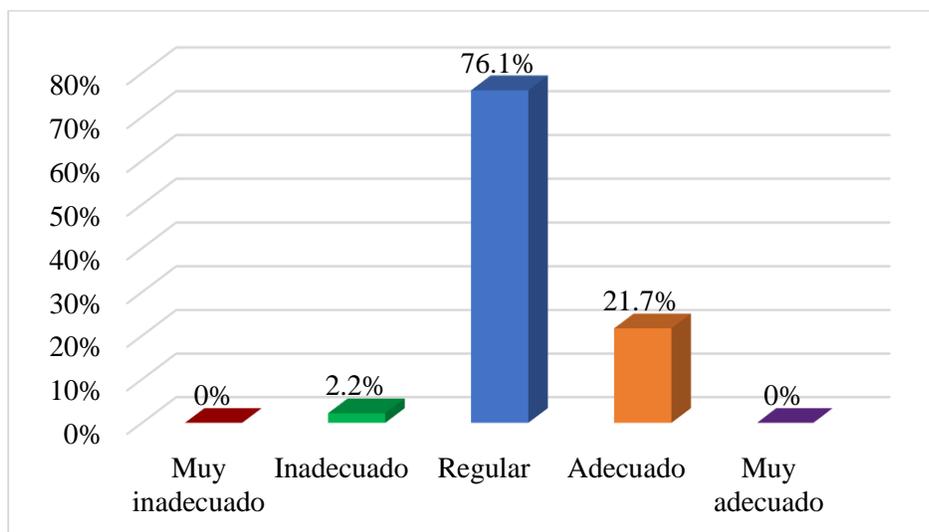
Capital de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.

	<i>f</i>	<i>%</i>
Muy inadecuado	0	0.0%
Inadecuado	1	2.2%
Regular	35	76.1%
Adecuado	10	21.7%
Muy adecuado	0	0.0%
Total	46	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 8

Capital de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco – 2022.



Interpretación y análisis:

En la dimensión “Capital de los clientes”, se aprecia que el 2.2% de asesores de ventas y servicios lo consideran inadecuado, el 76.1% lo consideran regular y el 21.7% lo consideran adecuado. Existe una cifra muy predominante que demuestra



que esta dimensión se desarrolla de forma regular, motivo para buscar la mejora. Se puede ver que los clientes no cuentan con mucho capital de respaldo para sus créditos.

C) Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Capital de los clientes

Tabla 14

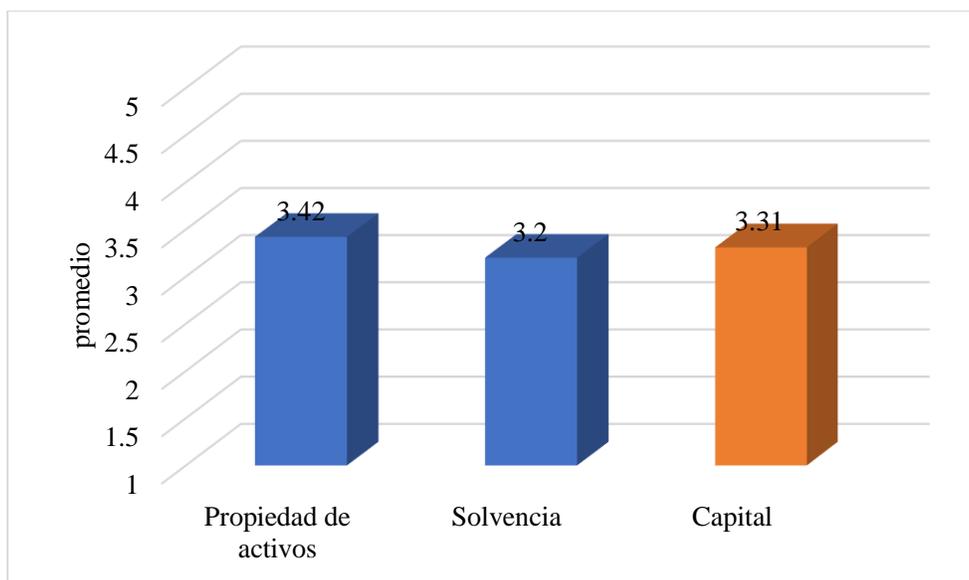
Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Capital de los clientes

	Promedio	Interpretación
Propiedad de activos	3.42	Adecuado
Solvencia	3.20	Regular
Capital	3.31	Regular

Fuente: Elaboración propia

Figura 9

Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Capital de los clientes.



Interpretación y análisis:

- Dentro de la escala de baremación se puede ver que el indicador “Propiedad de activos del cliente” obtuvo un promedio de 3.42 lo que la califica como adecuado.
- En el caso del indicador “Solvencia del cliente”, se obtuvo un promedio de 3.20 catalogándose como regular.



- Finalmente, el promedio final para toda la dimensión “Capital de los clientes”, que involucra a todos los indicadores, obtuvo un promedio de 3.31 catalogándose como regular. En términos generales se tendría que mejorar el estudio de esta dimensión.

4.2.4 Garantía Colateral

El objetivo fue describir cómo es la investigación de la garantía colateral de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022, para lo cual se consideran los siguientes indicadores: Garantías y arraigo.

A) Resultados de los indicadores de la dimensión Garantía colateral

Tabla 15

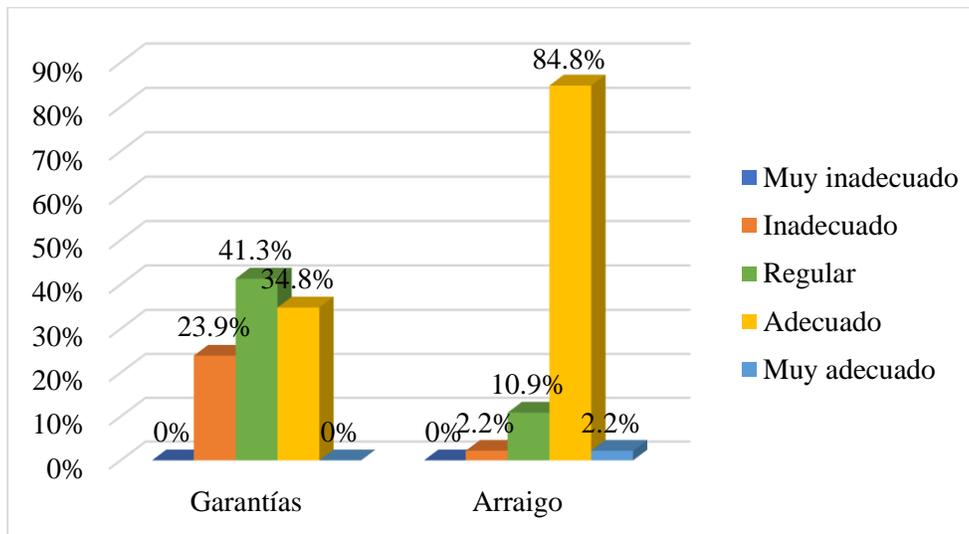
Indicadores de la dimensión la garantía colateral de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.

	Garantías		Arraigo	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Muy inadecuado	0	0.0%	0	0.0%
Inadecuado	11	23.9%	1	2.2%
Regular	19	41.3%	5	10.9%
Adecuado	16	34.8%	39	84.8%
Muy adecuado	0	0.0%	1	2.2%
Total	46	100.0%	46	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 10

Indicadores de la dimensión la garantía colateral de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.



