

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES



**“PROTECCION AL CLIENTE Y SU INFLUENCIA EN LA
TASA DE MOROSIDAD DE MI BANCO AG PUNO 2015”**

TESIS

PRESENTADA POR:

BACH: YENNIFER IRENE VILCA CARBAJAL

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

PUNO - PERÚ

2016

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANOFACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES**“PROTECCION AL CLIENTE Y SU INFLUENCIA EN LA TASA DE
MOROSIDAD DE MI BANCO AG PUNO 2015”****TESIS PRESENTADA POR:****BACH: YENNIFER IRENE VILCA CARBAJAL****PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
CONTADOR PÚBLICO****FECHA DE SUSTENTACIÓN 6 DE DICIEMBRE DEL 2016****APROBADO POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:**

PRESIDENTE

:



Dr. DAVID MOISES GALIZAYA ZEVALLOS

PRIMER MIEMBRO

:



M.Sc. AMERICO ROJAS APAZA

SEGUNDO MIEMBRO

:



C.P.C. OMAR JESUS QUISPE CHOQUE

DIRECTOR DE TESIS

:



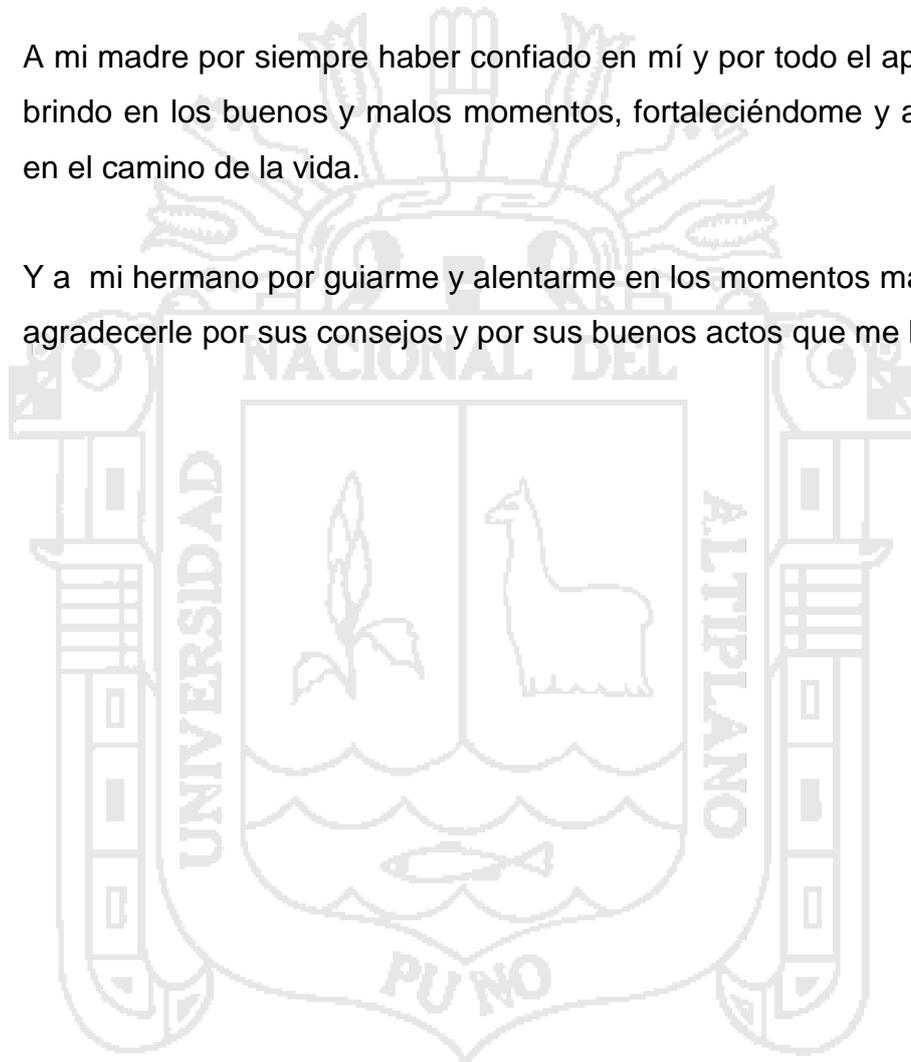
M.Sc. HUGO FREDY CONDORI MANZANO

TEMA: FINANZAS PÚBLICAS Y PRIVADAS

AREA: MOROSIDAD FINANCIERA Y PROTECCION AL CLIENTE

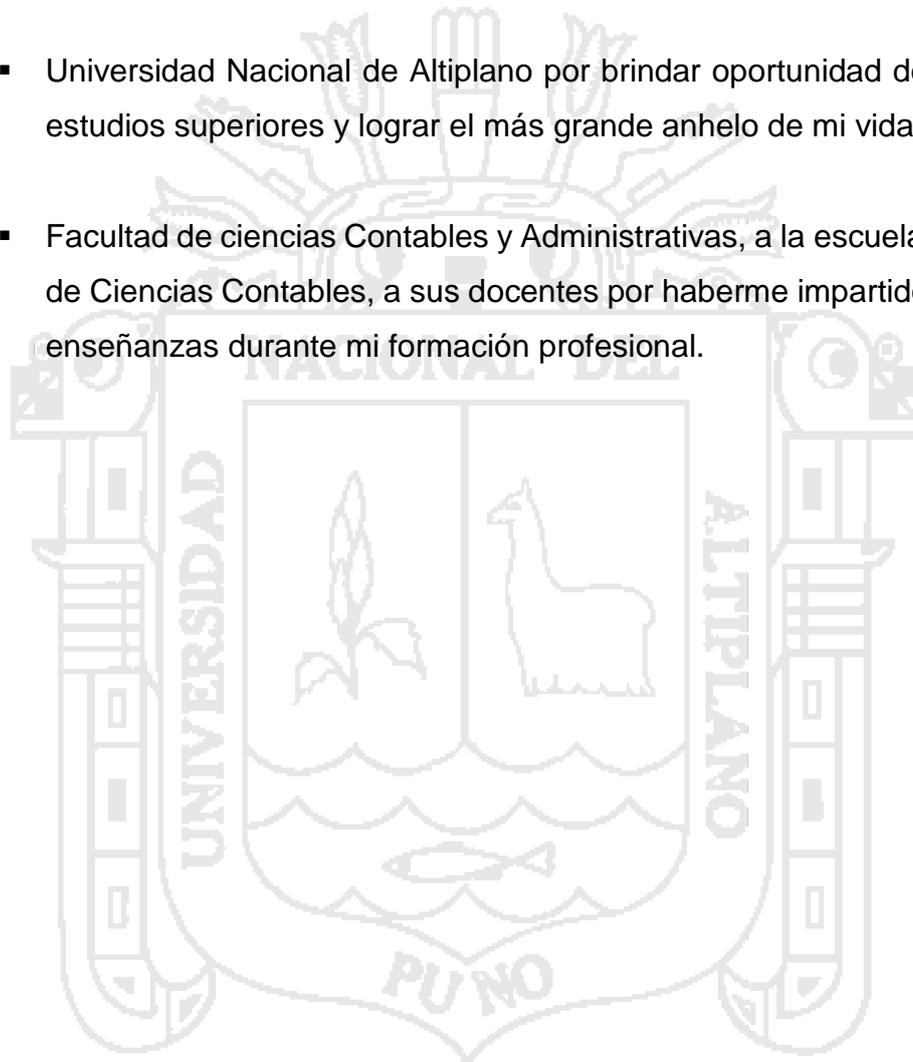
DEDICATORIA

- A mi madre por siempre haber confiado en mí y por todo el apoyo que me brindo en los buenos y malos momentos, fortaleciéndome y alentándome en el camino de la vida.
- Y a mi hermano por guiarme y alentarme en los momentos más difíciles, agradecerle por sus consejos y por sus buenos actos que me brindo



AGRADECIMIENTO

- Universidad Nacional de Altiplano por brindar oportunidad de seguir mis estudios superiores y lograr el más grande anhelo de mi vida estudiantil.
- Facultad de ciencias Contables y Administrativas, a la escuela profesional de Ciencias Contables, a sus docentes por haberme impartido sus sabias enseñanzas durante mi formación profesional.



INDICE GENERAL

Resumen.....	XII
Abstrac.....	XIII
I. Introducción.....	1
II. Revisión de Literatura.....	3
2.1.1 La intermediación financiera.....	3
2.1.2 La actividad crediticia.....	3
2.1.3 MI BANCO Banco de la Microempresa.....	4
2.1.4 Proceso de otorgamiento de préstamos en MI BANCO.....	4
2.1.5 Inversión de préstamos de MI BANCO.....	5
2.1.6 Cumplimiento de pago en préstamos.....	7
2.1.7 La Protección al cliente.....	7
2.1.8 Protección al cliente en las microfinanzas.....	8
2.1.9 Principios de protección al cliente en la microfinanzas.....	8
2.1.10 Formas de protección al cliente en las microfinanzas.....	8
2.1.11 Orientación empresarial y al ahorro.....	9
2.1.12 Finalidad de Proteger a clientes.....	10
2.1.13 Ventajas de protección al cliente.....	10
2.1.14 Inconvenientes de la protección al cliente.....	10
2.1.15 Elementos de la protección al cliente en las microfinanzas.....	10
2.1.16 La Morosidad.....	11

2.1.17 Modalidades de morosidad.....	12
2.1.18 El hábito de incumplir un pago.....	13
2.1.19 Factores de la morosidad crediticia.....	14
2.1.20 Factores incidentes en la morosidad crediticia.....	14
2.1.21 Recuperación del capital otorgado de las financieras.....	15
III. Materiales y Métodos.....	16
3.1.1 La población.....	16
3.1.2 Muestra.....	16
3.1.3 Instrumentos de recolección de datos.....	18
3.2 Métodos a utilizar.....	19
IV Resultados y Discusión.....	20
Discusión de Resultados.....	53
VI Recomendación.....	56
VII Referencias.....	57
Anexos.....	59

ÍNDICE DE FIGURAS

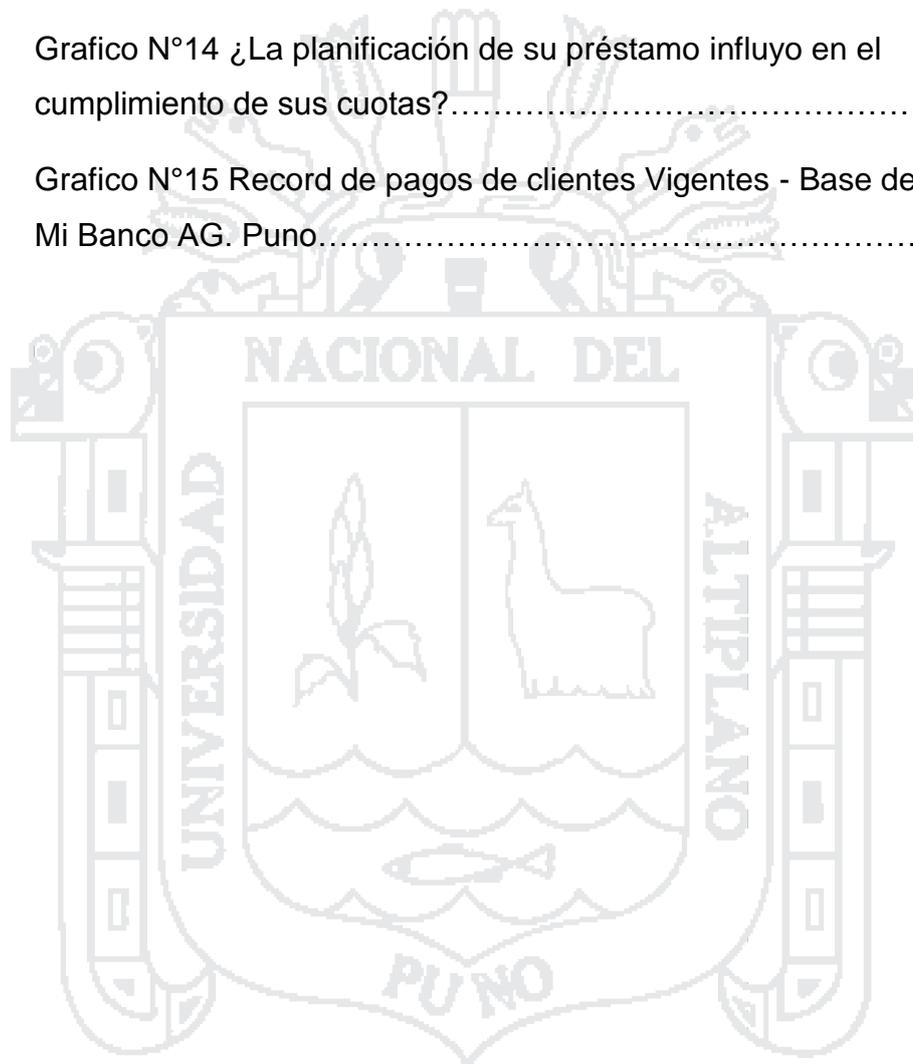
Grafico N°01 Numero de entidades que tuvo el cliente en el momento de su aprobación de crédito.....	21
Grafico N°02 ¿Su Asesor de Negocios le capacita constantemente en temas de negocios?.....	23
Grafico N°03 ¿Recibió Ud. Una buena explicación sobre qué productos pudiera adquirir?.....	24
Grafico N°04 ¿Recibe Ud. una buena atención cuando se le presente queja?.....	25
Grafico N°05 ¿Su Asesor de Negocios le da charlas sobre lo importante que es ahorrar?.....	27
Grafico N°06 ¿Al momento de su desembolso, la cuota fue la misma que le había indicado su Asesor?.....	28
Grafico N°07 ¿Con los requisitos que presentados para su préstamo, pudo lograr el monto deseado?.....	30
Grafico N°08 ¿El tiempo de duración para su atención fue de un día?.....	31
Grafico N°09 ¿Recibió Ud. la verificación de domicilio por segunda vez?.....	32
Grafico N°10 ¿Ud. tuvo retrasos en sus pagos, este fue causado por el endeudamiento con otras entidades?.....	38
Grafico N°11 ¿Los gastos que realizó influyeron en el incumplimiento de sus cuotas?.....	39

Grafico N°12 ¿El destino del préstamo fue invertido realmente en lo acordado con su asesor de negocios, tuvo resultados satisfactorios en el pago de sus cuotas?..... 40

Grafico N°13 ¿Los ingresos que obtuvo influyeron en el cumplimiento de sus cuotas?..... 42

Grafico N°14 ¿La planificación de su préstamo influyo en el cumplimiento de sus cuotas?..... 43

Grafico N°15 Record de pagos de clientes Vigentes - Base de Datos - Mi Banco AG. Puno..... 48



INDICE DE TABLAS

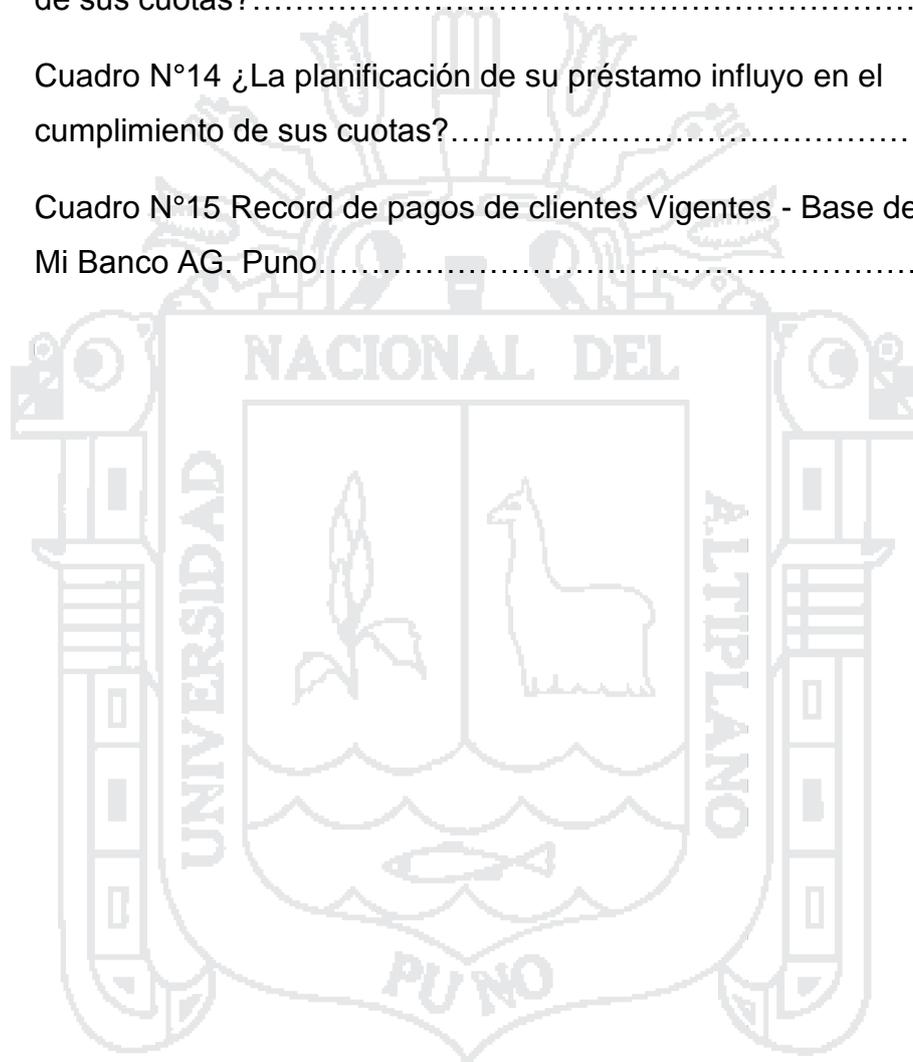
Cuadro N°01 Numero de entidades que tuvo el cliente en el momento de su aprobación de crédito.....	21
Cuadro N°02 ¿Su Asesor de Negocios le capacita constantemente en temas de negocios?.....	22
Cuadro N°03 ¿Recibió Ud. Una buena explicación sobre qué productos pudiera adquirir?.....	24
Cuadro N°04 ¿Recibe Ud. una buena atención cuando se le presente una queja?.....	25
Cuadro N°05 ¿Su Asesor de Negocios le da charlas sobre lo importante que es ahorrar?.....	26
Cuadro N°06 ¿Al momento de su desembolso, la cuota fue la misma que le había indicado su Asesor?.....	28
Cuadro N°07 ¿Con los requisitos que presentados para su préstamo, pudo lograr el monto deseado?.....	29
Cuadro N°08 ¿El tiempo de duración para su atención fue de un día?.....	31
Cuadro N°09 ¿Recibió Ud. la verificación de domicilio por segunda vez?.....	32
Cuadro N°10 ¿Ud. tuvo retrasos en sus pagos, este fue causado por el endeudamiento con otras entidades?.....	37
Cuadro N°11 ¿Los gastos que realizó influyeron en el incumplimiento de sus cuotas?.....	39

Cuadro N°12 ¿El destino del préstamo fue invertido realmente en lo acordado con su asesor de negocios, tuvo resultados satisfactorios en el pago de sus cuotas?..... 40

Cuadro N°13 ¿Los ingresos que obtuvo influyeron en el cumplimiento de sus cuotas?..... 41

Cuadro N°14 ¿La planificación de su préstamo influyó en el cumplimiento de sus cuotas?..... 43

Cuadro N°15 Record de pagos de clientes Vigentes - Base de Datos - Mi Banco AG. Puno..... 47



INDICE DE ACRONIMOS

Ag.	Agencia
MI BANCO.	Banco de la Microempresa
BCP.	Banco de Crédito del Perú
AF.	Activo Fijo
CT.	Capital de Trabajo



RESUMEN

El presente trabajo de investigación determina la influencia de la protección al cliente del asesor de negocios en la tasa de morosidad (a mayor protección al cliente menor morosidad; a menor protección al cliente, mayor morosidad), en las entidades financieras. Este trabajo de investigación midió el nivel de protección al cliente y los resultados fueron que 54% de prestatarios nuevos recibieron una inadecuada e ineficiente protección al cliente, recayendo directamente al problema de morosidad en sus diferentes modalidades, del mismo modo en clientes recurrentes en un 61% de los prestatarios recibieron una inadecuada protección al cliente, esta diferencia se debe a las facilidades de otorgamiento de préstamos que se le otorgan. Para esta investigación se tomó como población la cartera de clientes recurrentes (550) y nuevos (150), Se determinó de acuerdo a la formula estadística de Hernández Sampieri, teniendo una muestra de 53 clientes nuevos y 193 recurrentes. Finalmente se realizó un profundo análisis a las tasas del morosidad reporte de cartera morosa en el cual se obtuvo resultados como que en clientes nuevos de los 150 de prestatarios 40 (27%) son puntuales, cumplen con pagar sus cuotas, 110 (73%) pagaron sus cuotas con retrasos y en los clientes recurrentes de los 550 de prestatarios 152 (28%) son puntuales, cumplen con pagar sus cuotas, 398 (72%) pagaron sus cuotas con retrasos.

Palabras Claves:

Protección al cliente, morosidad, asesoramiento, endeudamiento, aprobación de créditos.

ABSTRACT

The present research work whose main objective is: "To determine the influence of the client protection of the business advisor in the default rate of my Bank A.G. Puno, period 2015 ". In financial institutions. This research work measured the level of client protection and the results were that 54% of new borrowers received an inadequate and inefficient customer protection, falling directly on the problem of non-payment in its different modalities, as well as recurring clients in a 61 % Of borrowers received an inadequate protection to the client, this difference is due to the facilities of granting of loans that are granted to him. For this investigation, the portfolio of recurrent clients (550) and new ones (150) was taken as population. It was determined according to the statistical formula of Hernández Sampieri, with a sample of 53 new clients and 193 recurrent clients. Finally, a deep analysis was performed on the delinquency rates of the delinquent portfolio, in which results were obtained, such as that in new clients of the 150 borrowers 40 (27%) are punctual, they pay their dues, 110 (73%) are punctual. They paid their installments with delays and in the recurrent clients of the 550 of borrowers 152 (28%) are punctual, they comply with paying their fees, 398 (72%) paid their arrears.

Keywords:

Customer protection, delinquency, advice, indebtedness, credit approval.

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

La principal razón que me motivó a la elección del tema de investigación fue la observación y la interacción directa con el problema de morosidad que hoy en día se manifiesta en la mayoría de prestatarios de entidades financieras. Como sabemos en el Perú la morosidad es un problema de nunca acabar, el incumplimiento de pago de prestatarios perjudica a muchas entidades financieras; sin embargo los más perjudicados son los clientes. Las personas al obtener una mala calificación se limitan al acceso al crédito, perdiendo oportunidades para su desarrollo. El problema de morosidad tiene como factores principales la falta de experiencia crediticia, inadecuada planificación, desvío de destino de crédito, endeudamiento, asesoramiento en negocios, tasa de interés, entre otros ; sin embargo en muchos de estos indicadores se enfocan hasta el desembolso de crédito, debiendo ser hasta la recuperación total del capital invertido. Los asesores de negocios en su mayoría consolidan la venta de crédito y termina el contacto con su cliente, debiendo haber bastante comunicación, asesoramiento en negocios, previniéndolo sobre un endeudamiento hasta después del desembolso.

La responsabilidad social de las entidades financieras es la inclusión social, ofreciendo y otorgando créditos empresariales para la superación de clientes. Sin embargo la esencia de las entidades financieras tiene una visión diferente; puesto que estos ven más que todo el aspecto lucrativo que perciben por comisiones por el alcance de sus metas personales. La responsabilidad social

de entidades financieras va más allá de incorporación crediticia al sistema financiero que hoy en día se ve en esta realidad; es cuando enfocamos en esta investigación “la protección al cliente en las microfinanzas”.

El problema de la protección al cliente se basa fundamentalmente en el esfuerzo máximo que hace el asesor de negocios, es decir ponerse en el lugar del cliente, de tal forma se brinde una mejor atención, buena comunicación, asesoramiento en negocios, venta del producto más adecuado, prevención del endeudamiento, entre otros; estos son los elementos fundamentales de la protección al cliente en las microfinanzas que deficientemente se ve en la realidad.

Mi banco surgió bajo la fusión de Financiera Edyficar y Mi Banco; se dedica principalmente al otorgamiento de créditos microempresarios, la fusión consolidada en el 2014, provocó la inconsistencia en varios aspectos importantes influyentes en los niveles de morosidad, esta investigación de la protección al cliente se basa en el apoyo incondicional del asesor de negocios en todo el ciclo crediticio. (Desde la promoción hasta la recuperación del capital invertido).

Dentro de este contexto al realizar el presente trabajo de investigación nos permitirá establecer cuál es la medida de protección al cliente y los principales factores que influyen en la tasa de morosidad, en el caso particular de Mi Banco Agencia. Puno.

En ese entender la investigación se ha desarrollado de la siguiente manera:

En el Ítem II, que comprende la revisión de Literatura donde se presenta las teorías relacionadas con la investigación (definiciones, desarrollo de temas relacionados, etc.)

El Ítem III está referida referido a los materiales y métodos utilizados en la investigación (población, muestra y las técnicas de recolección de datos).

En el Ítem IV, referido a la exposición y análisis de resultados para su Discusión, para finalmente las conclusiones y recomendaciones finales.

CAPITULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 MARCO TEORICO

2.1.1 La intermediación financiera

Dentro de nuestra vida cotidiana existen momentos en que por razones de nuestro trabajo o negocio nos quedamos con un excedente de dinero que quisiéramos aumentar para poder adquirir más adelante un bien que queremos tener, si pudiéramos invertirlo en alguna actividad o negocio conseguiríamos que este aumente y nos permita cumplir con nuestro objetivo. Igualmente puede suceder que tal vez no contemos con dinero para comprarlo y menos para invertirlo pero requerimos de dicho bien para poder cubrir una necesidad personal o de nuestro pequeño negocio, para lo cual buscamos alguien que nos pueda facilitar el dinero para adquirirlo. El mecanismo de oferta y demanda que funciona en las economías donde existe el libre mercado, se deja que los participantes lleguen a un acuerdo libre sobre el precio de un bien o un servicio que se quiera comprar o vender (oferta) es excesiva tal vez su precio pueda bajar. **Cornejo, P. (2013).**

2.1.2 La actividad crediticia

La actividad crediticia es el conjunto de operaciones que implican una transferencia de dinero que debe devolverse transcurrido cierto

tiempo. Por tanto, el que transfiere el dinero se convierte en acreedor y el que lo recibe en deudor. El papel que desempeña el crédito dentro de la economía es de gran importancia, debido a que, entre otras cosas, es un instrumento muy eficaz en el proceso de reactivación económica, ya que es mediante el crédito una de las formas más eficaces en cómo puede impulsarse el desarrollo de una economía. Por lo cual el préstamo es una modalidad de crediticia, una operación en dónde una entidad financiera pone a disposición una cantidad dinero para la utilización del prestatario, en el préstamo se adquiere una obligación por devolver en un plazo de tiempo establecido y de pagar unas comisiones e intereses acordados. Ambos están orientadas al financiamiento de dinero para cubrir déficit de dinero según las necesidades de las personas.

Gómez, J. (2009).

2.1.3 MI BANCO Banco de la Microempresa

Mi banco Banco de la Microempresa es un banco peruano que nació producto de la fusión de Financiera Edyficar y Mi Banco, actualmente pertenece al Grupo Credicorp teniendo como accionista principal al BCP. Dedicada principalmente al otorgamiento de créditos microempresarios posesionándose en el mercado como una de las entidades bancarias líderes en productos financieros, brindando un servicio satisfactorio a sus clientes.

Catálogo de productos (MI BANCO 2015).

2.1.4 Proceso de otorgamiento de préstamos en MI BANCO

El proceso de la evaluación crediticia de préstamos en MI BANCO y demás instituciones financieras (y forma estándar) se realiza de la siguiente manera:

1. Ingreso de solicitud del cliente (se presenta en forma escrita el pedido del prestatario por el préstamo deseado).

2. Presentación de documentos (se presenta la documentación requerida por el asesor de negocios. Esto con la finalidad de la evaluación crediticia).
3. El asesor recopila información del cliente (en este proceso se utiliza la técnica de recolección de datos que es el cuestionario personal).
4. El asesor visita al cliente (es la inspección física de constatación de datos obtenidos del cuestionario y las referencias).
5. El asesor evalúa el préstamo (se evalúa en función a la capacidad de pago que tiene el interesado para afrontar Las obligaciones contraídas mediante análisis a estados financieros y los indicadores financieros).
6. Se lleva al comité para su aprobación o desaprobación (se evalúa tomando en cuenta el historial de préstamos obtenidos con la empresa y demás instituciones financieras).
7. Se autoriza para su desembolso o rechazo (se determina la decisión final del otorgamiento de préstamo).

Metodología de evaluación crediticia (MI BANCO 2015).

2.1.5 Inversión de préstamos de MI BANCO

Capital de trabajo

Créditos destinados a la compra de materia prima e insumos, mercadería, mano de obra o servicios con la finalidad de mantener o incrementar la operatividad de negocio.

Las razones por la que un cliente solicita crédito pueden ser:

- Demanda insatisfecha de su producto.
- Inversión aprovechando campañas como fiestas patrias, navidad, día de la madre, etc.
- Oportunidad de negocio.
- Mayor capital para ingresar en nuevos mercados
- Diversificación de sus productos

Activos fijos

Créditos destinados para la adquisición, mantenimiento y repotenciación de bienes muebles (maquinarias, equipos, mobiliario, vehículos) y otros bienes con vida útil mayor a un año. Así como bienes inmuebles destinados a ser usados por la microempresa.

Las razones por la que un cliente solicita crédito para este destino puede ser:

- Compra de maquinarias
- Compra de equipos, mobiliario
- Vehículos, herramientas y otros
- Inversión en infraestructura del local del negocio
- Compra de nuevo local
- Compra del terreno para el nuevo local

Consumo

Se consideran dentro de este destino todo gasto, no relacionado al negocio y que contribuya a la mejora de calidad de vida del cliente.

Entre ellos:

- Gastos menores por escolaridad, día de la madre, fiestas patrias, etc.
- Mejoramiento de vivienda
- Gastos de viaje
- Compras personales
- Gastos diversos (fiestas patronales, familiares, etc.)

Solo para compra de terreno destinado a vivienda (siempre y cuando no se constituya hipoteca) se puede financiar hasta el 100% del valor del mismo, de acuerdo a lo establecido en el catálogo de productos.

Metodología de Evaluación Crediticia (MI BANCO 2015).

2.1.6 Cumplimiento de pago en préstamos

El cumplimiento o pago es la satisfacción idónea de la prestación debida. Es decir, el deudor cumple pagando, ejecutando la actividad o servicio prometido, sin abstención de entregar o de hacer, según lo acordado. El cumplimiento de pago es toda realización de la prestación debida (entrega de suma de dinero, de cosas específicas o genéricas, realización de servicios). Entonces el pago es el cumplimiento de la obligación contraída y concretamente no sólo paga el que debe y da dinero, sino también

Quien con el ánimo de cancelar, da cualesquiera otras cosas que son recibidas por el acreedor voluntariamente. Cumplimiento de pago significa que se realizó los pagos de su préstamo financiero tal como estaban programados según los términos del cronograma, el documento legal vinculante que firmó en el momento en el que obtuvo su préstamo. Un responsable cumplimiento de pago es consecuencia de una adecuada planificación anterior. Es un acuerdo debido que no tiene necesariamente problemas, pues en algunos casos se da el cumplimiento aun faltando la voluntad de realizar la conducta preestablecida por parte del deudor. **Gómez, J. (2009).**

2.1.7 Implementación de la protección al cliente

Las microfinanzas desempeñan una función especial al marcar la pauta para la integración de la protección al cliente en las instituciones de las carteras. Uno de estos ejemplos es Oikocredit, que se convirtió en la primera entidad que utilizó el modelo de the Smart Campaign en el 2012 y posteriormente otras entidades utilizaron el modelo de la compañía. Oikocredit ha modificado su proceso de debida diligencia para darle una mayor importancia a la protección al cliente. Ahora representa un 65 por ciento del puntaje general; del mismo modo la compañía mejoro la calidad de su

cartera incrementando sus ganancias.the Smart Campaign patrocinó talleres, conferencias y sesiones de capacitación para muchos de sus beneficiarios con el fin de enseñarles sobre los principios de protección al cliente. **CHOISY, E. (2014).**

2.1.8 La Protección al cliente

Es la calidad de servicio que las empresas brindan a sus usuarios, el cual cubre diferentes aspectos como la asertividad en entrega de productos, absolución adecuada de quejas, satisfacción del cliente, entre otros. En otras palabras la protección al cliente para las empresas se basa fundamentalmente en generar beneficios para sus clientes, lograr su superación individual y así obtener clientes potenciales con un futuro de crecimiento. **Rozas, D. (2014).**

2.1.9 Protección al cliente en las microfinanzas

Es la atención oportuna del acreedor financiero para su deudor protegiendo sus intereses económicos y sociales, beneficiando así a ambos; tanto a la empresa en sus futuras utilidades y a los clientes en su desarrollo económico progresivo. **Rozas, D. (2014).**

La protección al cliente es el proceso estratégico que buscan las entidades financieras para la obtención de calidad en su cartera clientes, monitoreando al cliente durante todo el proceso crediticio, para así lograr así una aceptable recuperación de capital. **Gutiérrez, E. (2012).**

2.1.10 Principios de protección al cliente en la microfinanzas

Diseño y distribución apropiada de productos.- Los proveedores estarán atentos para que el diseño de productos y canales de distribución se haga de tal manera que estos no causen daño a los clientes. Los productos y los canales de distribución

serán diseñados teniendo en cuenta las características de los clientes.

-Prevención del sobreendeudamiento.- Los proveedores estarán atentos en todas las fases del proceso de crédito para determinar si los clientes tienen la capacidad de pagar sus obligaciones sin sobre-endeudarse. Adicionalmente, los proveedores implementarán y monitorearán los sistemas internos que apoyen la prevención del sobreendeudamiento y promoverán esfuerzos para mejorar la gestión de riesgos en el nivel mercantil (como el uso compartido de información crediticia).

-Transparencia.- Los proveedores comunicarán de forma clara, suficiente y puntual la información de los productos de manera y con un lenguaje que los clientes puedan entender para tomar decisiones informadas. Se resalta la necesidad de obtener información transparente sobre los precios, términos y condiciones de los productos.

-Mecanismos para resolución de quejas.- Los proveedores tendrán mecanismos puntuales y responsivos para el manejo y resolución de quejas y problemas para sus clientes. Estos mecanismos serán utilizados tanto para resolver problemas individuales como para mejorar los productos y servicios.

-Precios transparentes.- Los precios, términos y condiciones serán fijados de una manera que sea asequible para los clientes, permitiéndole a las instituciones financieras ser sostenibles. Los proveedores trabajarán para que los depósitos obtengan retornos reales. **the Smart Campaign, (2014)**

2.1.11 Orientación empresarial y al ahorro

La orientación empresarial se ha vuelto en un punto muy importante que todo proveedor debe considerar en sus políticas empresariales, ya que con esto surgen resultados favorables. Del

mismo modo el ahorro es importante para todo empresario ya que ahorra para el futuro es una gran alternativa para cumplir con las necesidades futuras, el ahorro es una gran iniciativa de progreso y desarrollo personal. **Gutiérrez, E. (2012).**

2.1.12 Formas de protección al cliente en las microfinanzas

-Charlas capacitadoras: Es una reunión periódica entre colaboradores y usuarios de una entidad financiera con un fin común.

-Visitas informativas: Es la planificación e intervención de una parte de la relación crediticia para la consecución de información.

2.1.13 Finalidad de protección al cliente

El fin es beneficiar al prestatario para que este no tenga ningún inconveniente en la adquisición de un préstamo en un futuro.

2.1.14 Beneficios de la implementación de protección al cliente

Los beneficios de la implementación de indicadores de protección al cliente son:

- Reducción de mora
- Crecimiento económico del cliente
- Satisfacción del cliente
- Reducción de malas calificaciones de clientes

2.1.15 La Morosidad

La morosidad es la falta de ejecución por una de las partes cualquiera de sus obligaciones contractuales, es el retraso parcial total de pago de una obligación contraída, la cual indica no pagar puntualmente según fecha establecida, es el no pago, un acto

irresponsable en el que participan dos partes entre una empresa y un individuo. Cualquier falta de realización, realización irregular, defectuosa o incompleta de las prestaciones o conductas asumidas contractualmente. En definitiva, cualquier desajuste de la realidad con el contrato **Montes, J. (2013).**

La morosidad es un problema para las entidades financieras, que si bien no se puede eliminar, sí se puede prevenir con una adecuada política de riesgos. Para evitar el aumento del ratio de morosidad podemos tomar una serie de medidas con respecto a nuestros clientes (morosos o potencialmente morosos): En primer lugar, tener actualizada la ficha comercial de nuestro cliente. Es muy importante, saber dónde, cuándo y cómo podemos localizar al cliente en cuestión. Es obvio que no se puede ofrecer soluciones de pago a un cliente ilocalizable. La gestión de la morosidad será más rentable si dedicamos el menor tiempo posible con la mayor eficiencia. Otro factor a tener en cuenta, es la gestión proactiva de la morosidad. Consiste en adelantarse a los problemas que pueda tener un cliente para hacer frente al pago de sus compromisos y actuar resolutivamente con anticipación, con el fin de garantizar el cobro en la forma y plazos pactados **Pedro, A. (2004).**

2.1.16 Modalidades de morosidad

Las modalidades de morosidad son 2 y son las siguientes:

-La morosidad parcial: consiste en el retraso en el cumplimiento de una obligación. Requiere que se den tres condiciones. La prestación no se ha realizado en el momento previsto:

- La prestación sigue siendo posible.
- La prestación sigue siendo satisfactoria para interés del acreedor. No lo es si el cumplimiento tardío implica esencialmente la insatisfacción del interés del acreedor.

-La morosidad total: Pérdida de la cosa es el supuesto más importante de imposibilidad sobrevenida, que impide la satisfacción del acreedor, y puede extinguir el deber del deudor y producir su liberación **Montes, J. (2013).**

2.1.17 Factores de la morosidad crediticia

La utilización del crédito financiero es punto de partida para la presunción de recuperación de préstamo, fundamentalmente si los créditos solicitados y admitidos son utilizados y los riesgos a tomar en cuenta para el otorgamiento de créditos son

- **Edad:** Se un factor de riesgo en la recuperación de los créditos otorgados a personas de tercera edad, que no son capaces de generar un certero ingreso económico para poder cumplir con sus obligaciones financieras. Por lo general los clientes más cumplidos oscilan desde los 40 a más y los menos cumplidos los jóvenes hasta los 22 años.
- **Educación:** Es importante conocer el nivel cultural del cliente para identificar el destino del crédito otorgado, para conocer si está capacitado para disponer de dicho crédito, para así el asesor poder asesorar adecuadamente en un negocio.
- **Experiencia en el negocio:** Es un factor muy importante conocer el tipo de endeudamiento del prestatario, si este tiene experiencia para afrontar sus deudas de corto plazo. se consideraran deudas con la entidad contraída del préstamo y las demás establecidas en el mercado de créditos.
- **Salud:** La salud de cliente es importante debido a que se tendrá una gran probabilidad de recuperar el capital invertido. La salud juega un rol muy importante porque constituye el factor principal de generación de ingresos.
- **carga familiar:** Se deberá tener en cuenta los gastos necesarios y menudos en educación de las familias en cuestión al número de hijos que cuentan los clientes.

- **Entorno familiar:** Son las referencias de personas que cuentan con información relacionada con la situación social del cliente (cónyuge, hijos, hermanos). Aspecto intercultural de estabilidad del cliente y relacionados.

- **Estabilidad de domicilio:** Se refiere al análisis proyectado de estabilidad de domicilio del cliente para la confrontación oportuna del el pago de cuotas correspondientes acordadas en el contrato de crédito obtenido.

Estabilidad laboral: Referido al análisis proyectado de estabilidad laboral del cliente para la confrontación oportuna

- del el pago de cuotas correspondientes acordadas en el contrato de crédito obtenido.

- **Accidentes:** Es un factor muy importante en la evaluación de créditos considerar el riesgo de accidentes que en un futuro afectaran la situación económica del cliente. Y por consiguiente la puntualidad de pago de deudas.

- **Robos:** Se realiza un análisis con la obtención de información para la evaluación de créditos considerar el riesgo de robos que afectaran la situación económica del cliente **Cornejo, J. (2013).**

2.1.18 Factores incidentes en la morosidad crediticia

- **Nivel de ingresos:** El incumplimiento de pago de deudas se debe únicamente al bajo nivel de ingresos, vale decir que si existe una buena fuente de ingresos no habría ningún tipo de inconveniente para pagar.
- **Nivel de egresos.** El incumplimiento de pago depende de este factor de egresos que constituye toda salida de dinero del individuo que puede ser excesivo como gastos en alimentación, educación, compra de bienes muebles, viajes y gastos improvisados.

- **La planificación de préstamo:** Constituye la inadecuada adquisición de un préstamo por la no identificación en necesidad de financiarse.
- **Inversión del capital:** Se define a la inversión como la actividad principal en el cual se utilizó el recurso financiero obtenido como préstamo. Es el uso del préstamo para satisfacer necesidades de efectivo en forma inmediata para la cobertura de eventualidades transitorias a corto plazo **Montes, J. (2013).**

2.1.19 Recuperación del capital otorgado de las financieras

La recuperación del préstamo consistirá en el retorno del capital Invertido del préstamo concedido de la entidad financiera. Este dependerá de la voluntad de pago de los prestatarios, en el contrato de préstamo (sin días de retraso - mora). El cumplimiento de pagos de cuotas correspondientes establecidas Recuperación del préstamo, será exitosa siempre y cuando la evaluación por parte del asesor de negocios sea correcta, de ese modo el prestatario no tendrá problemas en cancelar sus deudas pendientes, sin embargo, si el destino del préstamo se desvía en otra inversión financiera la recuperación será riesgosa. Sin embargo Financiera Edyficar, posee un proceso de recuperaciones, el cual se encarga de prevenir perdida créditos impagos otorgados a clientes que no cumplen con sus obligaciones con la Financiera **Reboredo, J. (2003).**

2.1.20 Consecuencias del incumplimiento – morosidad de un préstamo

Un crédito afectará la capacidad para pedir dinero para bienes y servicios, como una casa, un automóvil y tarjetas de crédito. Información de incumplimiento de pago permanecerá en tu informe de crédito durante un largo tiempo. **Reboredo, J. (2003).**

2.1.21 Tasa de morosidad

La tasa de morosidad se define como el cociente entre el valor de los créditos dudosos y el valor de la cartera de créditos totales. El total de créditos dudosos que son por razón de morosidad, es decir, aquellos instrumentos de deuda que tienen importes vencidos por cualquier concepto (principalmente intereses).



CAPITULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 Materiales

3.1.1 La población

La población está conformada por el total de cartera vigente tomada al cierre del periodo de estudio de MI BANCO Agencia Puno. La cual se encuentra ubicada en Jr. Puno 334. Esta Agencia cuenta con 21 asesores de negocios y con 700 clientes activos (nuevos y recurrentes) en cartera.

3.1.2 Muestra

Cuadro N° 1 Clientes en Cartera

Clientes	Total	Muestra
Recurrentes	550	193
Nuevos	150	53
Total	700	246

Fuente: base de datos de la Mi Banco" 2015."
Elaboración propia.

Del total de la cartera vigente, se subdividió la población total en Prestatarios recurrentes (550) y nuevos (150). Se determinó de acuerdo a la formula estadística de Hernández Sampieri, que está desarrollada a continuación:

Calculo de la muestra para prestatarios recurrentes.