Interpretación y análisis:

- En el indicador “Garantías de los clientes”, se aprecia que el 23.9% de asesores de ventas y servicios lo consideran inadecuado, el 41.3% de asesores lo consideran regular y el 34.8% lo consideran adecuado. Por lo mostrado, la investigación que se hace respecto a este indicador tiene un porcentaje más inclinado hacia lo regular e inadecuado, de modo que es necesario mejorarlo.
- En el indicador “Arraigo de los clientes”, se observa que el 2.2% de asesores de ventas y servicios lo consideran inadecuado, el 10.9% lo consideran regular, el 84.8% lo consideran adecuado y el 2.2% lo consideran muy adecuado. Es evidente que la cifra predominante es la que considera que la actividad se realiza de forma adecuada, pero hay porcentajes que faltan mejorar.

B) Resultados de la dimensión Garantía colateral

Tabla 16

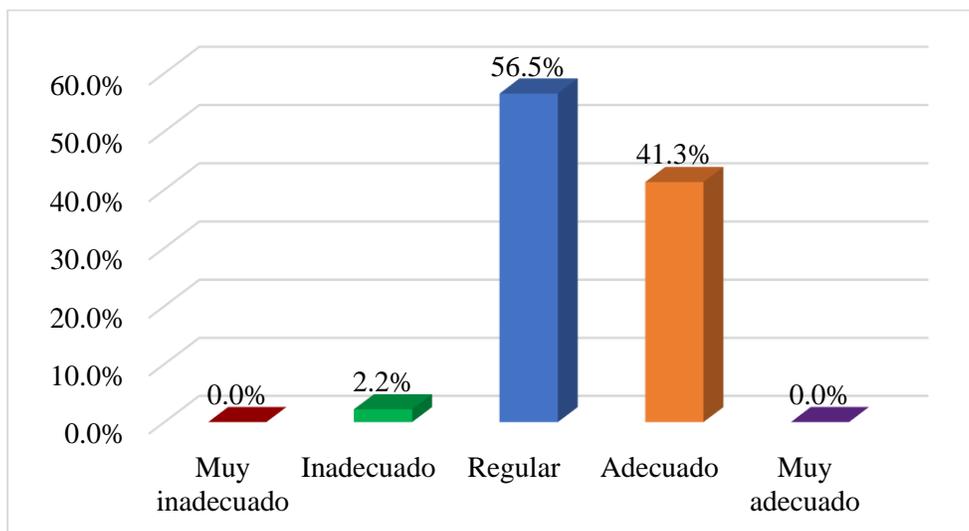
Garantía colateral de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.

	<i>f</i>	<i>%</i>
Muy inadecuado	0	0.0%
Inadecuado	1	2.2%
Regular	26	56.5%
Adecuado	19	41.3%
Muy adecuado	0	0.0%
Total	46	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 11

Garantía colateral de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.



Interpretación y análisis:

En la dimensión “Garantía colateral”, se aprecia que el 2.2% de asesores de ventas y servicios lo consideran inadecuado, el 76.1% lo consideran regular y el 21.7% lo consideran adecuado. Existe una cifra muy predominante que demuestra que esta dimensión se desarrolla de forma regular, motivo para buscar la mejora. Otra vez se observa que los clientes carecen de soporte suficientes para sus créditos.



C) Comparación promedio de los indicadores de la dimensión garantía colateral

Tabla 17

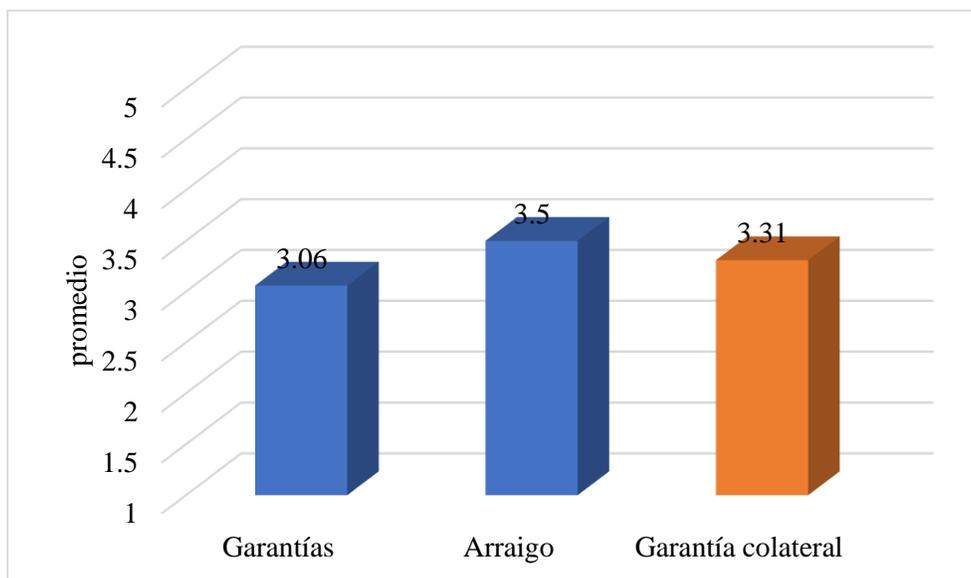
Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Garantía colateral

	Promedio	Interpretación
Garantías	3.06	Regular
Arraigo	3.50	Adecuado
Garantía colateral	3.31	Regular

Fuente: Elaboración propia

Figura 12

Comparación promedio de los indicadores de la dimensión garantía colateral.



Interpretación y análisis:

- Dentro de la escala de baremación se puede ver que el indicador “Garantías del cliente” obtuvo un promedio de 3.06 lo que la califica como regular.
- En el caso del indicador “Arraigo del cliente”, se obtuvo un promedio de 3.50 catalogándose como adecuado.
- Finalmente, el promedio final para toda la dimensión “Garantía Colateral de los clientes”, que involucra a todos los indicadores, obtuvo un promedio de 3.31 catalogándose como regular.



4.2.5 Condiciones de los Clientes

El objetivo fue describir cómo es la investigación de las condiciones de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022, para lo cual se consideran los siguientes indicadores: Tipos de negocios y situación económica.

A) Resultados de los indicadores de la dimensión Condiciones de los clientes

Tabla 18

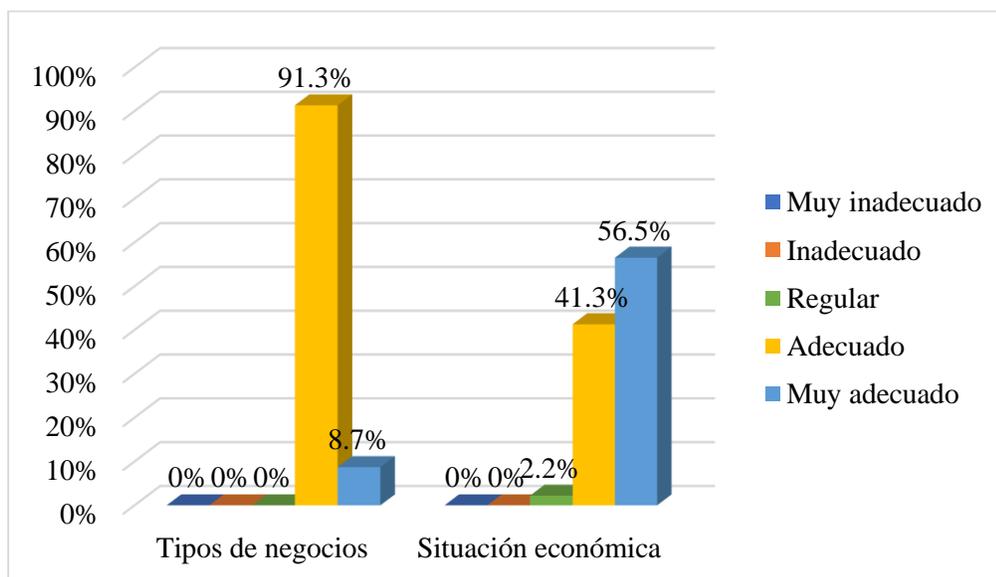
Indicadores de la dimensión las condiciones de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.