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2_{\alpha/2} * P * Q * N}{\varepsilon^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Dónde:

n = Tamaño necesario de la muestra

Z = Margen de confiabilidad

P = Probabilidad de que el evento ocurra

Q = Probabilidad de que el evento no ocurra

E = Error de estimación

N = Tamaño de la población

“El tamaño de la población es de 550 prestatarios nuevos, a un margen de error de 0.05 de error y un nivel de significancia del 95% y con una probabilidad del 0.50.”

Datos:

n = ?

Z = 1.96 (margen de confiabilidad del 95%)

P = 0.50 (prevalencia del evento)

Q = 1 – p = 0.50 probabilidad de que el evento no ocurra

E = 0.05 (error absoluto o de precisión máximo)

N = 550

$$n = \frac{(1.96 * 1.96) * 0.5 * 0.5 * 550}{(0.05 * 0.05) * (550 - 1) + (1.96 * 1.96) * 0.5 * 0.5}$$

N=193 prestatarios recurrentes

Y del mismo modo se determinó el tamaño de la muestra para prestatarios nuevos el cual se obtuvo el siguiente resultado.

Datos:

$$n = ?$$

$$Z = 1.96 \text{ (margen de confiabilidad del 95\%)}$$

$$P = 0.50 \text{ (prevalencia del evento)}$$

$$Q = 1 - p = 0.50 \text{ probabilidad de que el evento no ocurra}$$

$$E = 0.05 \text{ (error absoluto o de precisión máximo)}$$

$$N = 550$$

$$n = \frac{(1.96 * 1.96) * 0.5 * 0.5 * 150}{(0.05 * 0.05) * (150 - 1) + (1.96 * 1.96) * 0.5 * 0.5}$$

$$N = 53 \text{ prestatarios nuevos}$$

3.1.3 Instrumentos para la recolección de datos

Las técnicas utilizadas para la recolección de serán:

3.1.3.1 La encuesta.- la cual fue destinada hacia los clientes. Esto sirvió para la recolección de información.

3.1.3.2 Los Comités Interactivo.- Se utilizó con los asesores de negocios de Mi Banco, en las cuales sus opiniones fueron muy útiles para para la contratación de hipótesis, el logro de nuestros objetivos planteados y la elaboración de conclusiones finales.

3.1.3.3 La observación.- Se utilizó esta técnica como participante en el área de créditos, observando la interacción y problemática de la morosidad.

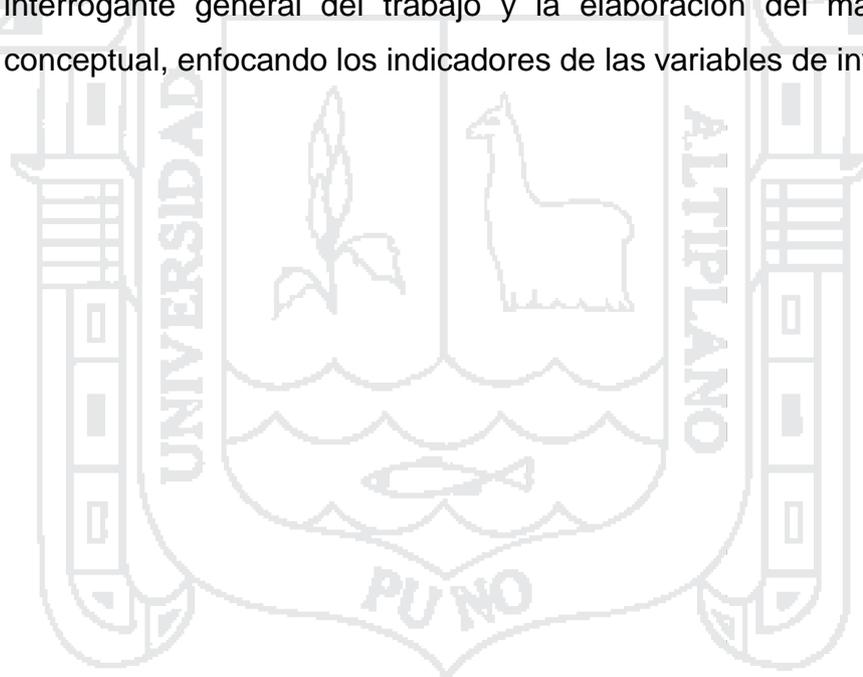
3.2 Métodos a utilizar

La metodología que fue empleada para la presente investigación y la obtención de resultados fueron:

3.2.1 Método analítico.- Este método nos permitió estudiar la problemática en general de las dos variables de investigación, para así elaborar el planteamiento del problema (el cual fue incluido en la introducción), las revisiones teóricas y/o antecedentes similares al tema.

3.2.3 Método deductivo.- Este método se utilizó para la formulación y contrastación de hipótesis de acuerdo a los resultados obtenidos, para la elaboración de las conclusiones y recomendaciones finales del trabajo de investigación, tomado en cuenta el análisis de los resultados obtenidos.

3.2.4 Método sintético.- Este método nos sirvió para formular la interrogante general del trabajo y la elaboración del marco teórico y conceptual, enfocando los indicadores de las variables de investigación.



CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para objetivo principal del presente trabajo de investigación el cual es “Determinar la influencia de la protección al cliente del asesor de negocios en la tasa de morosidad de mi banco A.G. Puno, periodo 2015”, se ha desglosado 2 objetivos específicos, las cuales se has sido ejecutadas con encuestas dirigidas a los prestatarios visitándolos en sus respectivos domicilios y algunos al momento del pago de sus cuotas. El primer objetivo específico investiga en que medida en que se realiza la protección al cliente durante el préstamo. El segundo objetivo específico da analizar cuáles son los factores que influyen en la tasa de morosidad.

Objetivo específico N °1

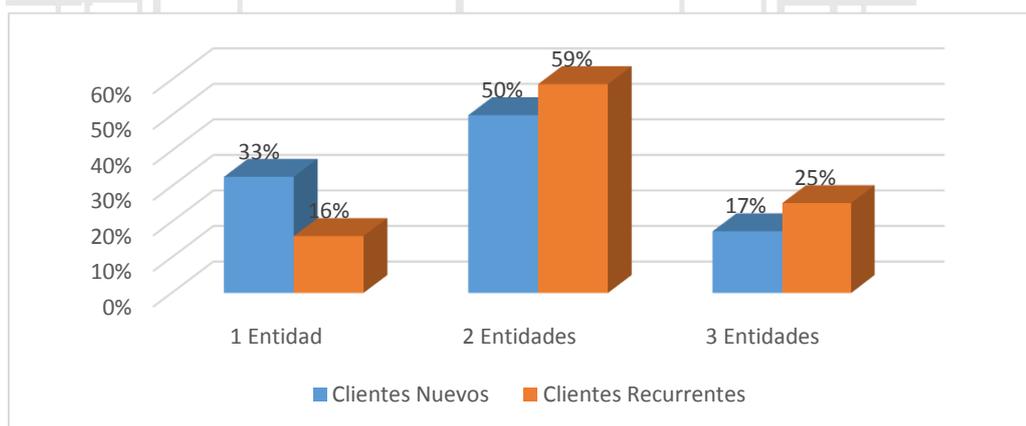
Esta primera parte determina la medida en que realiza la protección al cliente durante el préstamo, el cual está vinculado directamente con el problema y la hipótesis de investigación.

CUADRO N° 0 1
NUMERO DE ENTIDADES QUE TUVO EL CLIENTE EN EL MOMENTO DE SU APROBACIÓN DE CRÉDITO

Reporte de Endeudamiento de Clientes							
Tipo/Numero	1		2		3		TOTAL
	Entidad	Porcentaje	Entidades	Porcentaje	Entidades	Porcentaje	
Clientes N.	49	33%	75	50%	26	17%	100%
Clientes R.	88	16%	323	59%	139	25%	100%
Total	137		398		165		700

Fuente: base de datos de "Mi Banco" 2015."
 Elaboración propia.

GRÁFICO N° 01
NUMERO DE ENTIDADES QUE TUVO EL CLIENTE EN EL MOMENTO DE SU APROBACIÓN DE CRÉDITO



Fuente: base de datos de "Mi Banco" 2015."
 Elaboración propia.

Interpretación:

En clientes recurrentes: podemos observar que el 59% de prestatarios tendrán que realizar pagos por préstamos con otras 2 entidades financieras, lo cual indica que se ha endeudando al prestatario con 3 préstamos (incluyendo el préstamo con Mi Banco), poniendo el riesgo de sobreendeudamiento al cliente; mientras tanto que el 25% de prestatarios tendrán que realizar pagos por préstamos con otras 3 entidades financieras, lo cual indica que se ha endeudando al prestatario con 4 préstamos (incluyendo el préstamo con Mi Banco), poniendo el riesgo de sobreendeudamiento más elevado al cliente y con más deudas que pagar, desvenificiándole; sin embargo solo un 16% tiene un bajo riesgo de sobreendeudamiento al solo contar con 2 entidades financieras

(incluyendo el préstamo con Mi Banco). Estos resultados muestran como la mayoría de los prestatarios están expuestos a sobreendeudarse, sin embargo se les otorga el préstamo debido a diferentes factores como cumplimiento de metas de asesores y capacidad ajustada de pago del prestatario.

En clientes nuevos: podemos observar que el 50% de prestatarios tendrán que realizar pagos por préstamos con otras 2 entidades financieras, lo cual indica que se ha endeudando al prestatario con 3 préstamos (incluyendo el préstamo con Mi Banco), poniendo el riesgo de sobreendeudamiento al cliente; mientras tanto que el 17% de prestatarios tendrán que realizar pagos por préstamos con otras 3 entidades financieras, lo cual indica que se ha endeudando al prestatario con 4 préstamos (incluyendo el préstamo con Mi Banco), poniendo el riesgo de sobreendeudamiento más elevado al cliente; sin embargo solo un 33% tiene un bajo riesgo de sobreendeudamiento al solo contar con 2 entidades financieras (incluyendo el préstamo con Mi Banco). Estos últimos resultados muestran como la mayoría de prestatarios están expuestos a sobreendeudarse y posiblemente a caer en morosidad, esto se debe a los mismos factores mencionado anteriormente adicionando las comisiones a colaboradores.

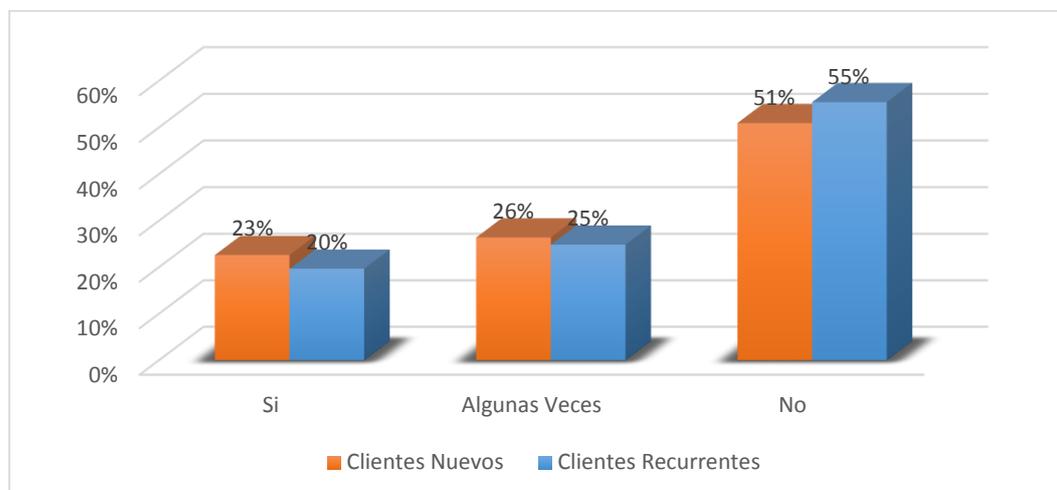
CUADRO N°02
ORIENTACIÓN EMPRESARIAL AL CLIENTE

¿Su Asesor de Negocios le orienta constantemente en temas de negocios?				
OPCION	Clientes Nuevos	PORCENTAJE	Clientes Recurrentes	PORCENTAJE
Si	12	23%	38	20%
Algunas V.	14	26%	48	25%
No	27	51%	107	55%
Total	53	100%	193	100%

Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

GRAFICO N° 02

ORIENTACIÓN EMPRESARIAL AL CLIENTE



Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

Interpretación

En los clientes recurrentes se puede observar que un 55% de prestatarios no recibieron orientación constante en temas referidos a negocios, esto es porque los clientes anteriormente ya contaron con un préstamo y cuenta con alguna experiencia,, sin embargo el porcentaje sigue siendo desfavorable puesto que el asesor de negocios le resto atención adecuada. Y en una minoría un 20% y 25% de prestatarios de alguna forma si recibieron orientación constante en temas de negocios

En los clientes nuevos se puede observar que un 51% de prestatarios no recibieron orientación constante en temas referidos a negocios, es decir que los clientes corren el riesgo en retrasarse con los pagos debido a su inexperiencia en negocios como el conocimiento de costos y gastos, ideas de negocios, zonas de ventas, productos de temporada, etc. Mientras que en una minoría de un 23% y 26% de prestatarios de alguna forma si recibieron orientación constante en temas de negocios debido a sus pretensiones y algunas experiencias familiares.

CUADRO N°03

DISTRIBUCION APROPIADA DE PRODUCTO AL CLIENTE

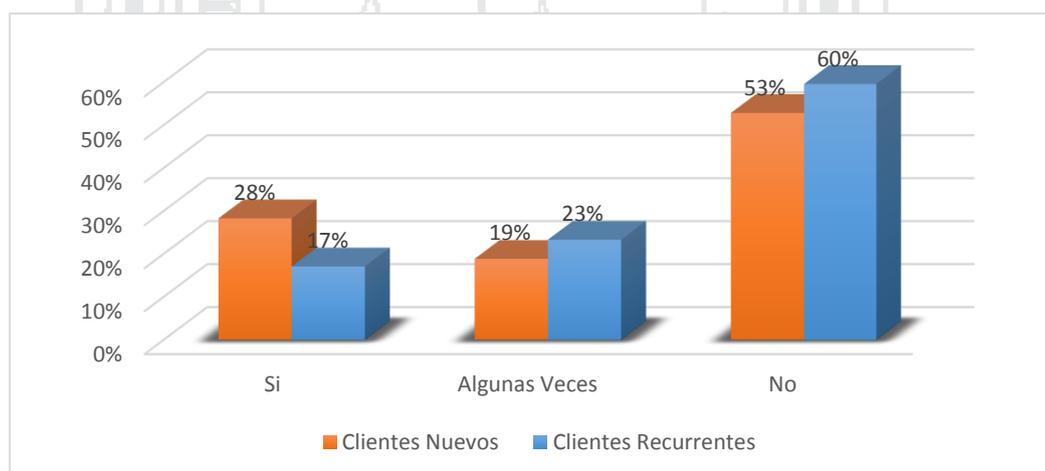
¿Recibió Ud. Una buena explicación sobre qué productos pudiera adquirir?				
OPCION	Cientes Nuevos	PORCENTAJE	Cientes Recurrentes	PORCENTAJE
Si	15	28%	33	17%
Algunas V.	10	19%	45	23%
No	28	53%	115	60%
Total	53	100%	193	100%

Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.

Elaboración propia.

GRAFICO N° 03

DISTRIBUCION APROPIADA DE PRODUCTO AL CLIENTE



Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.

Elaboración propia.

Interpretación:

En los clientes recurrentes se puede observar que un 60% no recibieron una buena comprensión sobre qué productos pueden adquirir, con esto podemos observar que los asesores de negocio no brindan a conocer cuáles son los productos adecuados para dichos clientes, esto quiere decir que los clientes corren el riesgo en retrasarse con los pagos debido al producto inadecuado para ellos. Y en una minoría un 17% y 23% de alguna forma si reciben una explicación sobre los productos adecuados.

En los clientes nuevos se puede observar que un 53% no recibieron una buena comprensión sobre qué productos puedo adquirir, con esto podemos observar que los asesores de negocio no brindan a conocer cuáles son los productos debido al producto inadecuado para ellos. Adecuados para dichos clientes, esto quiere decir que los clientes corren el riesgo en retrasarse con los pagos Mientras que en una minoría de un 28 % y 19% de alguna forma si reciben una explicación sobre los productos adecuados.

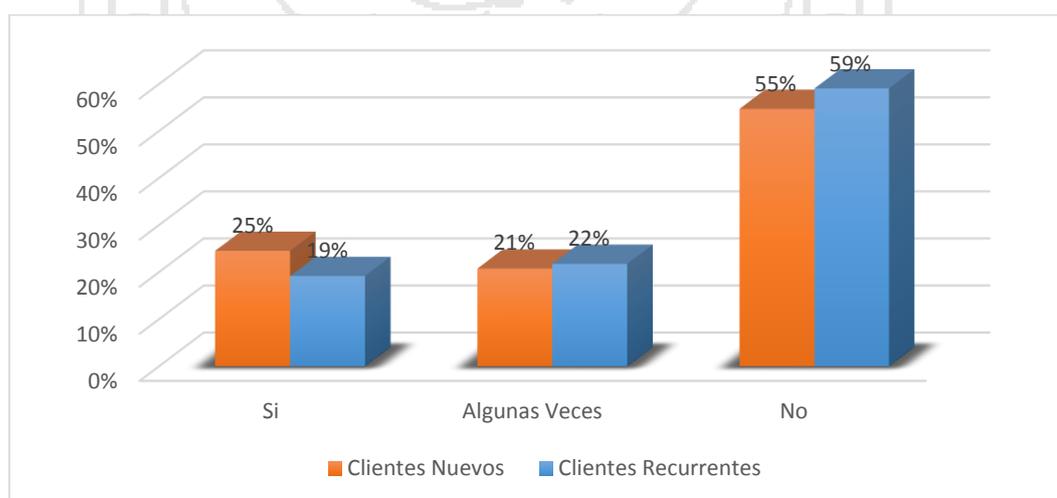
CUADRO N°04
MECANISMOS DE RECIBIR Y RESOLVER QUEJAS

¿Recibe Ud. una buena atención cuando se le presenta una queja?				
OPCION	Cientes Nuevos	PORCENTAJE	Cientes Recurrentes	PORCENTAJE
Si	13	25%	37	19%
Algunas V.	11	21%	42	22%
No	29	55%	114	59%
Total	53	100%	193	100%

Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.

Elaboración propia.

GRÁFICO N° 04
MECANISMOS DE RECIBIR Y RESOLVER QUEJAS



Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.

Elaboración propia.

Interpretación:

En los clientes recurrentes se puede observar que un 59% no recibieron una buena atención cuando se le presenta una queja. Y en una minoría un 19% y 22% de alguna forma si están conformes con la resolución de alguna queja que pudieran tener, siendo un porcentaje bajo.

En los clientes nuevos se puede observar que un 55% no recibieron una buena atención cuando se le presenta una queja es decir que los asesores de negocios deben de estar capacitados para su análisis y resolución de quejas, etc. Mientras que en una minoría de un 25% y 21% de alguna forma si están conformes con la resolución de alguna queja que pudieran tener, siendo un porcentaje bajo.

Como ejemplo podemos mencionar la aceptación de la cancelación del crédito (no es dable ya que a los asesores de negocios no les conviene la reducción de su cartera) y los cobros indebidos de intereses en la cancelación del crédito.

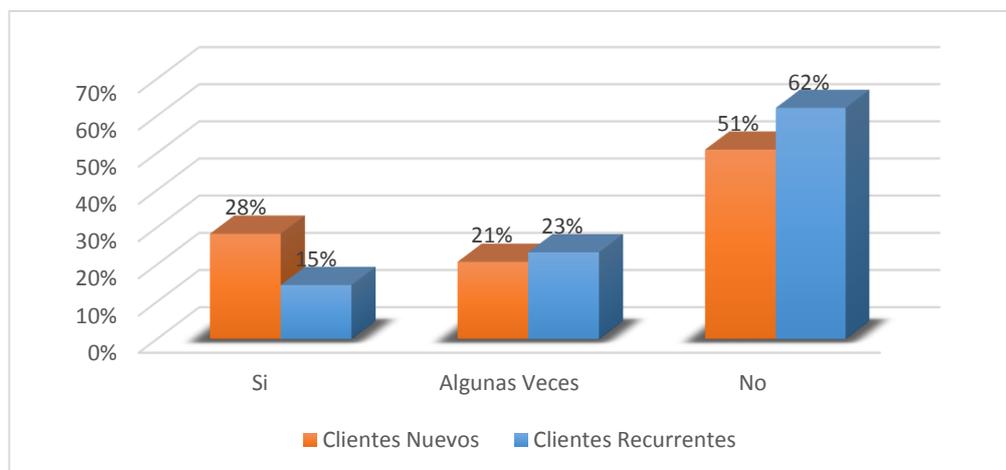
**CUADRO N°05
ORIENTACION AL AHORRO**

¿Su Asesor de Negocios le da charlas sobre lo importante que es ahorrar?				
OPCION	Cientes Nuevos	PORCENTAJE	Cientes Recurrentes	PORCENTAJE
Si	15	28%	28	15%
Algunas V.	11	21%	45	23%
No	27	51%	120	62%
Total	53	100%	193	100%

Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

GRÁFICO N° 05

ORIENTACION AL AHORRO



Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

Interpretación:

En los clientes recurrentes se puede observar que un 62% no recibieron orientación sobre lo importante que es ahorrar, esto es porque los clientes recurrentes anteriormente ya contaron con un préstamo y cuentan con alguna experiencia de ahorrar, sin embargo el porcentaje sigue siendo desfavorable puesto que el asesor de negocios le resto atención adecuada. Y en una minoría un 15% y 23% de alguna forma si reciben.