	Tipos de negocios		Situación económica	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Muy inadecuado	0	0.0%	0	0.0%
Inadecuado	0	0.0%	0	0.0%
Regular	0	0.0%	1	2.2%
Adecuado	42	91.3%	19	41.3%
Muy adecuado	4	8.7%	26	56.5%
Total	46	100.0%	46	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 13

Indicadores de la dimensión las condiciones de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.





Interpretación y análisis:

- En el indicador “Tipos de negocios de los clientes”, se aprecia que el 91.3% de asesores de ventas y servicios lo consideran adecuado y el 8.7% lo consideran muy adecuado. Se evidencia que hay una tendencia sustancial a un desempeño óptimo de los asesores de ventas y servicios en este indicador.
- En el indicador “Situación económica de los clientes”, se observa que el 2.2% de asesores de ventas y servicios lo consideran regular, el 41.3% lo consideran adecuado y el 56.5% lo consideran muy adecuado. También se observa una tendencia significativa a un desempeño positivo en el presente indicador.

B) Resultados de la dimensión Condiciones de los clientes

Tabla 19

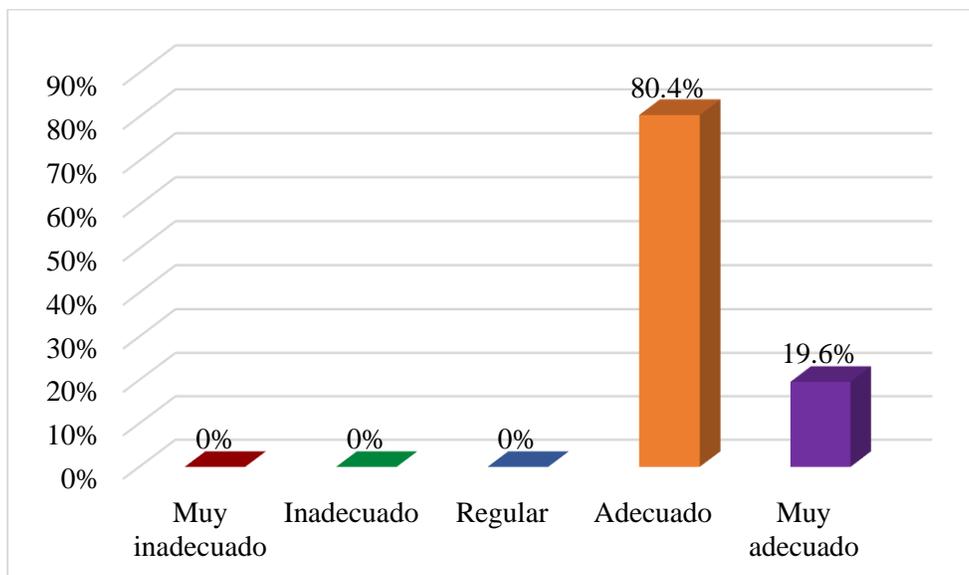
Condiciones de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.

	<i>f</i>	<i>%</i>
Muy inadecuado	0	0.0%
Inadecuado	0	0.0%
Regular	0	0.0%
Adecuado	37	80.4%
Muy adecuado	9	19.6%
Total	46	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 14

Condiciones de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.



Interpretación y análisis:

En la dimensión “Condiciones de los clientes”, se aprecia que el 80.4% de asesores de ventas y servicios lo consideran adecuado y el 19.6% lo consideran muy adecuado. En este caso se muestra una cifra elevada que indica que la dimensión se desarrolla de forma adecuada y el resto del porcentaje es muy adecuado. El estudio denota que en esta dimensión los asesores de ventas y servicios tienen un mejor desempeño en relación a otras dimensiones.

C) Comparación promedio de los indicadores de la dimensión condiciones de los clientes

Tabla 20

Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Condiciones de los clientes

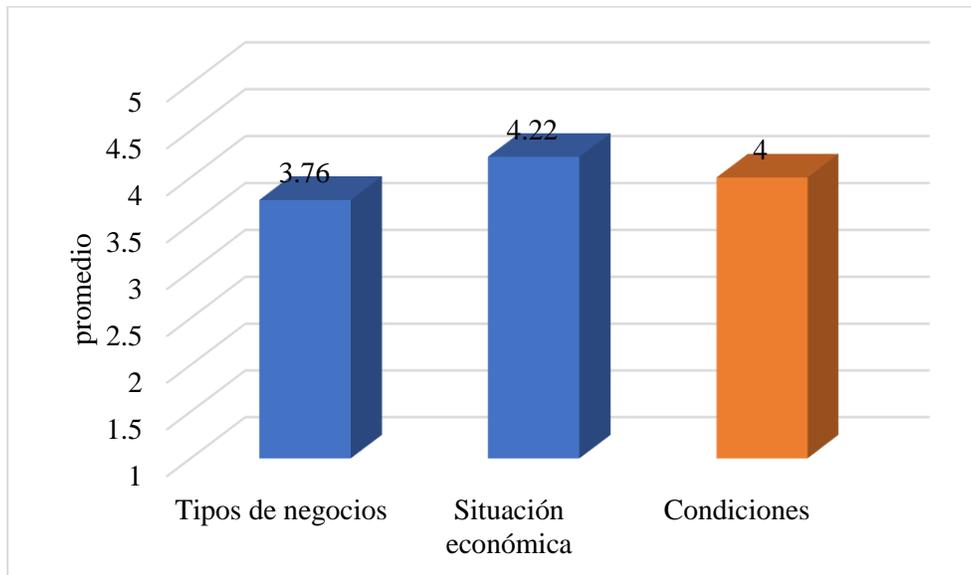
	Promedio	Interpretación
Tipos de negocios	3.76	Adecuado
Situación económica	4.22	Muy adecuado
Condiciones	4.00	Adecuado

Fuente: Elaboración propia



Figura 15

Comparación promedio de los indicadores de la dimensión condiciones de los clientes.



Interpretación y análisis:

- Dentro de la escala de baremación se puede ver que el indicador “Tipos de negocio del cliente” obtuvo un promedio de 3.76 lo que la califica como adecuado.
- En el caso del indicador “Situación económica del cliente”, se obtuvo un promedio de 4.22 catalogándose como muy adecuado.
- Finalmente, el promedio final para toda la dimensión “Condiciones de los clientes”, que involucra a todos los indicadores, obtuvo un promedio de 4.00 catalogándose como adecuada.