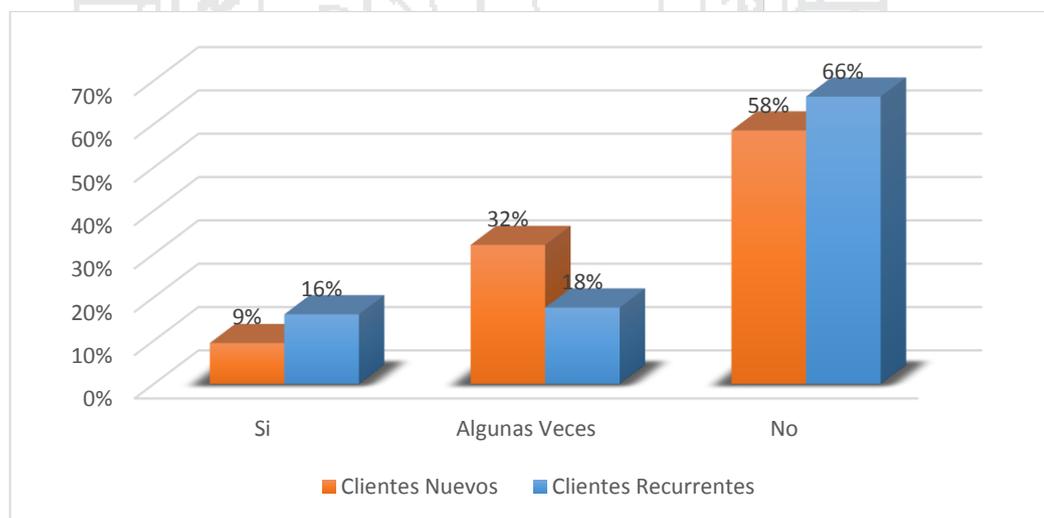
En los clientes nuevos se puede observar que un 51% de prestatarios no recibieron orientación sobre lo importante que es ahorrar, es decir que los clientes corren el riesgo en retrasarse con los pagos debido a su inexperiencia en negocios, puesto que la generación de ahorro implica capacidad de ser un buen empresario, porque se tendrá dinero para cualquier emergencia de liquidez y se generara riqueza para su negocios y para así mismo. Mientras que en una minoría de un 28 % y 21% de alguna forma si reciben orientación sobre lo importante que es ahorrar debido a sus pretensiones y algunas experiencias familiares.

**CUADRO N°06
PRECIOS TRANSPARENTES**

¿Al momento de su desembolso, la cuota fue la misma que le había indicado su Asesor?					
OPCION	Clientes Nuevos	PORCENTAJE	Clientes Recurrentes	PORCENTAJE	
Si	5	9%	31	16%	
Algunas V.	17	32%	34	18%	
No	31	58%	128	66%	
Total	53	100%	193	100%	

Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

**GRAFICO N°06
PRECIOS TRANSPARENTES**



"Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

Interpretación:

En los clientes recurrentes se puede observar que un 66% de prestatarios al momento del desembolso no tuvieron las mismas cuotas que su asesores de negocios le había indicado, es porque dichos clientes ya contaron con un préstamo anteriormente, aceptando el incremento mínimo de la cuota, sin

embargo el porcentaje sigue siendo desfavorable puesto que el asesor de negocios le resto atención adecuada. Y en una minoría un 16% y 18% de alguna forma si tuvieron la misma cuota que sus asesores de negocios le había indicado. En los clientes nuevos se puede observar que un 58% de prestatarios al momento del desembolso no tuvieron las misma cuota que su asesores de negocios le había indicado, es decir que a los préstamos de los clientes se les

Adiciono la venta de un seguro adicional, sin embargo el cliente por la necesidad de contar con el préstamo termina aceptando. Mientras que en una minoría de un 9 % y 32% % al momento del desembolso si tuvieron las mismas cuotas que su asesora de negocios le había indicado.

CUADRO N°07

PRESENTACIÓN DE REQUISITOS Y LOGRO DEL MONTO DESEADO

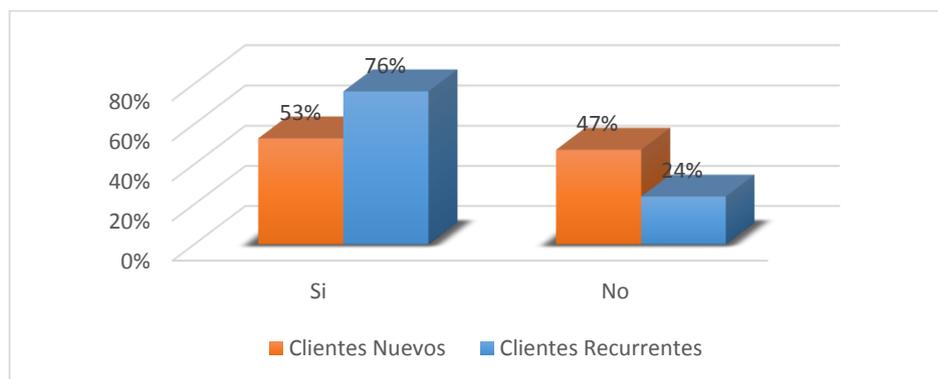
¿Con los requisitos presentados para su préstamo, pudo lograr el monto deseado?					
OPCION	Cientes Nuevos	PORCENTAJE	Cientes Recurrentes	PORCENTAJE	
Si	28	53%	147	76%	
No	25	47%	46	24%	
Total	53	100%	193	100%	

Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.

Elaboración propia.

GRAFICO N°07

PRESENTACIÓN DE REQUISITOS Y LOGRO DEL MONTO DESEADO



Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

Interpretación:

En los clientes recurrentes se puede observar que un 76% de prestatarios pudieron lograr el monto deseado con los requisitos presentados, esto quiere decir que los asesores de negocios aprobaron los montos de los clientes ya que estos cuentan con experiencia crediticia, esto conlleva al riesgo de morosidad ya que no toman en cuenta la nueva situación económica del cliente puesto que son recurrentes y cumplidos con la entidad. Mientras que en una minoría de un 24 % de prestatarios no pudieron lograr el monto deseado con los requisitos presentados ya que estos hicieron un escalonamiento crediticio muy elevado, desembolsando un monto menor.

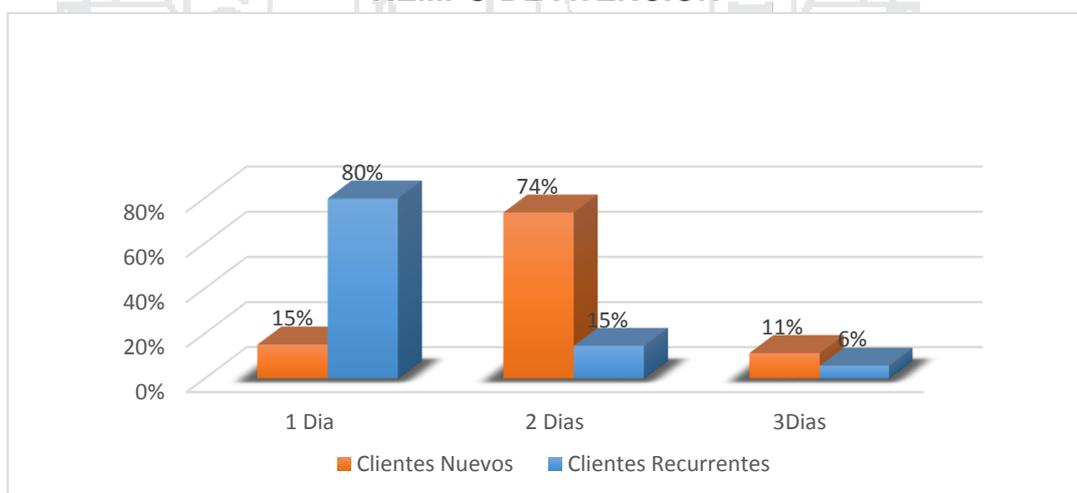
En los clientes nuevos se puede observar que un 53% de prestatarios pudieron lograr el monto deseado con los requisitos presentados, esta diferencia con los clientes recurrentes se debe a que estos son evaluados pausada y adecuadamente por los asesores de negocio. Mientras que en un 47 % de prestatarios no pudieron lograr el monto deseado con los requisitos presentados ya que estos no calificaron en la presentación de las garantías solicitadas.

CUADRO N°08
TIEMPO DE ATENCIÓN

¿El tiempo de duración para su atención fue de cuantos días?					
OPCION	Cientes Nuevos	PORCENTAJE	Cientes Recurrentes	PORCENTAJE	
1 Dia	8	15%	154	80%	
2 Dias	39	74%	28	15%	
3Dias	6	11%	11	6%	
Total	53	100%	193	100%	

Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

GRAFICO N°08
TIEMPO DE ATENCIÓN



Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

Interpretación:

En los clientes recurrentes se puede observar que un 80% de prestatarios tuvieron un tiempo de atención de 1 día, esto quiere decir que los asesores de negocios no consideraron la situación económica actual del cliente, es decir que se les dieron facilidades por ser cliente recurrente. Mientras que en una minoría de un 6 % y 15% al momento del desembolso tuvieron 2 y 3 días, lo que indica un resultado desfavorable puesto que una evaluación debería de hacerse del modo más adecuado.

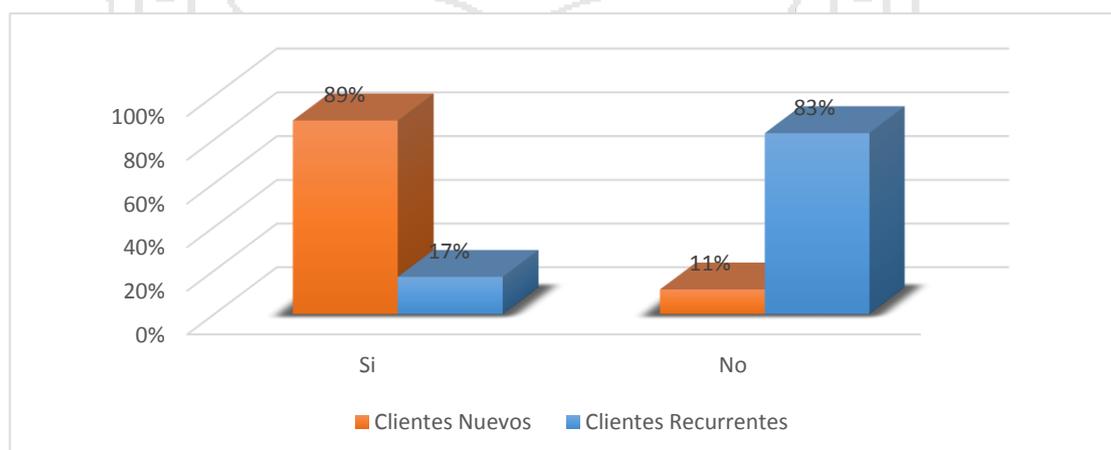
En los clientes nuevos se puede observar que un 74% de prestatarios tuvieron un tiempo de atención de 2 días, esto quiere decir que los asesores de negocios si consideraron la situación económica actual del cliente, realizando una evaluación pausada y adecuada. Mientras que en una minoría de un 15% tuvieron la atención en 1 día lo cual indica que los asesores aprobaron el crédito con facilidad debido a su capacidad de pago y garantías presentadas y un 11% al momento del desembolso tuvieron la atención en 3 días, esto debido al tamaño del crédito, evaluación de riesgos de pago, sobreendeudamiento, etc.

CUADRO: N°09
VERIFICACIÓN DE DOMICILIO

¿A Ud. Le verificaron su domicilio antes de su desembolso?				
OPCION	Cientes Nuevos	PORCENTAJE	Cientes Recurrentes	PORCENTAJE
Si	47	89%	33	17%
No	6	11%	160	83%
Total	53	100%	193	100%

Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

GRAFICO: N°09
VERIFICACIÓN DE DOMICILIO



Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

Interpretación:

En los clientes recurrentes se puede observar que un 83% de prestatarios no tuvieron la verificación de su domicilio antes de su desembolso, esto quiere decir que los asesores de negocios no se dieron el tiempo para la respectiva verificación, arriesgando la garantía de estabilidad domiciliaria del cliente. Mientras que en una minoría de un 17 % si tuvieron la verificación de su domicilio antes de su desembolso, esto muestra un resultado desfavorable debiéndose evaluarse adecuadamente.

En los clientes nuevos se puede observar que un 89% de prestatarios tuvieron la verificación de su domicilio antes de su desembolso, esto quiere decir que los asesores de negocios se dieron el tiempo para la respectiva verificación, debiéndose a que estos son clientes nuevos para la entidad. Mientras que en una minoría de un 11% no tuvieron la verificación de su domicilio antes de su desembolso, esto muestra un resultado desfavorable.

Resumen de Resultados Obtenidos

Para la obtención del objetivo específico N° 1, de acuerdo a los resultados obtenidos se elaboró el siguiente cuadro resumen para analizar los puntos más relevantes de la investigación.

Cuadro Resumen de Resultados - Clientes Nuevos

	Datos/Preg. a Clientes Nuevos	Datos/Resultados de Preg. a Clientes Nuevos							
		1 E	2 E	3 E	Total	1 E	2 E	3 E	Total
P1	Numero de entidades que tuvo el cliente en el momento de su aprobacion de crédito	49	75	26	150	33%	50%	17%	100%
		Si	A.V	No	Total	Si	A.V	No	Total
P2	¿Su Asesor de Negocios le capacita constantemente en temas de negocios?	12	14	27	53	23%	26%	51%	100%

P3	¿Recibió Ud. Una buena explicación sobre que productos pudiera adquirir?	15	10	28	53	28%	19%	53%	100%
P4	¿Recibe Ud. una buena atención cuando se le presente una queja?	13	11	29	53	25%	21%	55%	100%
P5	¿Su Asesor de Negocios le da charlas sobre lo importante que es ahorrar?	15	11	27	53	28%	21%	51%	100%
P6	¿Al momento de su desembolso, la cuota fue la misma que le había indicado su Asesor?	5	17	31	53	9%	32%	58%	100%
	Promedio (cantidad;porcentaje)	12	12.6	28.4	53	23%	24%	54%	100%
		Si	A.V	No	Total	Si	A.V	No	Total
P7	¿Con los requisitos presentados para su préstamo, pudo lograr el monto deseado?	28	0	25	53	53%	0%	47%	100%
		Si	A.V	No	Total	Si	A.V	No	Total
P9	¿A Ud. Le verificaron su domicilio antes de su desembolso?	47	0	6	53	89%	0%	11%	100%
	Promedio (cantidad;porcentaje)	37.5	0	15.5	53	71%	0%	29%	100%
P8	¿El tiempo de duración para su atención fue de cuantos días?	1 día	2 días	3 días	Total	1 día	2 días	3 días	Total
		8	39	6	53	15%	74%	11%	100%

Para la consecución del Objetivo Especifico N°1 se elaboró y ejecuto 8 preguntas de encuesta; 1 dato extraído de la base de datos de Mi banco, se determinó la medida en que se realiza la protección al cliente en el préstamo: los resultados para clientes nuevos son: Un 50 % de prestatarios cuenta con préstamos con 2 entidades, pudiendo ser 3 incluyendo el préstamo con Mi Banco. Un 54% de clientes reciben una inadecuada protección al cliente (se consideró los indicadores de protección al cliente, su promedio es de 23%). Un 53% de prestatarios nuevos logran el monto deseado con los requisitos presentados y un 89% de prestatarios fueron verificados antes de su desembolso. Un 74% de prestatarios desembolsan en 2 días a su solicitud de crédito.

La mayoría de los prestatarios nuevos realizan una inadecuada protección al cliente durante el préstamo, puesto que a pesar que pasan por una rígida evaluación crediticia, los indicadores de protección al cliente son muy bajos, se les da una tención no mayor a 2 días.

Cuadro Resumen de Resultados - Clientes Recurrentes

	Datos/Preg. a Clientes Recurrentes	Resultados de Datos/Preg. a Clientes Recurrentes							
		1 E	2 E	3 E	Total	1 E	2 E	3 E	Total
P 1	Número de entidades que tuvo el cliente en el momento de su aprobación de crédito	88	323	139	550	16%	59%	25%	100%
		Si	A.V	No	Total	Si	A.V	No	Total
P 2	¿Su Asesor de Negocios le capacita constantemente en temas de negocios?	38	48	107	193	20%	25%	55%	100%
P 3	¿Recibió Ud. Una buena explicación sobre que productos pudiera adquirir?	33	45	115	193	17%	23%	60%	100%
P 4	¿Recibe Ud. una buena atención cuando se le presente una queja?	37	42	114	193	19%	22%	59%	100%

P5	¿Su Asesor de Negocios le da charlas sobre lo importante que es ahorrar?	28	45	120	193	15%	23%	62%	100%
P6	¿Al momento de su desembolso, la cuota fue la misma que le había indicado su Asesor?	31	34	128	193	16%	18%	66%	100%
	Promedio (cantidad;porcentaje)	33.4	42.8	116.8	193	17%	22%	61%	100%
		Si	A.V	No	Total	Si	A.V	No	Total
P7	¿Con los requisitos presentados para su préstamo, pudo lograr el monto deseado?	147	0	46	193	76%	0%	24%	100%
P9	¿A Ud. Le verificaron su domicilio antes de su desembolso?	33	0	160	193	17%	0%	83%	100%
	Promedio (cantidad; porcentaje)	90	0	103	193	47%	0%	53%	100%
P8	¿El tiempo de duración para su atención fue de cuantos días?	1 día	2 días	3 días	Total	1 día	2 días	3 días	Total
		154	28	11	193	80%	15%	6%	100%

Los resultados para clientes recurrentes son: Un 59 % de prestatarios cuenta con préstamos hasta con 2 entidades, pudiendo ser 3 incluyendo el préstamo con Mi Banco. Un 61% de clientes reciben una inadecuada protección al cliente (se consideró los indicadores de protección al cliente, su promedio es de 17%). Un 76% de prestatarios nuevos logran el monto deseado con los requisitos presentados y un 83% de prestatarios no fueron verificados antes de su desembolso Un 80% de prestatarios desembolsan en 1 días a su solicitud de crédito.

La mayoría de los prestatarios recurrentes realizan una inadecuada protección al cliente durante el préstamo, puesto que a pesar que pasan por una deficiente evaluación crediticia, los indicadores de protección al cliente son muy bajos, se les da una tención no mayor a 1 día.

Objetivo específico: N° 2

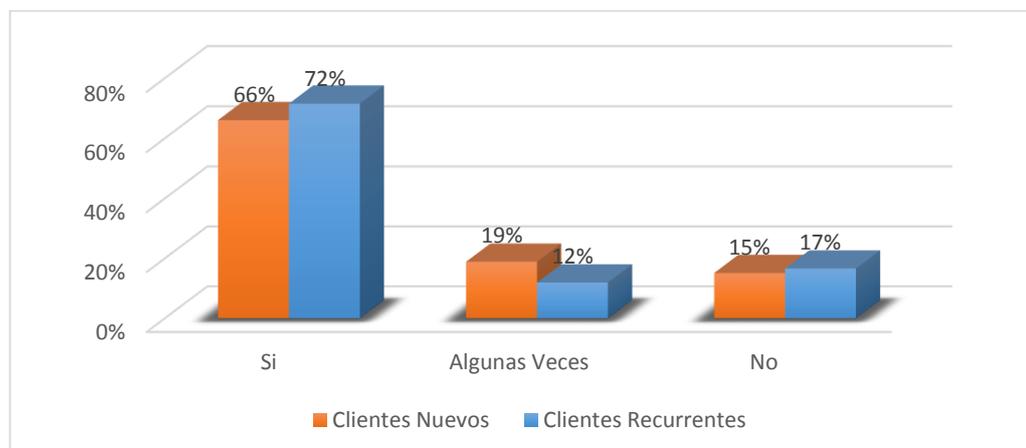
Esta segunda parte analiza cuales son los factores que influyen en la tasa de morosidad, el cual está vinculado directamente con el problema y la hipótesis de investigación.

CUADRO: N°10
SOBREENDEUDAMIENTO

¿Ud. Tuvo retrasos en sus pagos, este fue causado por el endeudamiento con otras entidades?				
OPCION	Cientes Nuevos	PORCENTAJE	Cientes Recurrentes	PORCENTAJE
Si	35	66%	138	72%
Algunas V.	10	19%	23	12%
No	8	15%	32	17%
Total	53	100%	193	100%

Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

GRAFICO: N°10
SOBREENDEUDAMIENTO



Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

Interpretación:

En los clientes recurrentes se puede observar que un 72% de prestatarios tuvieron retrasos en sus pagos debido al endeudamiento con otras entidades, mientras que en una minoría de unos 17% y 12% de prestatarios de alguna forma no tuvieron retrasos en sus pagos debido al endeudamiento con otras entidades. Este alto porcentaje se da causado por la inadecuada evaluación de clientes recurrentes (no se obtiene el nivel de ingreso real).

En los clientes nuevos se puede observar que un 66% de prestatarios tuvieron retrasos en sus pagos debido al endeudamiento con otras entidades financieras, esto quiere decir que los clientes tienen que realizar varios pagos con distintas entidades, esto causa el inicio de incumplimiento de pago, que generalmente se vuelve habitual. Mientras que en una minoría de un 15% y 19% de alguna forma no tuvieron retrasos en sus pagos debido a la responsabilidad y puntualidad del cliente.

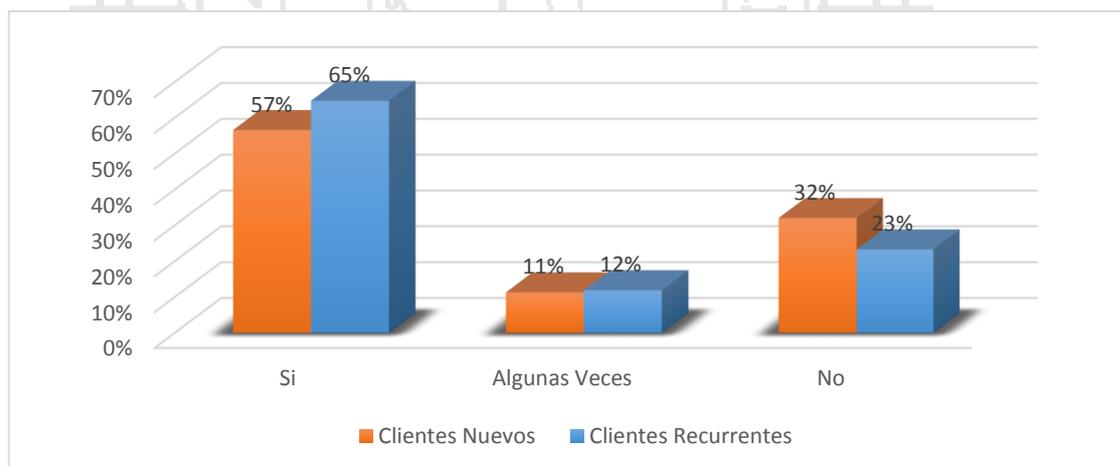
El retraso de los pagos en clientes microempresarios se debe fundamentalmente al nivel de ventas que obtuvieron, los cuales no fueron suficientes para el cumplimiento de todas las obligaciones contraídas; del mismo modo afecta a los clientes de crédito consumo porque a diferencia de los clientes de microempresa estos realizan más gastos por el sueldo fijo que perciben; los gastos excesivos.

CUADRO: N°11
GASTOS DURANTE EL PRESTAMO

¿Los gastos que realizo influyeron en el retraso del cumplimiento de sus cuotas?				
OPCION	Cientes Nuevos	PORCENTAJ E	Cientes Recurrentes	PORCENTAJ E
Si	30	57%	125	65%
Algunas V.	6	11%	23	12%
No	17	32%	45	23%
Total	53	100%	193	100%

Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

GRAFICO: N°11
GASTOS DURANTE EL PRESTAMO



Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

Interpretación:

En los clientes recurrentes se puede observar que un 65% de prestatarios tuvieron retrasos en sus pagos debido a los gastos realizados, esto quiere decir que los clientes realizan diversos gastos como compras excesivas de diversas variedades como es el ejemplo de artefactos, prendas de vestir, teléfonos celulares, etc. Mientras que en una minoría de un 23% y 12% no tuvieron Retrasos en sus pagos debido a que estos son responsables en sus gastos que realizan.

En los clientes nuevos se puede observar que un 57% de prestatarios tuvieron retrasos en sus pagos debido a los gastos realizados, esta diferencia con respecto a clientes recurrentes se debe a la estricta evaluación a clientes nuevos. Mientras que en una minoría de un 32% y 11% no tuvieron retrasos en sus pagos ya estos cuentan con el temor de la mala calificación crediticia.

CUADRO: N°12
DESTINO DE PRESTAMO

¿El destino del préstamo fue invertido realmente en lo acordado con su asesor de negocios, tuvo resultados satisfactorios en el pago de sus cuotas?				
OPCION	Clientes Nuevos	PORCENTAJE	Clientes Recurrentes	PORCENTAJE
Si	28	53%	105	54%
No	25	47%	88	46%
Total	53	100%	193	100%

Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

GRAFICO: N°12
DESTINO DE PRESTAMO



Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

Interpretación:

En los clientes recurrentes se puede observar que un 54% de prestatarios invirtieron el préstamo en el destino que realmente acordaron con su asesor de

negocios, sin embargo, el 46% no invirtió en lo acordado con el asesor de negocios lo cual nos da a conocer el desvió del destino de crédito el cual da consecuencia a la morosidad. El destino de préstamo invertido en capital de trabajo tiene resultados satisfactorios en el negocio, el cual da como resultado el cumplimiento de cuotas generalmente puntuales; el destino de préstamo consumo es generalmente un gasto no recuperable, que posiblemente su acumulación con otros gastos; genere retrasos en los pagos de cuotas.

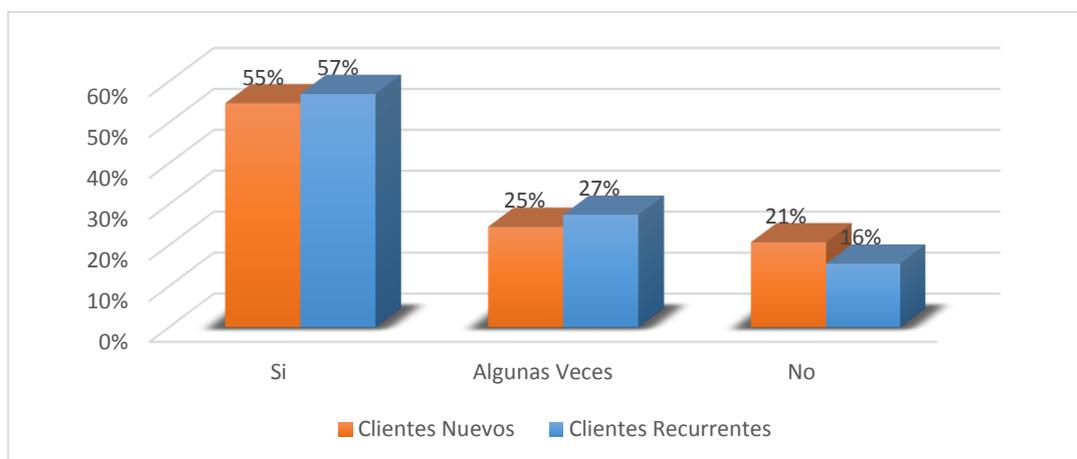
En los clientes nuevos se puede observar que un 53% de prestatarios invirtieron el préstamo en lo acordaron con su asesor de negocios, sin embargo el 47% no invierte en lo acordado con el asesor de negocios lo cual nos da a conocer el desvió del destino de crédito y esto origina a la morosidad. Esto se debe a que los clientes son nuevos y tienden a ser responsables con sus obligaciones.

CUADRO: N°13
INGRESOS DURANTE EL PRÉSTAMO

¿Ud. tuvo retrasos en sus pagos, el nivel de ingresos que tuvo durante su préstamo no fueron suficientes debido a gastos diversos, cargas familiares, etc.?				
OPCION	Clientes Nuevos	PORCENTAJE	Clientes Recurrentes	PORCENTAJE
Si	29	55%	110	57%
Algunas V.	13	25%	53	27%
No	11	21%	30	16%
Total	53	100%	193	100%

Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

GRAFICO: N°13
INGRESOS DURANTE EL PRÉSTAMO



Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

Interpretación:

En los clientes recurrentes se puede observar que un 57% de prestatarios tuvieron problemas en el pago de sus cuotas, esto debido a los gastos y a la mala planificación, generando retraso en sus pagos de cuotas. Mientras que en una minoría de un 16% y 27% no tuvieron retrasos puesto que planificaron responsablemente los gastos que surgieron.

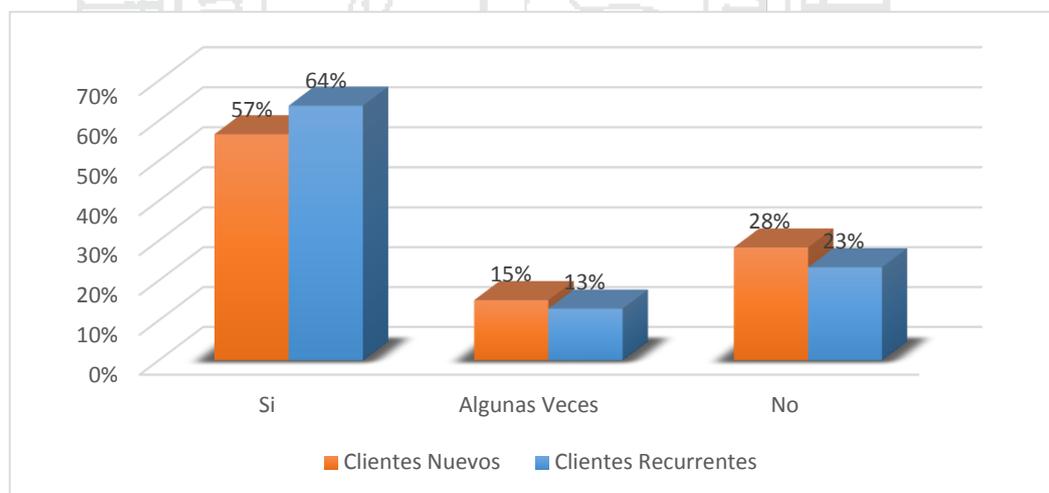
En los clientes nuevos se puede observar que un 55% de prestatarios tuvieron problemas en el pago de sus cuotas, esto debido a la mala planificación y a los gastos no planificados. Mientras que en una minoría de un 21% y 25% no tuvieron retrasos en el pago de sus cuotas puesto que planificaron responsablemente los gastos que surgirían.

CUADRO: N°14
PLANIFICACION DEL PRESTAMO

¿Ud. tuvo retrasos en sus pagos, este fue causado por no haber evaluado la mejor alternativa de la inversión de su préstamo?				
OPCION	Cientes Nuevos	PORCENTAJE	Cientes Recurrentes	PORCENTAJE
Si	30	57%	123	64%
Algunas V.	8	15%	25	13%
No	15	28%	45	23%
Total	53	100%	193	100%

Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

GRAFICO: N°14
PLANIFICACION DEL PRESTAMO



Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

Interpretación:

En los clientes recurrentes se puede observar que un 64% de prestatarios tuvieron retrasos en sus pagos ya que esto fue ocasionado por la inadecuada elección de alternativa de inversión de préstamo, vale decir que no planificaron. Mientras que en una minoría de un 23% y 13% no tuvieron retrasos en su pago de cuotas ya que eligieron una buena alternativa de inversión.

En los clientes nuevos se puede observar que un 57% de prestatarios tuvieron retrasos en sus pagos esto ocasionado por una inadecuada alternativa de inversión, es decir que al no elegir una buena alternativa de inversión estos también son afectados en los ingresos y de esta manera incumplen con sus respectivos pagos de cuotas. Mientras que en una minoría de un 28% y 15% no tuvieron retrasos en sus pago de cuotas ya que eligieron una buena alternativa de inversión. En todo préstamo se tiene diferentes alternativas de inversión, sin embargo, el prestatario debería evaluar qué inversión le conviene elegir (proveedores confiables, seguridad en el funcionamiento del activo, etc.); la buena elección de la alternativa de inversión influye directamente en los ingresos futuros para el cumplimiento respectivo pago de cuotas. La diferencia entre clientes recurrentes y nuevos se debe principalmente a que los recurrentes en su mayoría destinan el préstamo a un gasto; puesto que son clientes económicamente establecidos, lo cual complica en su pago puntual.

Resumen de Resultados Obtenidos

Para la obtención del objetivo específico N° 2, de acuerdo a los resultados obtenidos se elaboró el siguiente cuadro resumen para analizar los puntos más relevantes de la investigación.

Cuadro Resumen de Resultados - Clientes Nuevos

	Datos/Preg. a Clientes Nuevos	Resultados de Datos/Preg. a Clientes Nuevos							
		Si	A.V	No	Total	Si	A.V	No	Total
P10	¿Ud. Tuvo retrasos en sus pagos, este fue causado por el endeudamiento con otras entidades?	35	10	8	53	66%	19%	15%	100%
P11	¿Los gastos que realizo influyeron en el incumplimiento de sus cuotas?	30	6	17	53	57%	11%	32%	100%

P13	¿Ud. tuvo retrasos en sus pagos, el nivel de ingresos que tuvo durante su préstamo no fueron suficientes debido a gastos diversos, cargas familiares, etc.?	29	13	11	53	55%	25%	21%	100%
P14	¿Ud. tuvo retrasos en sus pagos, este fue causado por no haber evaluado la mejor alternativa de la inversión de su préstamo?	30	8	15	53	57%	15%	28%	100%
	Promedio (cantidad; porcentaje)	31	9.25	12.75	53	58%	17%	24%	100%
		Si	A.V	No	Total	Si	A.V	No	Total
P12	¿El destino del préstamo fue invertido realmente en lo acordado con su asesor de negocios, tuvo resultados satisfactorios en el pago de sus cuotas?	28	0	25	53	53%	0%	47%	100%

Para la consecución del Objetivo Especifico N°2 se elaboró y ejecuto 6 preguntas de encuesta, se analizó cuáles son los factores que influyen en la tasa de morosidad: los resultados para clientes nuevos son: Un 58% de prestatarios tuvieron retrasados en sus pagos debido a factores como el endeudamiento, gastos, nivel de ingresos, planificación. Un 53% de prestatarios no tuvieron retrasos en sus pagos debido a que el destino del préstamo fue invertido realmente en lo acordado con su asesor de negocios y por consiguiente tuvo resultados satisfactorios en el pago de sus cuotas, sin embargo, es preocupante el restante 47% de prestatarios los cuales tuvieron problemas de puntualidad en

Pagos. Los ingresos, los gastos, el endeudamiento, la planificación, el destino, son los factores más importantes que influyen en la tasa de morosidad

Cuadro Resumen de Resultados - Clientes Recurrentes

	Datos/Preg. a Clientes Recurrentes	Resultados de Datos/Preg. a Clientes Recurrentes							
		Si	A.V	No	Total	Si	A.V	No	Total
P10	¿Ud. Tuvo retrasos en sus pagos, este fue causado por el endeudamiento con otras entidades?	138	23		193	72%	12%	17%	100%
P11	¿Los gastos que realizo influyeron en el incumplimiento de sus cuotas?	125	23	45	193	65%	12%	23%	100%
P13	¿Ud. tuvo retrasos en sus pagos, el nivel de ingresos que tuvo durante su préstamo no fueron suficientes debido a gastos diversos, cargas familiares, etc.?	110	53	30	193	57%	27%	16%	100%
P14	¿Ud. tuvo retrasos en sus pagos, este fue causado por no haber evaluado la mejor alternativa de la inversión de su préstamo?	123	25	45	193	64%	13%	23%	100%
	Promedio (cantidad; porcentaje)	124	31	38	193	64%	16%	20%	100%
		Si	A.V	No	Total	Si	A.V	No	Total
P12	¿El destino del préstamo fue invertido realmente en lo acordado con su asesor de negocios, tuvo resultados satisfactorios en el pago de sus cuotas?	105	0	88	193	54%	0%	46%	100%

Los resultados para clientes recurrentes son: Un 64% de prestatarios tuvieron retrasados en sus pagos debido a factores como el endeudamiento, gastos, nivel de ingresos, planificación. Un 54% de prestatarios no tuvieron retrasos en sus pagos debido a que el destino del préstamo fue invertido realmente en lo acordado con su asesor de negocios y por consiguiente tuvo resultados satisfactorios en el pago de sus cuotas, sin embargo es preocupante el restante 46% de prestatarios los cuales tuvieron problemas de puntualidad en pagos. La los ingresos, los gastos, el endeudamiento, la planificación, el destino, son los factores más importantes que influyen en la tasa de morosidad.

CUADRO: N°15
RECORD DE PAGOS DE CLIENTES VIGENTES

Record de pagos de clientes Vigentes - Base de Datos - Mi Banco AG. Puno						
Cumplimiento de Pago	Morosidad					
	(0 Días)	(1-8)	(1-30)	(31-60)	(MAS DE 60)	Mora Total
Nuevos	40	65	28	12	5	110
Recurrentes	152	225	155	10	8	398
Total	192	390	83	22	13	508
	27%	41%	26%	3%	2%	73%
TOTAL						700

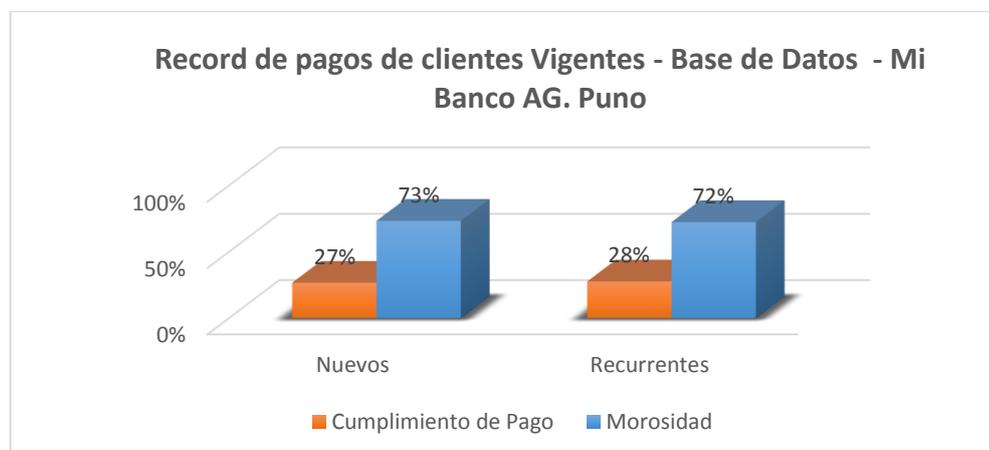
Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

Cuadro de Resumen de la Morosidad

	Cumplimiento de Pago	%	Morosidad	%	TOTAL
Nuevos	40	27%	110	73%	150
Recurrentes	152	28%	398	72%	550

Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

GRAFICO: N°15
RECORD DE PAGOS DE CLIENTES VIGENTES - BASE DE DATOS - MI
BANCO AG. PUNO



"Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

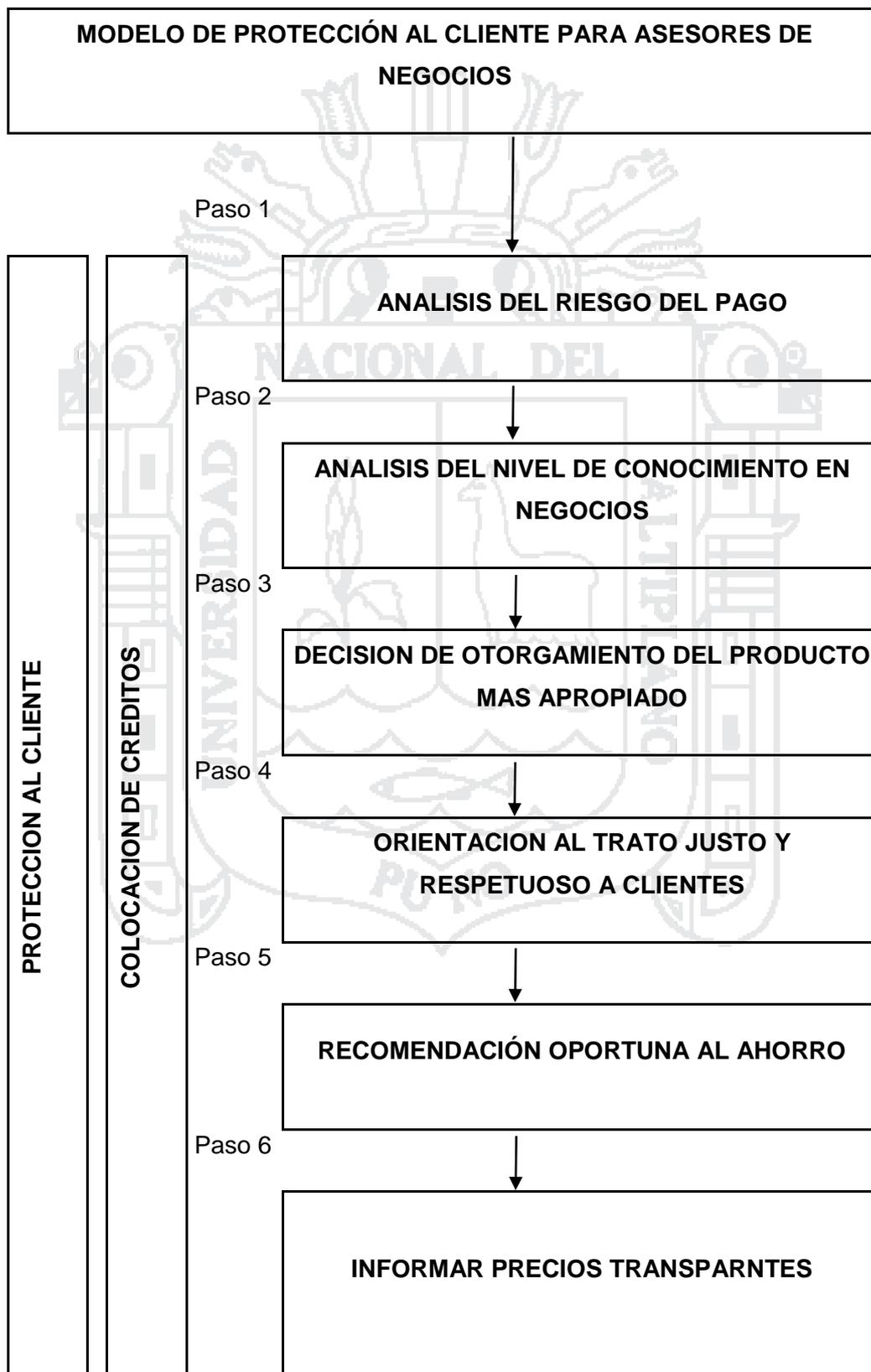
Interpretación:

El reporte de cartera morosa de clientes se muestra mensualmente, cuantos cumplieron y no cumplieron con pagar su cuota puntualmente, en tal sentido reporta a los prestatarios con "0" días de retraso siendo estos clientes puntuales y desde 1 día hasta 60 días de atraso siendo la morosidad de pago. En los clientes nuevos de los 150 de prestatarios 40 (27%) son puntuales, cumplen con pagar sus cuotas, 110 (73%) pagaron sus cuotas con retrasos.

En los clientes recurrentes de los 550 de prestatarios 152 (28%) son puntuales, cumplen con pagar sus cuotas, 398 (72%) pagaron sus cuotas con retrasos. Podemos observar que los clientes recurrentes tienen un nivel más elevado de mora, esto se debe a factores como protección al cliente y aprobación de créditos.

OBJETIVO ESPECÍFICO N°3

Proponer un modelo de protección al cliente para los asesores de negocios y así disminuir la tasa de morosidad.



FORMATO N° 1
PARA ASESORES NEGOCIOS

PASO 1: ANALISIS DEL RIESGO DEL PAGO

El asesor de negocios deberá de identificar el riesgo más bajo de incumpliendo de pago por sobreendeudamiento

A.- ¿Evaluó la el riesgo de sobreendeudamiento del cliente?.....

B.- ¿Utilizo la metodología de evaluación de sobreendeudamiento?.....