4.3 Resultado de la variable Investigación de Crédito

Tabla 21

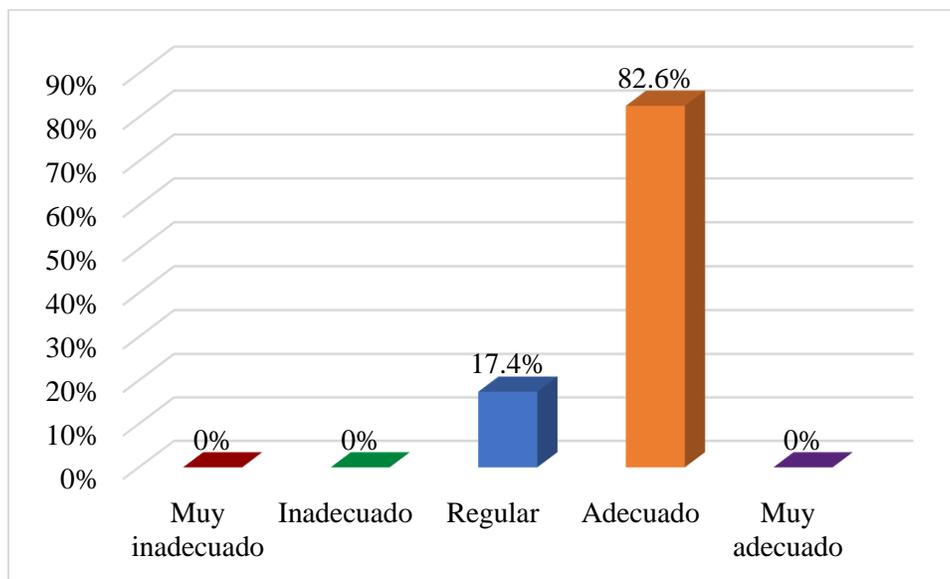
Investigación de crédito de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.

	<i>f</i>	<i>%</i>
Muy inadecuado	0	0.0%
Inadecuado	0	0.0%
Regular	8	17.4%
Adecuado	38	82.6%
Muy adecuado	0	0.0%
Total	46	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 16

Investigación de crédito de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.



Interpretación y análisis:

En la variable “Investigación de crédito”, se aprecia que el 17.4% de asesores de ventas y servicios lo consideran regular y el 82.6% lo consideran adecuado. Se puede evidenciar que la investigación se hace de forma adecuada por un amplio margen, pero hay



casi una quinta parte que considera que se hace de forma regular. Se puede deducir que se tiene que mejorar de todos modos porque todavía no se llega a un nivel de excelencia, algo que exige la institución financiera. En términos generales se podría deducir que los asesores de ventas y servicios hacen un buen filtro de los posibles prestatarios. También se podría deducir que el banco maneja políticas crediticias estrictas para no salir de los márgenes de morosidad. Sin embargo, una entidad como el Banco de Crédito maneja estándares altos de calidad en el otorgamiento de sus créditos y hay dimensiones que faltan ser mejoradas.

A) Comparación promedio de las dimensiones de la variable Investigación de crédito

Tabla 22

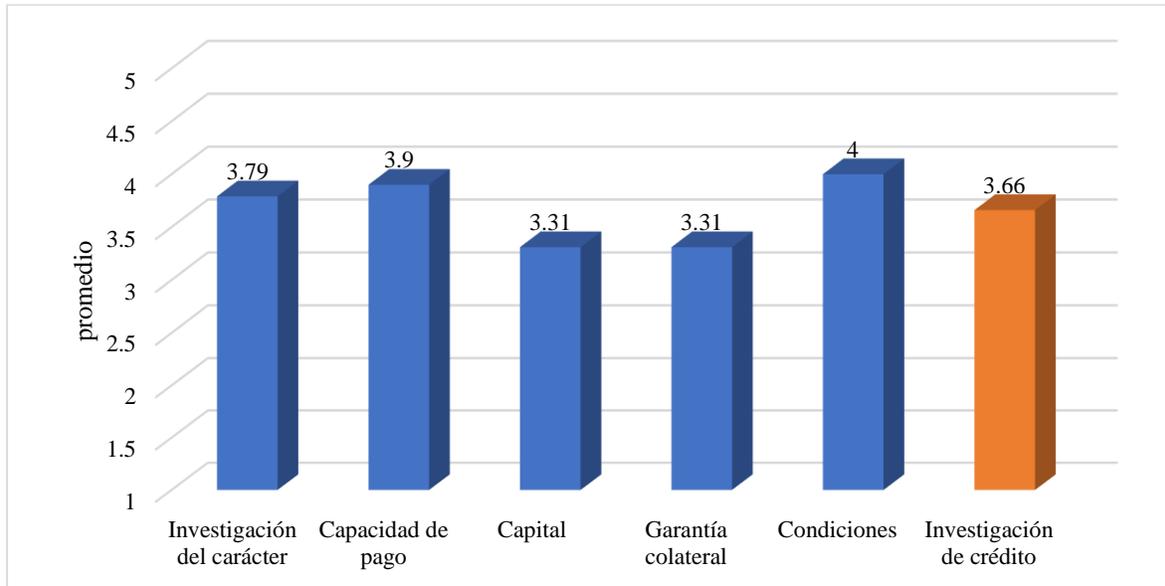
Comparación promedio de las dimensiones de la variable Investigación de crédito

	Promedio	Interpretación
Investigación del carácter	3.79	Adecuado
Capacidad de pago	3.90	Adecuado
Capital	3.31	Regular
Garantía colateral	3.31	Regular
Condiciones	4.00	Adecuado
Investigación de crédito	3.66	Adecuado

Fuente: Elaboración propia

Figura 17

Comparación promedio de las dimensiones de la variable Investigación de crédito.



Interpretación y análisis:

- Dentro de la escala de baremación se puede ver que la dimensión “Investigación del carácter del cliente” obtuvo un promedio de 3.79 lo que la califica como adecuada.
- En el caso de la dimensión “Capacidad de pago del cliente”, se obtuvo un promedio de 3.9 catalogándose como adecuada.
- En el caso de la dimensión “Capital del cliente”, se obtuvo un promedio de 3.31 catalogándose como regular.
- En el caso de la dimensión “Garantía colateral del cliente”, se obtuvo un promedio de 3.31 catalogándose como regular.
- En el caso de la dimensión “Condiciones del cliente”, se obtuvo un promedio de 4.00 catalogándose como adecuada.
- Finalmente, el promedio final para toda la variable “Investigación de crédito de los clientes”, que involucra a todos las dimensiones, obtuvo un promedio de 3.66 catalogándose como adecuada.



CAPÍTULO V:

DISCUSIÓN

5.1 Descripción de los Hallazgos Más Relevantes y Significativos

Dentro de los resultados se observa que las dimensiones que obtuvieron el promedio más bajo son “Capital de los clientes” y “Garantía Colateral de los clientes” ambas con un promedio de 3.31 catalogándose como regular. Estos promedios evidencian que no se viene desarrollando el trabajo en estas dos dimensiones de la mejor forma. Probablemente, al momento de hacer el estudio de la propiedad de activos de los clientes, no se revisa muy bien la documentación, o se da validez a documentos que no evidencian de forma contundente la propiedad de un activo. También se podría deber a que el cálculo para determinar los ingresos de los clientes no se hace de forma objetiva, sacando promedios que resultan al criterio del asesor en ese momento. Del mismo modo puede suceder con las garantías que presenta el cliente, no son lo suficientemente sólidas para la magnitud de préstamo que se solicita. Todo esto se puede deber a que el asesor de ventas y servicios tiene metas que cumplir, e intenta en la medida de lo posible ajustar la información de forma subjetiva.

La dimensión que tiene el mayor promedio es “Condiciones del cliente” la cual está catalogada como adecuada con un promedio de 4.00. El puntaje alto en función a la percepción del planteamiento del problema se puede deber a varios factores. Un factor determinante definitivamente ha sido el COVID19; al momento de visualizar la situación de los créditos que iban a la baja, no se avizoraba algo bueno, sin embargo, hubo una mejora en la economía, el gobierno brindó ayuda financiera a los negocios a punto de quebrar, en general el gobierno inyectó dinero a la economía y con ese dinero las empresas se robustecieron y las personas no perdieron sus empleos en muchos casos, conservando sus salarios. También se podría deber a que los hubo una alteración en los tipos de negocios que tienen mayor y menor rentabilidad; por ejemplo, había negocios muy rentables dentro del sector turismo, pero con la pandemia no tenían ingresos, y por otro lado, empresas dentro del rubro de alimentos y medicinas más bien tuvieron un alza en sus operaciones; por lo tanto, el momento de haber hecho la encuesta ha podido tener un impacto en los resultados.



Además, este promedio puede parecer alto, pero una entidad como el Banco de Crédito del Perú busca mantener estándares de calidad altos. Las razones de dicha calificación se pueden deber a que los asesores de ventas y servicios tienen un conocimiento más profundo de los tipos de trabajos que brindan mejores ingresos, por ende, pueden hacer un mejor juicio al respecto. También se puede deber a que los asesores tienen una buena capacidad de análisis de la coyuntura económica de ese momento y por ser un asunto que involucra no sólo al banco sino también al país, no se puede ser muy subjetivo en ese análisis.

5.2 Limitaciones del Estudio

La limitación más trascendente fue recoger la información. En algunos casos había alguna renuencia a responder porque la población de estudio pensaba que sus respuestas iban a ser revisadas por algún superior. Sin embargo, eso se pudo superar mostrando que la encuesta es anónima y que tiene propósitos netamente académicos.

Así mismo, por el hecho de que fue aplicada en todas las oficinas de la provincia del Cusco tomó más tiempo de lo previsto recolectar la información, pero finalmente se pudo encuestar a todos.

5.3 Comparación Crítica con la Literatura Existente

Al observar el trabajo de investigación “Análisis del crédito en las entidades financieras” de Cortes et al. (2017), se ha evidenciado que las investigaciones de créditos requieren un tiempo de respuesta rápido, pero sin descuidar la legalidad y veracidad de los documentos entregados, es ahí donde surge el inconveniente de manejar tiempos rápidos y al mismo tiempo hacer una verificación de información muy eficiente. Es por los motivos mencionados que ellos incurren en consecuencias negativas de un crédito mal otorgado. En la presente investigación se puede ver algo similar, en algunos casos se ha hecho una revisión rápida de la documentación que luego tiene consecuencias negativas para la institución y el asesor de ventas y servicios. Estas similitudes que se observan tanto en Colombia como en Perú se pueden deber a la presión laboral que tienen los empleados de las entidades financieras. Cada vez hay nuevas entidades que generan una competencia intensa y eso hace



que no se puedan ver reflejados en sus ventas. Se traslada esa presión a los empleados que en algunos casos cometen esas falencias en sus trabajos.

Comparando con el trabajo de investigación “Proceso de concesión de crédito grupal en la financiera compartamos S.A. Cusco - 2018” de Centeno (2019), se puede observar un 90.3% de colaboradores desempeñan su actividad de forma medianamente adecuada; es una cifra elevada que evidencia poca eficiencia en el desarrollo de sus funciones. Sin embargo, en la presente investigación hay una mayor tendencia a realizar las actividades de forma adecuada en los asesores. Esta diferencia se puede deber al tipo de crédito que se otorga. En el caso de crédito grupal, la documentación de respaldo del crédito es poca y mayormente subjetiva, regularmente un microempresario es garante de otro dentro del grupo formado y si uno de los empresarios tiene retrasos en sus pagos, perjudica al resto. En el caso de un banco como el BCP, hay un sistema más estructurado que hace que, con relación a ese tipo de crédito, se tenga que tener mayor respaldo para un crédito. Este hecho puede corroborar que con una mayor revisión documentaria se evita problemas con el pago de la deuda de los créditos.

5.4 Implicancias del Estudio

Las implicancias de la presente investigación en las entidades financieras son importantes. Las entidades pueden ver en qué dimensiones mejorar sus investigaciones de crédito, también ver cuáles dimensiones son realizadas de mejor forma, para plasmar esa buena labor en otras actividades. Así mismo, se puede utilizar las cifras como puntos referenciales para ir mejorando sus actividades con el tiempo.



CONCLUSIONES

1. La investigación de crédito en el Banco de Crédito del Perú se realiza de forma adecuada, en una escala de 1 a 5 tiene un promedio de 3.66. En la baremación su calificación es adecuada, pero se encuentra muy cerca de una calificación regular. La cifra muestra que hay aspectos positivos, pero en el banco falta mejorar la investigación de crédito. Los asesores de ventas y servicios deben mejorar la investigación de créditos en un trabajo conjunto con el banco, todo esto para tener una tendencia a la baja en la morosidad y generar mayor rentabilidad.
2. La investigación del carácter de los clientes es adecuada con un promedio de 3.79. El promedio demuestra que los asesores tienen un buen criterio para investigar los atributos personales de los clientes y solicitan de buena forma las recomendaciones a los clientes. A pesar de haberse observado inconvenientes en esa dimensión se concluye también que los clientes que maneja el banco tienen atributos personales óptimos. Sin embargo, falta mejorar dicha dimensión.
3. La investigación de la capacidad de pago de los clientes es adecuada con un promedio de 3.90. Esta cifra demuestra que los asesores miden de forma óptima los ingresos de los clientes y también que hay una mayor eficiencia en la investigación de la capacidad de liquidez que tiene el cliente para pagar sus letras de forma óptima. Los prestatarios que maneja el banco tienen mayormente buenos ingresos para asumir sus deudas incluso en épocas adversas financieramente hablando.
4. La investigación del capital de los clientes es regular con un promedio de 3.31. Dicho promedio evidencia que los asesores no están desarrollando la mejor labor en la investigación de la propiedad de activos de los clientes ni en la solvencia de dichos clientes. Hay una carencia en el manejo de información relacionada a la propiedad de activos. La información que se recaba de los clientes no es 100% veraz.
5. La investigación de la garantía colateral de los clientes es regular con un promedio de 3.31. Se evidencia que cuando un cliente solicita un crédito no se hace una investigación minuciosa de las garantías que presenta. También, no se está siendo muy minucioso al momento de



recabar la información de dónde vive el cliente, dónde trabaja, y por cuánto tiempo lo viene haciendo. Los clientes tienen alta rotación en sus lugares de residencia y sus centros laborales.

6. La investigación de las condiciones de los clientes es adecuada con un promedio de 4.00. Esta cifra es la más elevada, algo que denota que los asesores pueden hacer un análisis de la situación económica actual y a futuro para la investigación de un crédito. También hay un manejo aceptable del conocimiento del tipo de negocio que tienen mayores y menores márgenes de rentabilidad. Incluso en tiempos complicados de la economía en el país, los clientes asumen sus pagos de forma responsable.



RECOMENDACIONES

1. Respecto a la variable “Investigación de crédito” se sugiere al banco manejar de forma oficial una escala de calidad, aplicando la escala de la presente tesis, se puede generar metas a superar los siguientes meses, trimestres, semestres, etc. Por ejemplo, si se obtuvo un promedio de 3.66, se puede poner como meta llegar al promedio de 3.90 para el siguiente trimestre. Así mismo, en la medida que se hagan más evaluaciones, se puede ver en qué dimensiones se hace bien el trabajo o mal. De ese modo se pueden enfocar dónde priorizar esfuerzos. Se recomienda generar principios y valores para investigar un crédito, desde un servicio amable al cliente hasta manejo de documentación con la mayor veracidad posible.
2. Respecto a la investigación de carácter de los clientes, se sugiere al banco identificar a los asesores de ventas y servicios que tienen un mejor desempeño para que transmitan sus habilidades a los asesores que les falta mejorar. Esto se puede hacer mediante talleres oficiales y dejando por escrito los puntos a priorizar para un buen desempeño. Los asesores capacitadores pueden recibir como retribución una certificación que les pueda servir para ascensos futuros o también un bono económico por su buen desempeño en esta dimensión.
3. Con referencia a la capacidad de pago de los clientes se sugiere seguir con las buenas prácticas que se vienen haciendo, pero en la brecha que falta se sugiere manejar un procedimiento a seguir con documentación original sustentatoria para evitar inconvenientes con los ingresos y capacidad de reembolso de los clientes. Es necesario que se establezca un mayor número de meses a evaluar en el cliente para determinar los salarios promedios.
4. En función a la investigación del capital de los clientes se recomienda al banco que documente el procedimiento para tener menos inconvenientes con la propiedad de activos es necesario solicitar la mayor cantidad de activos posibles, incluso mayor a la proporción del préstamo solicitado. También es importante indagar más respecto a de dónde provienen sus ingresos para saber si su salario es de una entidad de prestigio.
5. Para la investigación de la garantía colateral de los clientes se recomienda al banco manejar una base de datos de los asesores que mejor hacen su investigación de las garantías y arraigo de los clientes, hacer un ranking de asesores cuyos préstamos otorgados han tenido menores