PASO 2: ANALISIS DEL NIVEL DE CONOCIMIENTO EN NEGOCIOS

El asesor de negocios deberá de analizar el nivel de conocimientos en temas de negocios del cliente, de tal manera pueda capacitar a su cliente.

A.- ¿Considera Ud. Que su cliente podría caer en mora debido a sus conocimientos en negocios?.....

PASO 3: DECISION DE OTORGAMIENTO DEL PRODUCTO MAS APROPIADO

Se refiere a que los asesores de negocios deben reunir informaciónsuficiente de los Clientes paragarantizar que el productoseguramente satisface lasnecesidades y la capacidad delos clientes.

A.- ¿Considera Ud. que los costos de unproducto se adaptenrazonablemente a la capacidadde pago de sus Clientes?.....

PASO 4: ORIENTACION AL TRATO JUSTO Y RESPETUOSO A CLIENTES

Se refiere a que los asesores de negocios deben de tener un trato justo a todos sus clientes sin considerar su raza,religión, etnicidad, afiliación política, incapacidad o género.

A.- ¿Considera Ud. que el trato justo y respetuoso a un cliente logra la lealtad de sus de sus Clientes?.....

PASO 5: RECOMENDACIÓN OPORTUNA AL AHORRO

Se refiere a que los asesores de negocios deben de orientar a sus clientes lo importante que es ahorrar.

.A.- ¿Considera Ud. Que el crecimiento económico de sus clientes, impulsado por el ahorro, lograra la confianza de sus clientes?.....

PASO 6: INFORMAR PRECIOS TRANSPARNTES

Se refiere a que los asesores de negocio deben cumplir con la debida explicación de tasas de interés, tipo de cambio, sanciones, Primas y tarifas de manera precisa y comprensible.

A. ¿Considera Ud. que explicar los precios transparentes antes de un préstamo, sea beneficiario para a Ud.?



DISCUSION DE RESULTADOS

La protección al cliente es muy importante para evitar la morosidad, con la realización del presente estudio, hemos comprobado que el principal motivo que conlleva a la morosidad es la inadecuada protección al cliente. Como bien sabemos las microfinanzas tienen diferentes objetivos estratégicos, los cuales son beneficiar a las personas y familias o simplemente proveer acceso a servicios financieros. Pero antes de que se cumplan estos objetivos, las instituciones de microfinanzas deben cumplir primero otro objetivo: que los servicios que brindan cumplan estándares de calidad mínima. La protección al cliente cubre varios aspectos del producto y calidad de entrega, desde garantizar que los productos de microcréditos no resulten en un mayor empobrecimiento de los clientes, establecer mecanismos confiables para atender las quejas de los clientes; pero en el fondo, la protección al cliente se basa en una idea evidente: que los clientes deben recibir un trato transparente, respetuoso y prudente.

Según el informe the Smart Campaign (2014), se propone la implementación de la protección al cliente debido a su importancia, la compañía afirma que las instituciones financieras que protegen a los clientes formarán una clientela responsable y leal y a su vez se protegerán de riesgos de reputación que acompañan a las malas prácticas. Este informe menciona que "Oikocredit se convirtió en la primera entidad que utilizó el modelo de the Smart Campaign en el 2012, así mismo ha modificado su proceso operativo para darle una mayor importancia a la protección al cliente".

En los resultados obtenidos podemos observar el uso inadecuado de protección de clientes nuevos y recurrentes, los cuales superan el 50% de desaprobación, es decir que los asesores de negocios en su mayoría consolidan la venta de crédito y termina el contacto con su cliente, debiendo haber bastante comunicación, asesoramiento en negocios, previniéndolo sobre un endeudamiento hasta después del desembolso; así como lo menciona the Smart Campaign y Edgar Gutiérrez; los indicadores de la protección al cliente están débilmente practicadas, prueba de esto se muestran los elevados niveles de

morosidad. Del mismo modo en clientes nuevos nuevos un 53% de prestatarios si logran el monto deseado con los requisitos presentados; sin embargo en los clientes recurrentes se muestra que un 76% de prestatarios logran el monto deseado con los requisitos presentados. Un 89% de prestatarios recibieron la verificación de domicilio antes de su desembolso; sin embargo en los clientes recurrentes se muestra que un 83% no recibieron la verificación de domicilio antes de su desembolso. La atención del préstamo de mayoría de clientes nuevos es de 2 días (74%), sin embargo en los clientes recurrentes la atención es de 1 día (80%), debemos resaltar la protección al cliente esta pobremente establecida en esta entidad financiera, por lo cual se recomienda a dicha entidad implementar la protección al cliente propuesta en esta investigación.

Según Javier Montes (2013). Los factores incidentes en la morosidad de la cartera de clientes se vienen afectados por el nivel de ingresos, egresos, planificación, inversión de capital. Mediante el presente trabajo de investigación hemos comprobado que el sobreendeudamiento es el factor más influyente en el incumpliendo de pago. Así mismo el factor gasto también género un porcentaje muy significado para su influencia en la morosidad. Mediante el record de pagos de clientes podemos analizar la verdadera situación clasificatoria de los clientes, como ejemplo el retraso de 1 a 8 días que según la Central de Riesgos de la superintendencia de Banca y seguros califica como normal, es decir que estos prestatarios en otra entidad están calificados como clientes normales.

CAPITULO V

CONCLUSIONES

PRIMERA: Concluimos que la protección al cliente del asesor de negocios influye significativamente en la tasa de morosidad (a mayor protección al cliente menor morosidad; a menor protección al cliente, mayor morosidad), mediante la ejecución de este trabajo de investigación hemos comprobado que la medida de protección a clientes durante el préstamo es inadecuada; del mismo comprobamos que la mayoría de los factores de morosidad están relacionadas con los indicadores y principios de la protección al cliente. Esta inadecuada practica de protección al cliente se da en la realidad que se ve reflejada notoriamente en los Record de pagos de los clientes, señalamos que Mi Banco tiene una tasa de morosidad de 31% considerando el retraso de 8 días, siendo realmente un 73 % de tasa real de morosidad.

SEGUNDA: Concluimos que el 23% de prestatarios nuevos y 17% de los prestatarios recurrentes recibieron de alguna forma una protección al cliente, como orientación empresarial en negocios, explicación de productos adecuados, atención y resolución oportunas de quejas, orientación al ahorro y precios transparentes siendo un nivel muy bajo de protección al cliente. Del mismo modo señalamos el alto nivel de riesgo de sobreendeudamiento en un 50% en clientes nuevos y 59% en clientes recurrentes.

Del mismo modo concluimos que la entidad brinda muchas facilidades a los prestatarios nuevos para la adquisición de un préstamo, es decir que: el un 53% de prestatarios logran el monto deseado; por lo tanto el otorgamiento de los préstamos nuevos es inadecuado; Un 74% de prestatarios reciben una atención de 2 días para su desembolso el cual es un tiempo corto Así mismo los clientes

recurrentes, la entidad brinda muchas facilidades a los prestatarios recurrentes para la adquisición de un préstamo, es decir: los prestatarios con los requisitos presentados logran el monto deseado (76% de prestatarios), desembolsan sin hacer la verificación (83% de prestatarios), adicionando que la duración de atención es de 1 día (80% de prestatarios). Por lo tanto, el otorgamiento de los préstamos recurrentes es inadecuado.

TERCERA: Se concluye que el sobreendeudamiento, los gastos, los ingresos, la planificación, son los factores más importantes que existen e influyen en la morosidad. Y también forma parte de los indicadores de la protección al cliente, por lo cual es necesario evitar estos factores señalados para cumplir con los créditos otorgados.

Los incumplimientos de pago de los prestatarios según los datos extraídos de la base de datos del reporte de cartera morosa muestran que en los clientes nuevos de los 150 de prestatarios 40 (27%) son puntuales, cumplen con pagar sus cuotas, 110 (73%) pagaron sus cuotas con retrasos y en los clientes recurrentes de los 550 de prestatarios 152 (28%) son puntuales, cumplen con pagar sus cuotas, 398 (72%) pagaron sus cuotas con retrasos.

CUARTA: Con los resultados demostrados concluimos que con la aplicación del modelo de protección al cliente propuesta en el presente trabajo de investigación, disminuirá significativamente la tasa de morosidad de Mi Banco beneficiando a la entidad como a los prestatarios, puesto que los asesores estarán más capacitados en torno a la protección al cliente.

CAPITULO VI

RECOMENDACIONES

PRIMERA: Se recomienda a Mi Banco tomar en cuenta la importancia de la protección al cliente del asesor de negocios puesto que influye significativamente en la tasa de morosidad ya la mayoría que la mayoría de los factores de morosidad están relacionadas con los indicadores y principios de la protección al cliente.

SEGUNDA: Se recomienda capacitar a los asesores de negocios en prácticas de protección al cliente, considerando los indicadores señalados en este trabajo de investigación, para así obtener una buena cartera de clientes y disminuya la tasa de morosidad. Del mismo modo se recomienda a los asesores de negocios de no dar muchas facilidades a los prestatarios principalmente recurrentes, a pesar del cumplimiento de metas e incentivos personales, concientizando el verdadero valor de calidad de cartera con mínimas posibilidades de morosidad.

TERCERA: Se recomienda informar y prevenir a los prestatarios, los factores más influyentes en la morosidad de pago para que puedan responder adecuadamente a sus necesidades, administrando eficiente su nivel de ingresos, su nivel de egresos, las deudas en otras entidades financieras, el destino de préstamo, entre otros; cuales son factores más importantes en el incumplimiento de pago; del tal modo se beneficien a sí mismos como también la entidad financiera.

CUARTA: Se recomienda a los asesores de negocios de Mi Banco, utilicen la propuesta del presente trabajo de investigación para así disminuir la tasa de morosidad, considerando la importancia de la protección al cliente.

CAPITULO VII

REFERENCIAS

- AGUILAR, G. (2010: pp.130-147), El apalancamiento financiero y el VAN. En J. Pérez (Ed.), La estructura del lenguaje financiero. Arequipa.
- CAMACHO, J. (2015), Dinamizando la protección al clientens en las microfinanzas. Bogota.
- Catálogo de productos (MI BANCO 2015). Lima.
- CORNEJO, J. (2013), Tesis Digital: Analisis de la morosidad de las instituciones financieras. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima.
- CUELLAR, A. (2008), Introducción a la banca. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima.
- CHOISY, E. (2014), Modelo de Ley y Comentario para la Protección del Consumidor Financiero.USA
- CHAFFIN,M. (2015), Implementando la Dinámica de Protección al Usuario.USA
- FERNANDEZ, J. (2011), El control del riesgo crediticio mediante una adecuada implementacion de Asesoramiento. Lima.
- Gómez, J. (2009), Los créditos y la morosidad. Cusco.
- Gutiérrez, E. (2012).Conceptos de protección al cliente. Lima.
- HASTINGS,A. (2015), Protección del Consumidor Frente a la Publicidad.USA
- HERNÁNDEZ S. (2003), Investigacion I.(2a. ed.) Arequipa.

MONTES, J. (2013), Tesis Digital: Manual de políticas, procedimientos y metodologías para la administración. Los riesgos microfinancieros. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima.

Metodología de Evaluación Crediticia (MI BANCO 2015).

Pedro, A. (2004). Aspectos generales de morosidad .Arequipa

ROZAS, D. (2011), Implementacion de los principios de Proteccion al Cliente en las Microfinanzas.

ROZAS, D. (2014), en el informe “En microfinanzas, nuestros clientes son lo primero”

(Reglamento De Créditos Mi Banco 2015). Lima.

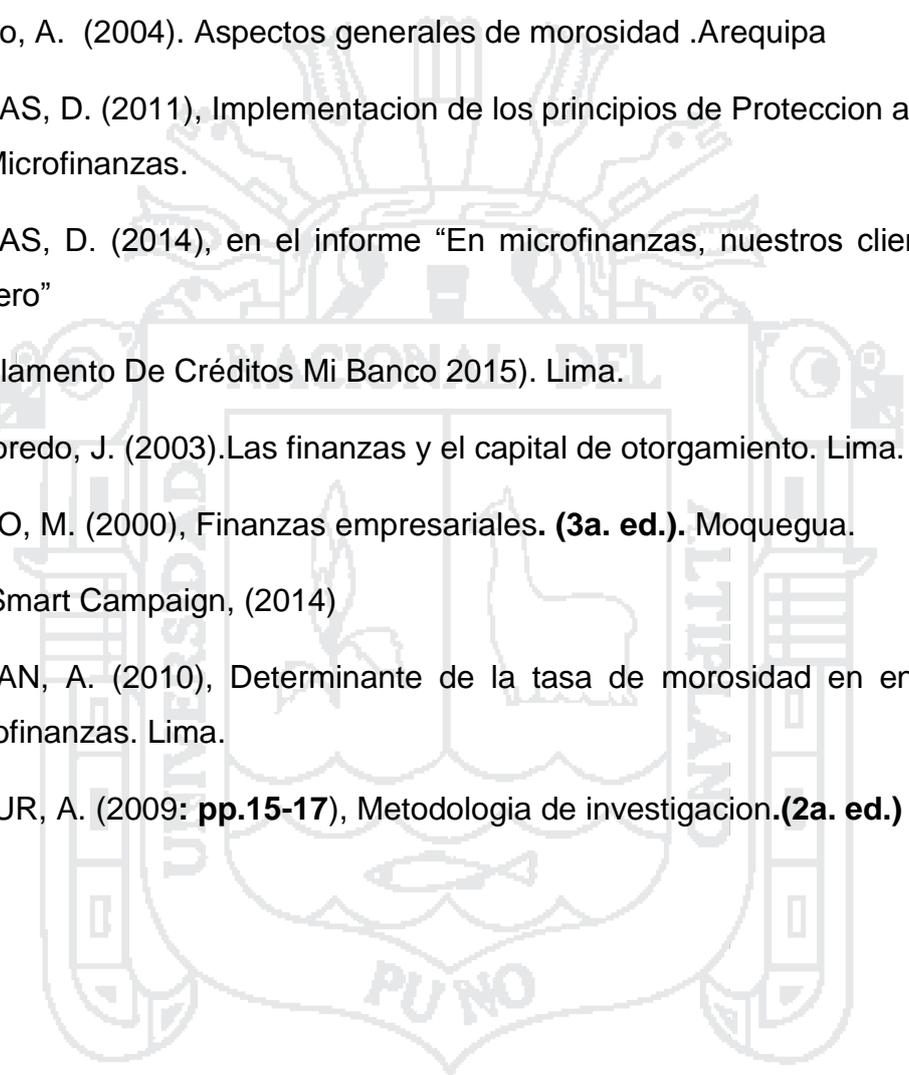
Reboredo, J. (2003).Las finanzas y el capital de otorgamiento. Lima.

SOTO, M. (2000), Finanzas empresariales. **(3a. ed.)**. Moquegua.

the Smart Campaign, (2014)

TERAN, A. (2010), Determinante de la tasa de morosidad en entidades de microfinanzas. Lima.

TAFUR, A. (2009: **pp.15-17**), Metodologia de investigacion.**(2a. ed.)** Piura.





ANEXOS

ANEXOS
CUESTIONARIO DE PROTECCION AL CLIENTE

PROTECCION AL CLIENTE 2015

APELLIDOS Y

NOMBRES: _____

DIRECCION: _____

DNI: _____ EDAD: _____

MARQUE CON UNA "X" SU RESPUESTA

- A) Cliente Nuevo B) Cliente Recurrente

MARQUE CON UNA "X" SU RESPUESTA		SI	A.V	NO
1	¿Su Asesor de Negocios le capacita constantemente en temas de negocios?			
2	¿Recibio Ud. Una buena explicacion sobre que productos pudiera adquirir?			
3	¿Recibe Ud. una buena atención cuando se le presente una queja?			
4	¿Su Asesor de Negocios le da charlas sobre lo importante que es ahorrar?			
5	¿Al momento de su desembolso, la cuota fue la misma que le había indicado su Asesor?			
6	¿Ud. tuvo retrasos en sus pagos, este fue causado por el endeudamiento con otras entidades?			
7	¿Los gastos que realizo influyeron en el incumplimiento de sus cuotas?			
8	¿Ud. tuvo retrasos en sus pagos, el nivel de ingresos que tuvo durante su prestamo no fueron suficientes debido a gastos diversos, cargas familiares, etc?			
9	¿Ud. tuvo retrasos en sus pagos, este fue causado por no haber evaluado la mejor alternativa de la inversion de su prestamo?			

MARQUE CON UNA "X" SU RESPUESTA		SI	NO
10	¿Con los requisitos presentados para su préstamo, pudo lograr el monto deseado?		
11	¿A Ud. Le verificaron su domicilio antes de su desembolso?		
12	¿El destino del prestamo fue invertido realmente en lo acordado con su asesor de negocios, tuvo resultados satisfactorios en el pago de sus cuotas?		
13	¿El tiempo de duración para su atención fue de cuantos dias?		

- A) 1 Dia
B) 2 Dias
C) 3 Dias

RESUMEN DE LA ENCUESTA REALIZADA													
CLIENTES NUEVOS													
	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14
1	1	3	2	1	3	3	2	1	3	1	1	3	1
2	3	2	3	3	3	1	1	1	1	1	3	1	1
3	1	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	1	3
4	3	1	3	3	1	1	2	1	1	1	1	3	2
5	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	3	1
6	3	3	1	3	3	3	2	3	1	1	3	1	1
7	3	1	3	3	3	1	1	1	1	1	1	2	3
8	2	3	3	2	3	3	2	1	1	3	3	1	1
9	3	2	3	3	2	1	2	1	2	1	1	3	1
10	2	1	1	1	2	3	3	1	1	1	3	1	2
11	3	3	2	3	3	1	2	1	1	1	1	2	1
12	3	2	2	3	3	3	2	1	3	1	3	1	1
13	3	1	3	3	3	1	2	1	3	3	1	3	3
14	2	3	2	3	3	1	1	1	2	2	1	2	3
15	3	3	1	3	3	3	2	1	1	1	3	1	1
16	3	2	3	3	2	1	3	3	1	1	1	1	1
17	1	3	3	1	3	3	2	1	2	1	3	3	1
18	3	1	3	3	3	1	2	1	3	1	1	1	2
19	2	1	3	1	3	3	2	1	2	3	3	1	3
20	3	2	1	3	2	1	1	1	1	1	1	2	1
21	3	1	1	2	2	3	2	1	1	3	3	1	2
22	3	3	3	3	3	1	2	3	1	3	1	1	1
23	1	3	3	1	2	3	2	1	1	1	3	3	3
24	2	3	2	2	3	1	2	1	3	1	1	2	1
25	3	3	2	3	3	3	2	1	2	3	3	1	3
26	2	3	3	1	3	1	3	1	1	2	1	1	2
27	1	2	3	1	2	3	1	3	1	3	3	1	1
28	1	3	3	3	3	1	2	1	1	1	1	2	1
29	2	1	2	2	2	3	2	1	1	1	3	3	2
30	3	1	1	3	1	1	2	1	2	2	1	1	3
31	3	3	3	2	3	3	2	1	2	1	3	2	3
32	3	3	1	3	3	1	1	1	1	3	1	1	1
33	1	2	3	1	2	3	3	3	1	1	3	2	1
34	3	1	1	3	2	1	2	1	1	1	1	1	1
35	3	3	2	3	2	3	2	1	1	3	3	3	3
36	2	3	3	2	3	1	2	1	3	1	1	2	1
37	3	3	2	3	3	3	1	1	1	1	3	1	1
38	1	2	3	1	2	1	2	1	1	3	1	1	2
39	2	1	3	1	1	3	2	3	2	3	3	2	1
40	3	3	2	3	3	1	2	1	1	2	1	3	1
41	1	1	1	1	2	3	2	1	1	3	3	2	3
42	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1
43	2	1	3	2	1	3	2	1	1	3	3	1	3
44	1	2	3	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1
45	3	3	2	3	3	3	2	1	1	3	3	3	1
46	3	3	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	3
47	3	3	3	3	3	3	3	1	1	3	3	1	3
48	2	3	3	2	3	1	2	1	1	1	1	2	1
49	1	2	1	1	2	3	2	1	1	2	3	1	2
50	2	1	3	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1
51	3	3	3	3	3	1	2	1	2	3	1	2	3
52	2	3	3	1	3	3	2	1	3	1	3	1	1
53	1	3	1	1	3	1	3	1	1	1	1	1	1

	LEYENDA	P8
1	SI	1 día
2	ALGUNAS VECES	2 días
3	NO	3 días

RESUMEN DE LA ENCUESTA REALIZADA													
CLIENTES RECURRENTES													
	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14
1	2	3	3	2	1	1	1	3	1	1	3	2	2
2	3	3	1	3	3	1	1	3	1	3	3	1	1
3	1	1	2	3	3	3	3	1	3	1	3	3	1
4	2	3	3	2	3	1	1	3	1	3	1	2	2
5	3	2	3	3	2	3	1	3	1	1	3	1	1
6	3	3	2	3	3	1	2	1	2	3	1	1	1
7	1	2	3	1	2	1	1	3	1	2	1	2	2
8	2	3	3	2	3	3	1	3	1	1	3	1	1
9	3	2	1	3	3	1	2	3	1	3	1	1	1
10	1	2	3	1	2	3	1	3	2	1	3	2	2
11	3	1	1	3	1	1	3	3	3	1	1	3	3
12	1	3	3	3	3	1	2	3	1	2	3	1	1
13	3	3	3	3	3	1	1	3	1	1	3	1	1
14	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3
15	3	2	2	3	2	1	2	3	3	1	1	1	1
16	1	3	3	1	3	1	1	3	1	2	3	3	3
17	3	3	3	3	3	1	1	3	1	1	3	1	1
18	2	1	2	2	1	3	1	3	1	3	1	2	3
19	3	3	3	3	3	1	2	1	1	1	1	1	1
20	1	1	2	1	1	1	1	3	2	1	3	1	1
21	3	3	3	3	3	3	1	3	3	1	1	1	1
22	2	1	3	2	1	1	2	3	1	2	1	2	2