inconvenientes. Para este caso enfocarse en las garantías solicitadas y la investigación respecto a la antigüedad de un prestatario en su centro laboral, en función a ese ranking, buscar que se cometa menos errores en la investigación y otorgamiento de créditos.

6. En relación con las condiciones de los clientes, se sugiere que el banco elabore un documento donde se registre los márgenes de rentabilidad que tienen los negocios y empleados de determinadas empresas, y esa información se vaya actualizando periódicamente (por ejemplo, cada tres meses); todo eso con el fin de que nuevos asesores tengan ya información útil y rápida para hacer su investigación de forma eficiente. Así mismo, se puede relacionar información macroeconómica con épocas donde los préstamos han sido más exitosos. Por ejemplo, ver elementos como inflación, PIB, renta per cápita, índice de desempleo, etc. Esta información puede ser muy útil para ser más o menos flexible en determinadas temporadas respecto a los préstamos otorgados.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aliaga, B., & Chuquilin, D. (2019). *Mejora del proceso de investigación de solicitud de crédito y su incidencia en los tiempos de atención de crédito en un banco*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada Del Norte].
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/21336/Aliaga%20Rojas%20Bismarck%20David%20-%20Chuquilin%20Romero%20Deysi%20del%20Carmen.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Amadeo, A. (2013). *Determinación del comportamiento de las actividades de financiamiento de las pequeñas y medianas empresas*. [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de La Plata].
http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/36051/Documento_completo__.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Andina. (2022, 13 de octubre). *Portal de gestión de atención al cliente*. Andina.pe:
<https://andina.pe/agencia/noticia-en-los-ultimos-meses-se-reduce-indice-morosidad-los-peruanos-865366.aspx#:~:text=El%20C3%ADndice%20de%20morosidad%20a,de%201%20mill%C3%B3n%20de%20peruanos.>
- Aranda, G. (2020, 9 de Enero). *Atributos de la personalidad*. Lexgradibus.
<https://lexgradibus.com/atributos-de-la-personalidad/>
- Asociación libre Psicólogos. (2018, 14 de Mayo). *¿Qué son las cargas emocionales?*. Alclínica.
<https://www.alclinica.com/post/que-son-las-cargas-emocionales>
- Banco Central de Reserva del Perú. (2022). *Efectos del programa reactiva Perú sobre la morosidad del sistema financiero*. BCRP.



- Banco Mundial. (2022). *Informe sobre el desarrollo mundial 2022*. Bancomundial.org:
<https://www.bancomundial.org/es/publication/wdr2022/brief/chapter-2-resolving-bank-asset-distress>
- Becerra, L. (2015). *Gestión del departamento de créditos y cobranzas y su incidencia en los estados financieros de la cooperativa de ahorro y crédito guaranda ltda.- periodo 2013*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Técnica De Babahoyo].
<http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/1182/T-UTB-FAFI-CPA-000144.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Brachfield, P. (2009). *Gestión de crédito y cobro*. Bresca Profit.
- Caballero, F. (2020, 1 de Marzo). *Solvencia*. Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/solvencia.html>
- Centeno, C. (2019). *Proceso de concesión de crédito grupal en la financiera Compartamos S.A. Cusco - 2018*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Andina del Cusco].
https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/3028/Carlos_Tesis_bac_hiller_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chiang, M., Núñez, A., Martín, M. J., & Salazar, M. (2010). Compromiso del Trabajador hacia su organización y su relación con el clima organizacional: un análisis de género y edad. *Panorama Socioeconómico*, 28(40), 90-100.
<https://www.redalyc.org/pdf/399/39915685007.pdf>
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de recursos humanos*. Mc Graw Hill Educación.
- Chipana, Y. (2018). *Evaluación de la gestión crediticia en el otorgamiento de créditos en la financiera credinka agencia Yunguyo periodo 2015 - 2016*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional del Altiplano]. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/7275>



Concepto Definición. (2019, 18 de Julio). *Objetivo*. <https://conceptodefinicion.de/objetivo/>

Cortes, D., Romero, Y., & Serna, J. (2017). *Análisis del crédito en las entidades financieras*. [Tesis de Licenciatura, Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria]. <https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tda/175/analisis%20del%20credito%20en%20las%20entidades%20financieras.pdf?sequence=1>

De Jaime Eslava, J., & Gómez Cáceres, D. (2006). *Financiación internacional de la empresa*. Madrid: ESIC Editorial.

De La Cruz, S. F., & Muñoz, A. (2017). *Evaluación de crédito y su relación con la rentabilidad de la caja municipal de ahorro y crédito Arequipa, agencia Huaraz, 2016*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo]. http://repositorio.unasam.edu.pe/bitstream/handle/UNASAM/2006/T033_45685293_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Definición de. (2017, 20 de Febrero). *Aceptación*. <https://definicion.mx/aceptacion/>

Ettinger, R., & Golieb, D. (2009). *Crédito y cobranzas*. CECSA.

Fajardo, A., Torres, J., & Villena, J. (2016). *La cobranza para la recuperabilidad del capital de la cartera de clientes pymes del banco Interbank*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Inca Garcilaso de la Vega]. <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1428/%20tesis%20fajardo%20c%20torres%20y%20villena.pdf?sequence=1&isallowed=y>

Gil, S. (2020, 1 de Marzo). *Reputación*. Economipedia. <https://definicion.de/reputacion/>

Gómez, J. (2019). *Propuesta de manual de control interno en área de cartera vencida para determinar falencias de cobranza de la cooperativa Salinas Limitada*. [Tesis de



- Licenciatura, Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología].
https://rraae.cedia.edu.ec/Record/ITB_6517460955dffdf5d961e0eda2013ae
- Haro, L. (2014, 9 de Junio). *Prezi*. Recuperado el 2 de Noviembre de 2020, de Crédito:
<https://prezi.com/ao9nyqxgzvek/credito/%20haro>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGraw Hill. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hidalgo, E. (2010). *Influencia del control interno en la gestión de créditos y cobranzas en una empresa de servicios de pre-prensa digital en Lima cercado*. [Tesis de Licenciatura, Universidad de San Martín de Porres].
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/363/hidalgo_ev.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Levy, L. (2009). *Planeación financiera en la empresa moderna*. Ediciones Fiscales ISEF.
- Mamani, E. (2018). *Evaluación del proceso de crédito otorgado a micro empresas y los índices de morosidad de la caja municipal de ahorro y crédito Cusco S.A. Agencia Dos de Mayo Sicuani periodo 2017*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Andina del Cusco].
https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/2512/Elvaluz_Tesis_bachelor_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Maslow, A. (1964). *Religions, Values and Peak-experiences*. Ohio: Ohio State University Press.
- Máynez, A., & Cavazos, J. (2014). ¿Permanecer o abandonar? Análisis de variables discriminatorias en una organización no lucrativa en México. *Nova Scientia*, 7(13), 470-494. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=203332667023>
- Mis abogados. (2021, 29 de Marzo). *Mis abogados*. <https://www.misabogados.com/cobranza-judicial-y-extrajudicial>



Monroy, A. (2013, 15 de Octubre). *Cobranza inteligente y efectiva*.