23	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	3	1
24	1	2	2	1	3	3	1	3	1	1	1	1	1
25	3	3	3	3	3	1	1	3	1	1	3	1	1
26	3	3	3	3	3	3	2	3	1	2	1	2	2
27	1	2	1	1	3	1	1	3	3	2	1	1	1
28	3	3	3	3	3	3	1	3	1	1	3	1	1
29	3	2	2	3	3	1	2	3	3	3	1	2	3
30	2	3	3	2	3	3	1	1	1	3	3	3	1
31	1	3	2	1	3	1	1	3	1	3	1	1	1
32	3	3	3	3	3	3	2	3	2	1	3	1	1
33	3	2	1	3	3	1	1	3	1	1	3	2	3
34	2	3	2	2	3	3	1	3	3	1	1	1	1
35	3	3	3	3	3	1	1	3	1	1	1	1	1
36	1	1	2	1	1	1	2	3	1	1	3	1	1
37	1	3	3	3	3	3	1	1	2	1	1	2	2
38	3	2	1	3	2	1	1	3	1	1	3	1	1
39	2	3	3	2	3	1	2	3	3	1	3	1	1
40	3	2	3	3	3	3	1	3	1	3	1	1	1
41	2	3	2	2	3	1	1	3	2	2	1	2	2
42	3	1	3	3	3	3	2	3	1	2	3	1	1
43	2	2	3	2	2	1	1	3	3	1	1	1	1
44	2	3	3	2	3	3	1	3	1	1	3	1	1
45	1	2	3	3	2	1	1	3	1	1	1	2	3
46	3	2	2	3	3	1	2	3	1	3	1	1	1
47	3	3	3	3	3	3	1	3	2	2	3	3	2

48	2	2	1	2	2	1	2	3	3	3	1	1	1
49	2	3	3	2	3	1	1	3	1	1	1	2	3
50	3	2	3	3	3	1	2	3	1	1	3	3	2
51	3	3	1	3	3	1	2	3	2	1	1	1	1
52	1	2	3	3	2	1	2	3	2	2	1	1	1
53	3	3	2	3	3	3	1	3	1	1	3	2	3
54	1	3	2	1	3	1	1	3	3	1	1	3	3
55	3	2	3	3	2	1	1	3	1	1	3	1	1
56	1	3	2	3	3	3	1	3	3	1	1	1	1
57	3	1	3	3	1	1	2	3	1	1	1	2	2
58	2	2	2	2	2	3	1	3	1	2	3	3	1
59	3	3	1	3	3	1	1	3	1	1	1	1	1
60	3	1	3	3	3	1	1	3	1	1	1	2	3
61	2	3	3	2	3	3	1	3	1	1	3	1	1
62	3	2	2	3	2	1	1	3	1	1	1	3	2
63	2	2	1	2	2	1	2	3	1	1	3	1	1
64	3	3	2	3	3	3	1	3	1	1	1	2	3
65	3	2	2	3	3	1	1	3	3	1	1	1	1
66	3	3	3	3	3	1	2	3	2	1	1	3	3
67	2	2	2	2	3	3	1	3	2	2	3	2	2
68	3	3	1	3	3	1	1	3	1	1	1	1	1
69	3	2	3	3	2	1	1	3	1	1	1	1	1
70	1	3	3	1	3	3	2	3	1	1	3	3	2
71	3	2	2	3	3	1	1	1	3	1	3	1	1
72	2	3	3	2	3	1	1	3	2	2	3	1	1

73	3	2	2	3	2	3	1	3	1	1	1	2	3
74	2	2	1	2	2	1	2	3	1	3	1	1	1
75	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	1	1	1
76	1	2	3	1	2	3	1	3	1	1	3	3	1
77	2	3	2	2	3	1	1	3	2	1	1	2	3
78	3	3	2	3	3	1	1	3	1	3	3	1	1
79	2	3	2	2	3	3	2	3	1	2	1	1	1
80	2	2	3	2	2	1	1	3	1	3	1	1	1
81	1	3	3	3	3	1	1	3	1	1	3	2	2
82	2	2	2	2	2	3	1	3	1	1	1	3	1
83	3	1	1	3	1	1	2	1	2	2	1	1	1
84	2	3	3	2	3	3	1	3	1	1	3	2	2
85	3	3	2	3	3	3	1	3	1	3	1	1	1
86	2	2	3	2	2	1	2	3	1	1	3	2	3
87	3	2	1	3	2	1	1	3	1	1	3	1	1
88	3	2	2	3	2	1	1	1	1	2	1	3	1
89	2	3	3	2	3	1	1	3	1	1	1	2	3
90	3	3	2	3	3	3	1	3	1	1	3	1	1
91	1	2	3	1	2	3	2	3	1	3	3	1	1
92	2	1	3	2	1	3	1	1	2	3	1	2	2
93	3	3	2	3	3	3	1	1	1	2	1	3	3
94	1	2	1	1	2	1	1	3	1	1	3	2	3
95	3	3	3	3	3	1	1	3	1	1	1	1	1
96	2	1	3	2	1	1	1	3	1	3	1	1	1
97	2	2	3	2	2	1	1	3	2	1	1	1	1

98	3	3	2	3	3	3	1	1	1	2	1	3	3
99	2	2	1	2	2	1	1	3	1	1	3	1	1
100	3	3	3	3	3	1	3	3	1	3	1	1	1
101	2	3	3	2	3	3	1	3	1	1	1	2	2
102	1	2	1	1	2	1	1	3	1	2	1	1	1
103	2	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
104	3	3	3	3	3	3	1	3	2	3	3	2	2
105	2	3	3	2	3	1	1	3	3	1	1	3	3
106	1	3	1	1	3	1	3	3	1	1	3	1	1
107	2	2	3	2	2	3	1	3	1	3	1	1	1
108	2	1	3	2	1	1	1	3	2	3	3	2	2
109	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1
110	2	3	3	2	3	3	3	3	3	1	3	2	3
111	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1
112	3	3	3	3	3	1	1	3	1	1	1	1	1
113	3	3	1	3	3	3	1	3	2	3	3	1	1
114	2	3	3	2	3	1	1	1	1	1	1	2	3
115	3	1	3	3	1	1	1	3	1	1	1	1	1
116	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	1	1	1
117	1	3	1	3	3	1	1	1	1	1	3	2	2
118	3	3	3	3	3	1	2	3	2	1	3	1	1
119	3	3	3	3	3	3	1	3	1	3	1	1	1
120	2	3	3	2	3	1	1	3	1	1	1	2	3
121	2	3	3	2	3	1	1	1	3	1	1	1	1
122	2	1	3	2	1	3	1	3	1	1	1	2	3

123	3	3	1	3	3	1	3	3	2	1	3	2	3
124	3	3	3	3	3	3	1	3	1	3	1	1	1
125	2	3	3	3	3	1	1	3	3	1	1	1	1
126	1	1	3	3	1	1	1	3	1	1	3	1	1
127	3	3	3	3	3	3	1	3	2	1	1	2	2
128	2	3	3	3	3	1	1	3	1	1	3	1	1
129	3	3	3	3	3	1	1	3	1	3	3	1	1
130	1	3	1	1	3	1	3	3	1	1	1	2	3
131	2	3	3	2	3	1	1	3	1	3	1	1	1
132	3	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	2	2
133	2	3	3	2	3	1	1	3	3	3	1	1	1
134	3	3	3	3	3	1	1	3	1	3	3	2	3
135	3	3	1	3	3	1	1	1	1	1	3	1	1
136	2	3	3	2	3	1	1	3	1	1	3	1	1
137	1	3	3	1	3	1	1	3	1	3	3	2	3
138	3	3	1	3	3	1	1	3	3	1	1	1	1
139	3	1	3	3	1	1	1	1	1	3	3	1	1
140	3	3	3	3	3	1	1	3	1	1	3	2	3
141	2	3	3	3	3	1	1	3	1	1	1	1	1
142	1	3	3	1	3	1	1	3	1	1	3	3	1
143	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	3	2	3
144	3	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1
145	1	3	1	1	3	1	1	3	1	1	3	1	1
146	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	2	3
147	3	1	3	3	1	1	1	3	1	1	1	3	3

148	3	3	1	3	3	1	1	3	1	1	3	2	3
149	1	3	3	1	3	1	3	1	3	1	1	1	1
150	3	3	3	3	3	1	1	3	1	1	3	1	1
151	3	3	2	3	3	1	1	3	1	3	3	2	3
152	3	3	3	3	3	1	3	1	1	1	1	1	1
153	3	3	1	3	3	1	1	3	1	1	3	3	1
154	3	1	2	3	1	1	1	3	3	1	3	1	1
155	3	3	3	3	3	1	1	3	1	1	1	2	2
156	1	3	3	1	3	1	1	1	1	3	3	1	1
157	3	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	1
158	3	3	2	3	3	1	1	3	1	1	3	3	3
159	3	3	3	3	3	1	1	1	3	1	3	2	3
160	1	3	1	1	3	1	1	3	1	3	1	1	1
161	3	3	3	3	3	1	1	3	1	1	1	2	2
162	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	3	3	1
163	3	2	3	3	2	1	1	3	1	1	3	1	1
164	3	3	2	3	3	1	1	3	3	3	1	1	1
165	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	2	3
166	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1
167	3	2	3	3	2	1	3	3	1	1	1	3	3
168	3	3	2	3	3	1	1	3	1	3	1	2	3
169	3	1	3	3	1	1	1	1	1	1	3	1	1
170	3	3	1	3	3	1	1	3	1	1	1	2	3
171	3	1	3	3	1	1	1	3	3	3	1	1	1
172	3	3	2	3	3	1	1	3	1	1	3	1	1

173	1	3	3	1	3	1	1	3	1	1	3	3	1
174	3	3	1	3	3	1	1	3	1	2	1	2	3
175	3	1	3	3	1	1	1	1	1	1	3	1	1
176	3	3	3	3	3	1	1	3	3	1	3	1	1
177	3	2	1	3	2	1	1	3	1	1	1	1	1
178	1	3	3	1	3	1	1	3	1	2	3	3	1
179	3	1	3	3	1	1	1	3	1	3	1	1	1
180	3	3	2	3	3	1	1	3	1	1	1	1	1
181	1	3	1	1	3	1	1	1	3	1	3	1	1
182	3	3	3	3	3	1	1	3	1	2	3	3	1
183	3	1	3	3	1	1	1	3	1	3	1	1	1
184	3	3	2	3	3	1	1	3	1	1	3	1	1
185	3	3	3	3	3	1	1	3	3	1	1	1	1
186	3	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	3
187	3	3	1	3	3	1	1	3	1	1	3	1	1
188	1	3	3	1	3	1	1	3	1	2	1	1	1
189	3	2	2	3	2	1	1	3	3	3	3	1	1
190	3	1	3	3	1	1	1	3	1	1	1	3	3
191	1	3	2	1	3	1	1	3	1	1	1	1	1
192	3	3	3	3	3	1	1	3	1	1	3	1	1
193	3	2	2	3	2	1	1	3	3	1	1	3	3

	LEYENDA	P8
1	SI	1 dia
2	ALGUNAS VECES	2 dias
3	NO	3 dias

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES
"PROTECCION AL CLIENTE Y SU INFLUENCIA EN LA TASA
DE MOROSIDAD DE MI BANCO AGENCIA PUNO 2015"
"CUSTOMER PROTECTION AND ITS INFLUENCE IN THE
DAMAGE RATE OF MY BANK AGENCIA PUNO 2015"

ARTICULO CIENTIFICO

PRESENTADO POR:

YENNIFER IRENE VILCA CARBAJAL

DIRECTOR DE TESIS

:



.....
M.Sc. HUGO FREDY CONDORI MANZANO

COORDINACION DE

:

.....
M.Sc. PERCY QUISPE PINEDA

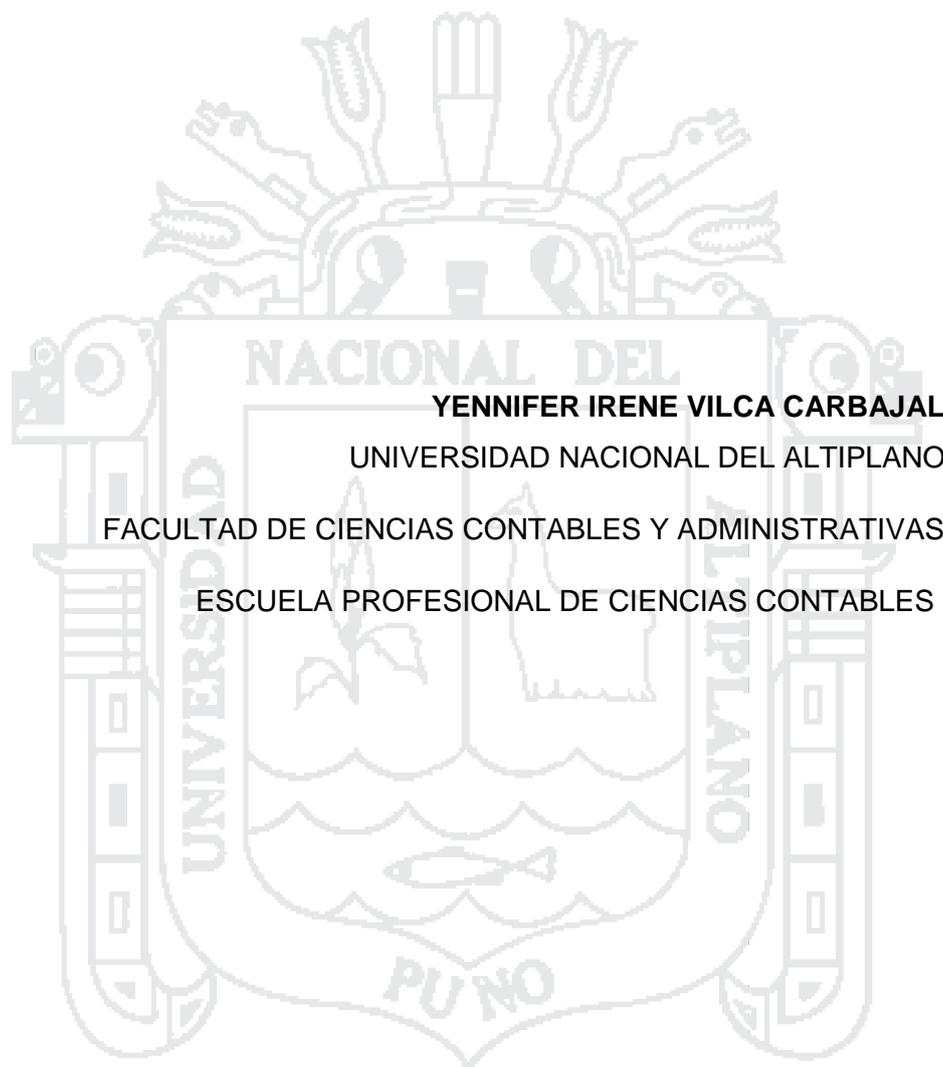
INVESTIGACION

PUNO – PERÚ

2016

“PROTECCION AL CLIENTE Y SU INFLUENCIA EN LA TASA DE MOROSIDAD DE
MI BANCO AGENCIA PUNO 2015”

CUSTOMER PROTECTION AND ITS INFLUENCIA ON THE DAMAGE RATE OF MY
BANK AGENCIA PUNO 2015



ARTICULO CIENTIFICO

“PROTECCION AL CLIENTE Y SU INFLUENCIA EN LA TASA DE MOROSIDAD DE MI BANCO AGENCIA PUNO 2015”

CUSTOMER PROTECTION AND ITS INFLUENCIA ON THE DAMAGE RATE OF MY BANK AGENCIA PUNO 2015

AUTOR: YENNIFER IRENE VILCA CARBAJAL

CORREO ELECTRONICO: yivilcac_93hotmail.com

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación se ha determinado la influencia de la protección al cliente del asesor de negocios en la tasa de morosidad, vale decir que a mayor protección al cliente menor morosidad; del mismo modo que a menor protección al cliente, mayor tasa de morosidad.

Mediante el desarrollo del trabajo de investigación se determinó la medida del de protección, el resultado fue que un 54% de prestatarios nuevos recibieron una inadecuada protección al cliente, el cual recae directamente al problema de morosidad, del mismo modo en clientes recurrentes se obtuvo un resultado que un 61% de los prestatarios recibieron una inadecuada protección al cliente, la diferencia entre prestatarios nuevos y recurrentes debe a las metodología de evaluación y otorgamiento de préstamos. Para esta investigación se tomó como población total la cartera vigente de clientes recurrentes (550) y nuevos (150), haciendo un total de 700 clientes. Se determinó de acuerdo a la formula estadística de Hernández Sampieri, teniendo una muestra de 193 recurrentes y 53 clientes nuevos. Por último, se realizó un análisis a la tasa de morosidad considerando los días de atraso en los pagos de clientes del cual se obtuvo resultados como que en clientes nuevos de los 150 de prestatarios 40 (27%) son puntuales, cumplen con pagar sus cuotas, 110 (73%)

pagaron sus cuotas con retrasos y en los clientes recurrentes de los 550 de prestatarios 152 (28%) son puntuales, cumplen con pagar sus cuotas, 398 (72%) pagaron sus cuotas con retrasos.

En ese entender el presente artículo científico se ha desarrollado de la siguiente manera:

En el Capítulo I se muestra la introducción al problema y la justificación de la misma para la realización del presente trabajo de investigación. En el Capítulo II, se realizó la revisión literaria incluyendo el marco teórico y antecedentes. En el Capítulo III nos referimos a los materiales y métodos utilizados en el proceso de investigación con los respectivos resultados obtenidos. En el Ítem IV presentamos la discusión de resultados, relacionándolo con otros autores y trabajos anteriores. Y por último en el Capítulo V - VI, determinamos las conclusiones y recomendaciones finales de la investigación.

Palabras Claves:

Protección al cliente, morosidad, asesoramiento, endeudamiento, aprobación de créditos.

ABSTRACT

In the present work of investigation has been determined the influence of the protection to the client of the business adviser in the rate of delinquency, that is to say to a greater protection to the client less delinquency; As well as lower customer protection, higher delinquency rate.

Through the development of the research work, the protection measure was determined, with the result that 54% of new borrowers received inadequate protection to the client, which is directly related to the problem of delinquency, in the same way in recurrent clients a As a result, 61% of borrowers received inadequate customer protection, the difference between new and recurring borrowers is due to loan evaluation and lending methodology. For this investigation, the current population of recurrent clients (550) and new clients (150) was taken as the total population, making a total of 700 clients. It was determined according to the statistical formula of Hernández Sampieri, having a sample of 193 recurrent and 53 new clients. Finally, an analysis was made of the delinquency rate, considering the days of arrears in payments of clients, from which results were obtained, as in new clients of the 150

borrowers 40 (27%) are punctual, comply with paying their fees, 110 (73%) paid their installments with delays and in the recurrent clients of the 550 of the borrowers 152 (28%) are punctual, they fulfill their payments, 398 (72%) paid their arrears.

In this understanding the present scientific article has been developed as follows:

Chapter I shows the introduction to the problem and its justification for carrying out the present research work. In Chapter II, the literary revision was carried out including the theoretical framework and background. In Chapter III we refer to the materials and methods used in the research process with the respective results obtained. In Item IV we present the discussion of results, relating it with other authors and previous works. And finally in Chapter V - VI, we determine the conclusions and final recommendations of the investigation.

Keywords:

Customer protection, delinquency, advice, indebtedness, credit approval.

INTRODUCCIÓN

La principal razón que me motivó a la elección de esta investigación fue la observación y la interacción directa con el problema de morosidad que hoy en día se manifiesta en la mayoría de clientes de diferentes entidades financieras. Como sabemos la morosidad es un problema que a menudo se da y resulta difícil de controlar, la morosidad perjudica a directamente a entidades financieras; sin embargo los más perjudicados son los clientes; es decir que las personas al obtener una mala calificación crediticia son restringidos de cierta forma al acceso al crédito, de ese modo el cliente pierde oportunidades para su desarrollo. Entre los diversos factores asociados a la morosidad se tiene la experiencia en créditos con otras entidades financieras, la inadecuada planificación y desvío de destino de crédito, el endeudamiento de pagos, el asesoramiento en negocios, tasa de interés, entre otros; sin embargo en muchos de estos indicadores relacionan el proceso hasta el desembolso de crédito, debiendo ser hasta la recuperación total del capital. Cabe mencionar que muchos de los asesores de negocios en su mayoría consolidan la venta de crédito y casi siempre terminan el contacto con su cliente, debiendo haber bastante comunicación, asesoramiento en negocios, previniéndolo sobre un endeudamiento hasta después del desembolso.

Como problema general tenemos: Determinar la influencia de la protección al cliente del asesor de negocios en la tasa de morosidad de mi banco agencia Puno, periodo 2015, El problema de la protección al cliente se basa fundamentalmente en el esfuerzo máximo que hace el asesor de negocios, es decir ponerse en el lugar del cliente, de tal forma se brinde una mejor atención.

Como hipótesis general tenemos la inadecuada protección al cliente influye significativamente en la tasa de morosidad de mi banco agencia. Puno, periodo 2015, El problema de morosidad tiene como factores principales la falta de experiencia crediticia, inadecuada planificación, desvío de destino de crédito, endeudamiento, asesoramiento en negocios, entre otros.

MATERIAL Y MÉTODOS

Métodos

Los métodos empleados para esta investigación y la obtención de resultados fueron los siguientes:

Método analítico.- Este método permitió estudiar el problema general y las variables de investigación. El método analítico se utilizó en la elaboración del proyecto de investigación definiendo el planteamiento del problema, las revisiones teóricas y/o antecedentes relacionados al tema.

Método deductivo.- Este método se utilizó para la formulación y contrastación de hipótesis de acuerdo a los resultados obtenidos. El método deductivo se utilizó para la elaboración de las conclusiones finales del trabajo de investigación, tomado en cuenta el análisis de los resultados obtenidos.

Método sintético.- Este método nos sirvió para formular la interrogante general del trabajo y la elaboración del marco teórico y conceptual, enfocando los indicadores de las variables de investigación. El método sintético se utilizó para respaldar teóricamente nuestras hipótesis.