<https://es.slideshare.net/heribertito/cobranzas-inteligentes-y-efectivas>

Montes de Oca, J. (2020, 1 de Marzo). *Economipedia*.

<https://economipedia.com/definiciones/credito.html>

Morales, J., & Morales, A. (2014). *Crédito y cobranza*. Grupo Editorial Patria.

<https://tavapy.gov.py/biblioteca/wp-content/uploads/2022/05/Morales-Castro-J-Credito-y-cobranza.pdf>

Newstrom, J. (2011). *Comportamiento humano en el trabajo*. México: McGraw Hill/Interamericana Editores.

Pedrosa, S. (2020, 1 de junio). *Reembolso*. Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/reembolso.html>

Pérez, J., & Gardey, A. (2015, 15 de Marzo). *Definición*. <https://definicion.de/resultado/>

Pérez, J., & Merino, M. (19 de Octubre de 2013). *Iniciativa*. Definición.

<https://definicion.de/iniciativa/>

Pérez, J., & Merino, M. (2022, 22 de Julio). *Reputación*. Definición.

<https://definicion.de/reputacion/>

Pérez, N., & Pérez, M. (2019). *Evaluación crediticia y morosidad en clientes de mibanco, oficina principal Cusco 2019*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Andina del Cusco].

https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/3319/Manuel_Nuria_Tesis_bachiller_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Real Academia Española. (2014, 1 de Diciembre). *Creencia*. RAE. <https://dle.rae.es/creencia>

Real Academia Española. (2014, 1 de Diciembre). *Valor*. RAE. <https://dle.rae.es/valor>

Real Academia Española. (2022, 1 de enero). *Arraigar*. RAE: <https://dle.rae.es/arraigar>



- Riquelme, M. (2017, 26 de Junio). *Diferencia entre ética y moral*. Web y Empresas.
<https://www.webyempresas.com/diferencia-entre-etica-y-moral/>
- Robbins, S., & Judge, T. (2009a). *Comportamiento organizacional*. Pearson Educación.
- Robbins, S., & Judge, T. (2013b). *Comportamiento Organizacional*. Mexico: PEARSON.
- Roldán, P. N. (2019, 03 de Enero). *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/ratios-de-rentabilidad.html>
- S.B.S. (2008, 19 de Noviembre). *Superintendencia de banca, seguros y administradoras privadas de pensiones*.
https://www.sbs.gob.pe/Portals/0/jer/Auto_Nuevas_Empresas/Sistema_Financiero/8.%20Reg.%20para%20la%20Evaluaci%C3%B3n%20y%20Clasificaci%C3%B3n%20del%20Deudor_Res.%20SBS%20N%C2%B0%2011356-2008.pdf
- Sevilla, A. (2017, 1 de Octubre). *Productividad*. Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/productividad.html>
- Sevilla, A. (2020, 1 de marzo). *Acreedor*. Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/acreedor.html>
- Sevilla, A. (2020, 1 de Marzo). *Deudor*. Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/deudor.html>
- Sevilla, A. (2020, 1 de Marzo). *Rentabilidad*. Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/rentabilidad.html>
- Sevilla, A., & Pedrosa, S. (2019, 2 de Mayo). *Dinero*. Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/dinero.html>
- Shandrow, K. L. (2017, 10 de Abril). *Entrepreneur*. <https://www.entrepreneur.com/article/268974>
- Significados. (2016, 1 de julio). *Fidelidad*. Significados. <https://www.significados.com/fidelidad/>



Significados. (2018, 29 de Diciembre). *Esfuerzos*. Significados.com
<https://www.significados.com/esfuerzo/>

Stanford, J. (2017). Activos: Propiedades, planta y equipo y activos intangibles. *IV Foro de Contadurías Gubernamentales de América Latina*.

Tena, J., & Villanueva, R. (2010). Satisfacción laboral y compromiso institucional de los docentes de posgrado. *Revista electrónica Diálogos Educativos*, 10(19), 119-130.
<http://revistas.umce.cl/index.php/dialogoseducativos/article/view/1099/1111>

Ucha, F. (2010, 1 de Abril). *Reconocimiento*. Definición ABC.
<https://www.definicionabc.com/general/reconocimiento.php>

Universidad del Pacífico. (2022, 7 de Noviembre).
<https://admission.up.edu.pe/blog/2022/11/07/por-que-es-importante-estudiar-economia%EF%BF%BC/#:~:text=La%20econom%C3%ADa%20forma%20parte%20de,la%20energ%C3%ADa%20y%20el%20medioambiente.>

Vargas, A. (2016). *La gestión en la colocación de créditos y su efecto en la rentabilidad en la empresa mibanco agencia Chepen – periodo 2016*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo].
http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/11402/vargasgallardo_alicia.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vroom, V. (1964). *Work and Motivation*. New York: Jhon Wiley & Sons.

Westreicher, G. (2020, 1 de Abril). *Garantías*. Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/garantias.html>

Westreicher, G. (2020, 1 de Abril). *Tipos de negocios*. Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-negocios.html>



WordReference. (2005, 12 de Enero). *Interesante*. Wordreference
<https://www.wordreference.com/definicion/interesante>

Yanez, D. (2018, 5 de Enero). *Valores económicos*. Lifeder. <https://www.lifeder.com/valores-economicos/>



ANEXOS



ANEXO 1

Matriz de Consistencia

Título: “Investigación de Crédito de los Asesores de Ventas y Servicios en las Agencias del Banco de Crédito del Perú, Provincia Cusco – 2022”

PROBLEMAS	OBJETIVOS	VARIABLES/ DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p>Problema general ¿Cómo es la investigación de crédito de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022?</p>	<p>Objetivo general Describir cómo es la investigación de crédito de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.</p>	<p>V1: Investigación de Crédito</p> <ul style="list-style-type: none"> • La • Carácter • Capacidad • Capital • Colateral • Condiciones 	<p>Tipo: Básica</p> <p>Enfoque: Cuantitativa</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Alcance: Descriptivo</p> <p>Población: 46 asesores de ventas y servicios</p> <p>Muestra censal: 46 asesores de ventas y servicios.</p>
<p>Problemas específicos</p> <p>a) ¿Cómo es la investigación del carácter de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022?</p> <p>b) ¿Cómo es la investigación de la capacidad de pago de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022?</p> <p>c) ¿Cómo es la investigación del capital de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022?</p> <p>d) ¿Cómo es la investigación de la garantía colateral de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022?</p> <p>e) ¿Cómo es la investigación de las condiciones de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022?</p>	<p>Objetivos específicos</p> <p>a) Describir cómo es la investigación del carácter de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.</p> <p>b) Describir cómo es la investigación de la capacidad de pago de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.</p> <p>c) Describir cómo es la investigación del capital de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.</p> <p>d) Describir cómo es la investigación de la garantía colateral de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.</p> <p>e) Describir cómo es la investigación de las condiciones de los clientes de los asesores de ventas y servicios en las agencias del Banco de Crédito del Perú, provincia de Cusco - 2022.</p>		



ANEXO 2

Matriz del Instrumento para la recolección de datos

Título: “Investigación de Crédito de los Asesores de Ventas y Servicios en las Agencias del Banco de Crédito del Perú, Provincia Cusco – 2022”

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	PESO	N°	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
Variable: Investigación del crédito	1.1. Carácter	Atributos personales	20.00%	1	Los atributos personales (cualidades) del cliente en la evaluación crediticia son documentados de forma muy verdadera	Escala de LIKERT: 5. Siempre 4. Casi siempre 3. A veces 2. Casi nunca 1. Nunca
				2	Se solicita al cliente alguna carta de recomendación emitida por una persona de prestigio que avale por la integridad de dicho cliente	
		Reputación del cliente		3	Se toma en cuenta la evaluación que tenga el cliente con otras instituciones financieras	
				4	El historial crediticio del cliente se respeta al 100% para darle un crédito	
	1.2. Capacidad	Ingresos	20.00%	5	Los ingresos que se registra para que el cliente solicite un crédito son siempre fidedignos	
				6	Se respeta los límites de montos de crédito a otorgar en función a los ingresos de los clientes	
		Capacidad de reembolso del crédito		7	La evaluación de la capacidad de reembolso del cliente se hace de forma minuciosa, cumpliendo todos los requerimientos	
				8	La capacidad de reembolso del cliente que se registra es siempre veraz	
	1.3. Capital	Propiedad de activos	20.00%	9	Los clientes presentan activos de respaldo (bienes muebles o inmuebles) para sacar sus créditos	
				10	Se le otorga el crédito al cliente sólo si se comprueba que los activos presentados de respaldo son de su exclusiva propiedad	



		Solvencia		11	Para dar un crédito siempre se les pide a los clientes ingresos estables que demuestren confianza
				12	Los clientes a quienes se les otorga créditos siempre tienen más ingresos que deudas
	1.4. Colateral	Garantías	20.00%	13	Siempre se le exige garantías al cliente para el pago de su crédito
				14	Las garantías que se considera para un préstamo son totalmente verdaderas
		Arraigo		15	La información respecto al periodo que viene laborando el cliente en su centro de trabajo es siempre fidedigna
				16	La información respecto al lugar donde vive el cliente es siempre corroborada
	1.5. Condiciones	Tipo de negocio	20.00%	17	Siempre se considera que hay tipos de trabajos y de negocios que brindan mejores ingresos que otros al momento de otorgar un crédito
				18	Cuando un cliente solicita un préstamo, el asesor de ventas siempre es veraz al indicar que el ingreso del cliente es estable
		Situación económica		19	Para otorgar un crédito se analiza la situación y contexto económico del país con el fin de proyectar una situación económica buena o mala del cliente
				20	A pesar de una situación económica difícil, el asesor de ventas es siempre honesto con la información recogida del cliente
			100.00%	20	



ANEXO 3

Procedimiento de la Baremación

La presente investigación utilizó la escala de medida para medir cada uno de los ítems:

Escala de medida	Valor
Nunca	1
Casi nunca	2
A veces	3
Casi siempre	4
Siempre	5

Promedio máximo de los ítems del instrumento:

Promedio mínimo de los ítems instrumento:

Rango:

Amplitud:

Construcción de la Baremación:

Promedio	Escala de Interpretación
1,00 – 1,80	Muy inadecuado
1,81 – 2,60	Inadecuado
2,61 – 3,40	Regular
3,41 – 4,20	Adecuado
4,21 – 5,00	Muy adecuado



ANEXO 4

Tablas descriptivas por preguntas

DIMENSIÓN 1. CARÁCTER

CARÁCTER	Nunca		Casi Nunca		A veces		Casi Siempre		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
	1 Los atributos personales (cualidades) del cliente en la evaluación crediticia son documentados de forma muy verdadera	0	0.0%	0	0.0%	11	23.9%	17	37.0%	18
2 Se solicita al cliente alguna carta de recomendación emitida por una persona de prestigio que avale por la integridad de dicho cliente	0	0.0%	45	97.8%	1	2.2%	0	0.0%	0	0.0%
3 Se toma en cuenta la evaluación que tenga el cliente con otras instituciones financieras	0	0.0%	1	2.2%	6	13.0%	28	60.9%	11	23.9%
4 El historial crediticio del cliente se respeta al 100% para darle un crédito	0	0.0%	0	0.0%	4	8.7%	26	56.5%	16	34.8%

DIMENSIÓN 2. CAPACIDAD

CAPACIDAD	Nunca		Casi Nunca		A veces		Casi Siempre		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
	5 Los ingresos que se registra para que el cliente solicite un crédito son siempre fidedignos	0	0.0%	0	0.0%	5	10.9%	38	82.6%	3
6 Se respeta los límites de montos de crédito a otorgar en función a los ingresos de los clientes	0	0.0%	0	0.0%	24	52.2%	20	43.5%	2	4.3%
7 La evaluación de la capacidad de reembolso del cliente se hace de forma minuciosa, cumpliendo todos los requerimientos	0	0.0%	0	0.0%	8	17.4%	34	73.9%	4	8.7%
8 La capacidad de reembolso del cliente que se registra es siempre veraz	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	40	87.0%	6	13.0%

DIMENSION 3. CAPITAL

CAPITAL	Nunca		Casi Nunca		A veces		Casi Siempre		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
	9 Los clientes presentan activos de respaldo (bienes muebles o inmuebles) para sacar sus créditos	0	0.0%	18	39.1%	28	60.9%	0	0.0%	0
10 Se le otorga el crédito al cliente sólo si se comprueba que los activos presentados de respaldo son de su exclusiva propiedad	0	0.0%	0	0.0%	22	47.8%	23	50.0%	1	2.2%
11 Para dar un crédito siempre se les pide a los clientes ingresos estables que demuestren confianza	0	0.0%	1	2.2%	31	67.4%	14	30.4%	0	0.0%
12 Los clientes a quienes se les otorga créditos siempre tienen más ingresos que deudas	0	0.0%	0	0.0%	40	87.0%	6	13.0%	0	0.0%



DIMENSIÓN 4. COLATERAL

COLATERAL	Nunca		Casi Nunca		A veces		Casi Siempre		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	
	13 Siempre se le exige garantías al cliente para el pago de su crédito	0	0.0%	31	67.4%	15	32.6%	0	0.0%	0
14 Las garantías que se considera para un préstamo son totalmente verdaderas	0	0.0%	1	2.2%	10	21.7%	32	69.6%	3	6.5%
15 La información respecto al periodo que viene laborando el cliente en su centro de trabajo es siempre fidedigna	0	0.0%	0	0.0%	3	6.5%	43	93.5%	0	0.0%
16 La información respecto al lugar donde vive el cliente es siempre corroborada	0	0.0%	4	8.7%	36	78.3%	5	10.9%	1	2.2%

DIMENSIÓN 5. CONDICIONES

CONDICIONES	Nunca		Casi Nunca		A veces		Casi Siempre		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	
	17 Siempre se considera que hay tipos de trabajos y de negocios que brindan mejores ingresos que otros al momento de otorgar un crédito	0	0.0%	0	0.0%	21	45.7%	21	45.7%	4
18 Cuando un cliente solicita un préstamo, el asesor de ventas siempre es veraz al indicar que el ingreso del cliente es estable	0	0.0%	0	0.0%	6	13.0%	39	84.8%	1	2.2%
19 Para otorgar un crédito se analiza la situación y contexto económico del país con el fin de proyectar una situación económica buena o mala del cliente	0	0.0%	0	0.0%	18	39.1%	27	58.7%	1	2.2%
20 A pesar de una situación económica difícil, el asesor de ventas es siempre honesto con la información recogida del cliente	0	0.0%	0	0.0%	1	2.2%	7	15.2%	38	82.6%