.La población y Muestra

La población está conformada por el total de clientes de cartera vigente de MI BANCO Ag Puno. La cual se encuentra ubicada en Jr. Puno 334. Esta Agencia cuenta con 21 asesores de negocios y con 700 clientes activos entre nuevos y recurrentes.

Tabla 01
Cientes en Cartera

Cientes	Total
Recurrentes	550
Nuevos	150
Total	700

Fuente: base de datos de la Mi Banco” 2015.”
Elaboración propia.

Del total de la cartera vigente, se subdividió la población total en prestatarios recurrentes (550) y nuevos (150). La muestra se determinó de acuerdo a la formula estadística de Hernández Sampieri, que está desarrollada a continuación:

Calculo de la muestra para prestatarios recurrentes.

$$n = \frac{(1.96*1.96)*0.5*0.5*550}{(0.05*0.05)*(550-1)+(1.96*1.96)*0.5*0.5}$$

N=193 prestatarios recurrentes

Y del mismo modo se determinó el tamaño de la muestra para prestatarios nuevos el cual se obtuvo el siguiente resultado.

$$n = \frac{(1.96*1.96)*0.5*0.5*150}{(0.05*0.05)*(150-1)+(1.96*1.96)*0.5*0.5}$$

N=53 prestatarios nuevos

Materiales

- Ley N° 29571: Código de Protección y Defensa del Consumidor
- “Manual de Atención al Cliente”
- Metodología de Evaluación Crediticia (Mi Banco 2015)
- Catálogo de Productos mi Banco
- Ley N° 28587 (Ley complementaria a la Ley de protección al consumidor en materia de servicios financieros)
- Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros, Ley N° 26702

RESULTADOS

Objetivo específico 01 Esta primera parte determina la medida en que realiza la protección al cliente durante el préstamo, el cual está vinculado directamente con el problema y la hipótesis de investigación.

Tabla 02
ORIENTACIÓN EMPRESARIAL AL CLIENTE

¿Su Asesor de Negocios le orienta constantemente en temas de negocios?				
OPCION	Clientes Nuevos	PORCENTAJE	Clientes Recurrentes	PORCENTAJE
Si	12	23%	38	20%
Algunas Veces	14	26%	48	25%
No	27	51%	107	55%
Total	53	100%	193	100%

Fuente: “Encuesta de la protección al cliente” 2015.
Elaboración propia.

En los clientes recurrentes se puede observar que un 55% de prestatarios no recibieron orientación constante en temas referidos a negocios, esto es porque los clientes anteriormente ya contaron con un préstamo y cuenta con alguna experiencia, sin embargo el porcentaje sigue siendo desfavorable puesto que el asesor de negocios le resto atención adecuada. Y en una minoría un 20% y 25% de prestatarios de alguna forma si recibieron orientación constante en temas de negocios.

En los clientes nuevos se puede observar que un 51% de prestatarios no recibieron orientación constante en temas referidos a negocios, es decir que los clientes corren el riesgo en retrasarse con los pagos debido a su inexperiencia en negocios como el conocimiento de costos y gastos, ideas de negocios, zonas de ventas, productos de temporada, etc. Mientras que en una minoría de un 23% y 26% de prestatarios de alguna forma si recibieron orientación constante en temas de negocios debido a sus pretensiones y algunas experiencias familiares.

Tabla 03
DISTRIBUCION APROPIADA DE PRODUCTO AL CLIENTE

¿Recibió Ud. ¿Una buena explicación sobre qué productos pudiera adquirir?				
OPCION	Clientes Nuevos	PORCENTAJE	Clientes Recurrentes	PORCENTAJE
Si	15	28%	33	17%
Algunas Veces	10	19%	45	23%
No	28	53%	115	60%
Total	53	100%	193	100%

Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

En los clientes recurrentes se puede observar que un 60% no recibieron una buena comprensión sobre qué productos puedo adquirir, con esto podemos observar que los asesores de negocio no brindan a conocer cuáles son los productos adecuados para dichos clientes, esto quiere decir que los clientes corren el riesgo en retrasarse con los pagos debido al producto inadecuado para ellos. Y en una minoría un 17% y 23% de alguna forma si reciben una explicación sobre los productos adecuados.

En los clientes nuevos se puede observar que un 53% no recibieron una buena comprensión sobre qué productos puedo adquirir, con esto podemos observar que los asesores de negocio no brindan a conocer cuáles son los productos debido al producto inadecuado para ellos. Adecuados para dichos clientes, esto quiere decir que los clientes corren el riesgo en retrasarse con los pagos pagos Mientras que en una minoría de un 28 % y 19% de alguna forma si reciben una explicación sobre los productos adecuados.

Tabla 04

MECANISMOS DE RECIBIR Y RESOLVER QUEJAS

¿Recibe Ud. una buena atención cuando se le presenta una queja?				
OPCION	Cientes Nuevos	PORCENTAJE	Cientes Recurrentes	PORCENTAJE
Si	13	25%	37	19%
Algunas V.	11	21%	42	22%
No	29	55%	114	59%
Total	53	100%	193	100%

Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

En los clientes recurrentes se puede observar que un 59% no recibieron una buena atención cuando se le presenta una queja. Y en una minoría un 19% y 22% de alguna forma si están conformes con la resolución de alguna queja que pudieran tener, siendo un porcentaje bajo.

En los clientes nuevos se puede observar que un 55% no recibieron una buena atención cuando se le presenta una queja. Y esto surge a la molestia de los clientes y a ya no ser fieles para la entidad financiera y así la entidad perdería sus clientes y también ya no sería recomendado por sus clientes recurrentes.

Tabla 05

ORIENTACION AL AHORRO

¿Su Asesor de Negocios le da charlas sobre lo importante que es ahorrar?				
OPCION	Clientes Nuevos		Clientes Recurrentes	
		PORCENTAJE		PORCENTAJE
Si	15	28%	28	15%
Algunas v.	11	21%	45	23%
No	27	51%	120	62%
Total	53	100%	193	100%

Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

En los clientes recurrentes se puede observar que un 62% no recibieron orientación sobre lo importante que es ahorrar, esto es porque los clientes recurrentes anteriormente ya contaron con un préstamo y cuentan con alguna experiencia de ahorrar, sin embargo el porcentaje sigue siendo desfavorable puesto que el asesor de negocios le resto atención adecuada. Y en una minoría un 15% y 23% de alguna forma si reciben.

En los clientes nuevos se puede observar que un 51% de prestatarios no recibieron orientación sobre lo importante que es ahorrar, es decir que los clientes corren el riesgo en retrasarse con los pagos debido a su inexperiencia en negocios, puesto que la generación de ahorro implica capacidad de ser un buen empresario, porque se tendrá dinero para cualquier emergencia de liquidez y se generara riqueza para su negocios y para así mismo. Mientras que en una minoría de un 28 % y 21% de alguna forma si reciben orientación sobre lo importante que es ahorrar debido a sus pretensiones y algunas experiencias familiares.

Para el objetivo específico 02, En esta segunda parte analiza cuales son los factores que influyen en la tasa de morosidad, el cual está vinculado directamente con el problema y la hipótesis de investigación.

Tabla 06
SOBREENDEUDAMIENTO

¿Ud. Tuvo retrasos en sus pagos, este fue causado por el endeudamiento con otras entidades?				
OPCION	Cientes Nuevos	PORCENTAJE	Cientes Recurrentes	PORCENTAJE
Si	35	66%	138	72%
Algunas Veces	10	19%	23	12%
No	8	15%	32	17%
Total	53	100%	193	100%

Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

En los clientes recurrentes se puede observar que un 72% de prestatarios tuvieron retrasos en sus pagos debido al endeudamiento con otras entidades, mientras que en una minoría de unos 17% y 12% de prestatarios de alguna forma no tuvieron retrasos en sus pagos debido al endeudamiento con otras entidades. Este alto porcentaje se da causado por la inadecuada evaluación de clientes recurrentes (no se obtiene el nivel de ingreso real). En los clientes nuevos se puede observar que un 66% de prestatarios tuvieron retrasos en sus pagos debido al endeudamiento con otras entidades financieras, esto quiere decir que los clientes tienen que realizar varios pagos con distintas entidades, esto causa el inicio de incumplimiento de pago, que generalmente se vuelve habitual. Mientras que en una minoría de un 15% y 19% de alguna forma no tuvieron retrasos en sus pagos debido a la responsabilidad y puntualidad del cliente. El retraso de los pagos en clientes microempresarios se debe fundamentalmente al nivel de ventas que obtuvieron, los cuales no fueron suficientes para el cumplimiento de todas las obligaciones contraídas; del mismo modo afecta a los clientes de crédito consumo porque a diferencia de los clientes de microempresa estos realizan más gastos por el sueldo fijo que perciben; los gastos excesivos originan que no puedan cumplir puntualmente con todas las obligaciones contraídas.

Tabla 07
GASTOS DURANTE EL PRESTAMO

¿Los gastos que realizo influyeron en el retraso del cumplimiento de sus cuotas?				
OPCION	Clientes Nuevos	PORCENTAJE	Clientes Recurrentes	PORCENTAJE
Si	30	57%	125	65%
Algunas V.	6	11%	23	12%
No	17	32%	45	23%
Total	53	100%	193	100%

Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

En los clientes recurrentes se puede observar que un 65% de prestatarios tuvieron retrasos en sus pagos debido a los gastos realizados, esto quiere decir que los clientes realizan diversos gastos como compras excesivas de diversas variedades como es el ejemplo de artefactos, prendas de vestir, teléfonos celulares, etc. Mientras que en una minoría de un 23% y 12% no tuvieron retrasos en sus pagos debido a que estos son responsables en sus gastos que realizan.

En los clientes nuevos se puede observar que un 57% de prestatarios tuvieron retrasos en sus pagos debido a los gastos realizados, esta diferencia con respecto a clientes recurrentes se debe a la estricta evaluación a clientes nuevos. Mientras que en una minoría de un 32% y 11% no tuvieron retrasos en sus pagos ya estos cuentan con el temor de la mala calificación crediticia. Y en su próxima solicitud de préstamo a ya no estar en un buen récord de pago. Puesto que al tener un buen historial crediticio las solicitudes de préstamos son más rápidas y el interés es más bajo.

Tabla 08
DESTINO DE PRESTAMO

¿El destino del préstamo fue invertido realmente en lo acordado con su asesor de negocios, tuvo resultados satisfactorios en el pago de sus cuotas?				
OPCION	Clientes Nuevos		Clientes Recurrentes	
		PORCENTAJE		PORCENTAJE
Si	28	53%	105	54%
No	25	47%	88	46%
Total	53	100%	193	100%

Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

En los clientes recurrentes se puede observar que un 54% de prestatarios invirtieron el préstamo en el destino que realmente acordaron con su asesor de negocios, sin embargo el 46% no invirtió en lo acordado con el asesor de negocios lo cual nos da a conocer el desvió del destino de crédito el cual da consecuencia a la morosidad. El destino de préstamo invertido en capital de trabajo tiene resultados satisfactorios en el negocio, el cual da como resultado el cumplimiento de cuotas generalmente puntuales; el destino de préstamo consumo es generalmente un gasto no recuperable, que posiblemente su acumulación con otros gastos; genere retrasos en los pagos de cuotas. En los clientes nuevos se puede observar que un 53% de prestatarios invirtieron el préstamo en lo acordaron con su asesor de negocios, sin embargo el 47% no invirtió en lo acordado con el asesor de negocios lo cual nos da a conocer el desvió del destino de crédito y esto origina a la morosidad. Esto se debe a que los clientes son nuevos y tienden a ser responsables con sus obligaciones. Y también al temor de los embargos de sus predios y el interés altos que brindan estas entidades financieras y a tener un buen historial crediticio para así en los posteriores préstamos que ellos soliciten este se realice con normalidad y rapidez.

Tabla 09
PLANIFICACION DEL PRESTAMO

¿Ud. tuvo retrasos en sus pagos, este fue causado por no haber evaluado la mejor alternativa de la inversión de su préstamo?				
OPCION	Clientes Nuevos		Clientes Recurrentes	
		PORCENTAJE		PORCENTAJE
Si	30	57%	123	64%
Algunas V.	8	15%	25	13%
No	15	28%	45	23%
Total	53	100%	193	100%

Fuente: "Encuesta de la protección al cliente" 2015.
Elaboración propia.

En los clientes recurrentes se puede observar que un 64% de prestatarios tuvieron retrasos en sus pagos ya que esto fue ocasionado por la inadecuada elección de alternativa de inversión de préstamo, vale decir que no planificaron. Mientras que en una minoría de un 23% y 13% no tuvieron retrasos en sus pago de cuotas ya que eligieron una buena alternativa de inversión.

En los clientes nuevos se puede observar que un 57% de prestatarios tuvieron retrasos en sus pagos esto ocasionado por una inadecuada alternativa de inversión, es decir que al no elegir una buena alternativa de inversión estos también son afectados en los ingresos y de esta manera incumplen con sus respectivos pagos de cuotas. Mientras que en una minoría de un 28% y 15% no tuvieron retrasos en sus pago de cuotas ya que eligieron una buena alternativa de inversión. En todo préstamo se tiene diferentes alternativas de inversión, sin embargo el prestatario debería evaluar qué inversión le conviene elegir (proveedores confiables, seguridad en el funcionamiento del activo, etc.); la buena elección de la alternativa de inversión influye directamente en los ingresos futuros para el cumplimiento respectivo pago de cuotas. La diferencia entre clientes recurrentes y nuevos se debe principalmente a que los recurrentes en su mayoría destinan el préstamo a un gasto; puesto que son clientes económicamente establecidos, lo cual complica en su pago puntual.

DISCUSIÓN

Según el informe the Smart Campaign (2014), proponen la implementación de la protección al cliente debido a su importancia, la compañía afirma que las instituciones financieras que protegen a los clientes formarán una clientela responsable y leal y a su vez se protegerán de riesgos de reputación que acompañan a las malas prácticas. Este informe menciona que "Oikocredit se convirtió en la primera entidad que utilizó el modelo de the Smart Campaign en el 2012, así mismo ha modificado su proceso operativo para darle una mayor importancia a la protección al cliente".

En los resultados obtenidos podemos observar el uso inadecuado de protección de clientes nuevos y recurrentes, los cuales superan el 50% de desaprobación, es decir que los asesores de negocios en su mayoría consolidan la venta de crédito y termina el contacto con su cliente, debiendo haber bastante comunicación, asesoramiento en negocios, previniéndolo sobre un endeudamiento hasta después del desembolso; así como lo menciona the Smart Campaign y Edgar Gutiérrez; los indicadores de la protección al cliente están débilmente practicadas, prueba de esto se muestran los elevados niveles de morosidad.

Según: **Vilca, C. (2015) "Evaluación De Crédito y su Incidencia en la Cartera Morosa de la Caja Rural de Ahorro y Crédito Los Andes S. A. Puno, 2012 - 2013"**. Tesis para optar el título de contador público, en su investigación concluye que existen factores para el incumplimiento de pago y estos son la inadecuada evaluación crediticia de los asesores de negocios la falta de experiencia en créditos y la mala planificación, en esta investigación también podemos observar la mala elección del producto esto surgiendo los retrasos de pagos en los clientes. Con esto concluimos que con la mala evaluación crediticia a los clientes de la Caja los Andes ponemos en riesgo a nuestros clientes y también a la entidad financiera poniéndole este en una pérdida y recaer en morosidad.

Cárdenas, J.(2015) " Implementando la Protección al cliente y su Influencia en la tasa de morosidad en la Caja Arequipa Agencia Bellavista periodo 2013 - 2014"
Tesis para optar el título de contador público, en su investigación concluye que implementar la protección de clientes en las entidades financieras es una alternativa muy favorable, ya que al informar a los clientes sobre los productos las tasas de interés, los pagos. El riesgo que quizás estos puedan tener serían mínimos así estaríamos logrando a que dichos clientes tomen más responsabilidad en sus

obligaciones esto surgiendo al buen clima de atención al cliente. Con esto concluimos: que con la implementación de la protección al cliente disminuirá significativamente la tasa de morosidad en Caja Arequipa, podemos resaltar que tan importante es la protección al cliente y la aplicación de este

Pally, U. (2016) “Dinamizando la Protección al Cliente y su incidencia en el nivel de morosidad de la caja Municipal de ahorro y Crédito de Piura Agencia Juliaca periodo 2013 – 2014” .Tesis para optar el título de contador público, en su investigación concluye que los analistas de créditos no realizan, visitas de seguimiento, así también que no realizan el seguimiento de la inversión propuesta, no cumpliendo así su labor y obligaciones dentro de la agencia Juliaca, por lo tanto el riesgo crediticio que pudiera darse al no cumplirse dichas funciones es ,muy desfavorable para la entidad Con esto concluimos que si pondríamos en uso la protección al cliente estaríamos hablando sobre una reducción de morosidad ya que nuestros clientes al estar más informados y más capacitados sobre préstamos estos planificarían su inversión así la empresa tendría clientes satisfechos y responsables.

Jaño, A. (2005)“Protección al Cliente y su incidencia en la sostenibilidad del programa de micro finanzas caritasPerú agencia Juli 2002-2003”, en sus conclusiones manifiesta:Para disminuir el riesgo crediticio, el Programa de Micro finanzas de Caritas del Perú agencia Juli, lo que se ha podido identificar es que, tiene implementado políticas de crédito, a través de Manuales de Promoción, de

Políticas, de Procedimiento, de Evaluación de clientes, de Seguimiento, de Control por metodología, entre otros. Sin embargo, no se advirtió en Procurar que el crédito se destine a la producción, comercio y servicios en general, es decir el crédito debe ser destinado para capital de trabajo; Préstamo requeridos con esto concluimos: que con la aplicación de protección al cliente disminuirá significativamente en la sostenibilidad del programa de micro finanzas caritas Perú agencia Juli beneficiando a la entidad como a los prestatarios, puesto que los asesores estarán más capacitados en torno a la protección al cliente.

Con eso llegamos a la conclusión que utilizando los principios y métodos de protección al cliente las entidades financiera estarán más preparadas al brindar un préstamo y ala buena atención al cliente ya que utilizando estos métodos y principios reducirá la morosidad en un porcentaje beneficiario para la entidad y también en tener un buen historial crediticio a los clientes.

CONCLUSIONES

Se concluye que la protección al cliente del asesor de negocios influye significativamente en la tasa de morosidad (a mayor protección al cliente menor morosidad; a menor protección al cliente, mayor morosidad), mediante la ejecución de este trabajo de investigación se ha comprobado que la medida de protección a clientes durante el préstamo es inadecuado; del mismo comprobamos que la mayoría de los factores de morosidad se relacionan con los indicadores y principios de la protección al cliente. La inadecuada practica de protección al cliente se refleja en los Record de pagos de clientes, resaltando que Mi Banco tiene una mora de un 73 % de con retraso hasta 8 días de pago, disminuyendo hasta un 40% con pagos dentro de los primeros 8 días

Se concluye que un 23% de prestatarios nuevos y 17% de los prestatarios recurrentes recibieron de alguna forma una protección al cliente, como orientación empresarial en negocios, explicación de productos adecuados, atención y resolución oportunas de quejas, orientación al ahorro y precios transparentes siendo un nivel muy bajo de protección al cliente. Del mismo modo se resalta el alto nivel de riesgo de sobreendeudamiento en un 50% en clientes nuevos y 59% en clientes recurrentes.

Se concluye que el sobreendeudamiento, los gastos, los ingresos, la planificación, son los factores más importantes que existen e influyen en el la morosidad. Y también forma parte de los indicadores de la protección al cliente, por lo cual es necesario evitar estos factores señalados para cumplir con los créditos otorgados.

La cartera morosa de los prestatarios según los datos extraídos de la base de datos del reporte de cartera muestra que en los clientes nuevos de los 150 de prestatarios 40 (27%) son puntuales, 110 (73%) pagaron sus cuotas con retrasos y en los clientes recurrentes de los 550 de prestatarios 152 (28%) son puntuales, 398 (72%) pagaron sus cuotas con retrasos.

Con los resultados demostrados se concluye que con la aplicación del modelo de protección al cliente propuesta en esta investigación, disminuirá la tasa de morosidad de Mi Banco beneficiando a la entidad como a los prestatarios, puesto que los asesores estarán más capacitados en protección al cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUILAR, G. (2010: pp.130-147), El apalancamiento financiero y el VAN. En J. Pérez (Ed.), La estructura del lenguaje financiero. Arequipa.
- CAMACHO, J. (2015), Dinamizando la protección al clientes en las microfinanzas. Bogota.
- Catálogo de productos (MI BANCO 2015). Lima.
- CORNEJO, J. (2013), Tesis Digital: Analisis de la morosidad de las instituciones financieras. Universidad Mayor de San Marcos. Lima.
- CUELLAR, A. (2008), Introducción a la banca. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima.
- CHAFFIN, M. (2015), Implementando la Dinámica de Protección al Usuario. USA
- CHOISY, E. (2014), Modelo de Ley y Comentario para la Protección del Consumidor Financiero. USA
- FERNANDEZ, J. (2011), El control del riesgo crediticio mediante una adecuada implementacion de Asesoramiento. Lima.
- Gómez, J. (2009), Los créditos y la morosidad. Cusco.
- Gutiérrez, E. (2012).Conceptos de protección al cliente. Lima.
- HASTINGS,A. (2015), Protección del Consumidor Frente a la Publicidad.USA
- HERNÁNDEZ S. (2003), Investigacion I. (2a. ed.) Arequipa.
- MONTES, J. (2013), Tesis Digital: Manual de políticas, procedimientos y metodologías para la administración. Los riesgos microfinancieros. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima.
- Metodología de Evaluación Crediticia (MI BANCO 2015).
- Pedro, A. (2004). Asectos morosidad .Arequipa
- ROZAS, D. (2011), Implementacion de los principios de Proteccion al Cliente en las Microfinanzas.
- ROZAS, D. (2014), en el informe “En microfinanzas, nuestros clientes son lo primero” (Reglamento De Créditos Mi Banco 2015). Lima.

