

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - PUNO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES



TESIS

**TIPOS DE CRÉDITOS OTORGADOS A LOS MICROEMPRESARIOS Y
SU INCIDENCIA EN LA CARTERA MOROSA DE MIBANCO - PUNO
PERIODO 2015**

PRESENTADA POR:

PATRICIA ROXANA VENEGAS GUEVARA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

PUNO - PERÚ

2018

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - PUNO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES

TESIS

TIPOS DE CRÉDITOS OTORGADOS A LOS MICROEMPRESARIOS Y
SU INCIDENCIA EN LA CARTERA MOROSA DE MIBANCO - PUNO
PERIODO 2015

PRESENTADA POR:

PATRICIA ROXANA VENEGAS GUEVARA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
CONTADOR PÚBLICO



APROBADO POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:

PRESIDENTE

Dr. GERMAN ALBERTO MEDINA COLQUE

PRIMER MIEMBRO

M.Sc. HUGO FREDDY CONDORI MANZANO

SEGUNDO MIEMBRO

C.P.C. OMAR QUISPE CHOQUE

DIRECTOR DE TESIS

M.Sc. REYNALDO ALCÓS CHURA

Fecha de sustentación: 13 de diciembre del 2016.

Área: Finanzas.

Tema: Créditos y cartera morosa.

DEDICATORIA

A Dios quien me acompaña en cada uno de mis actos.

Con el amor, respeto y cariño que siento por el ser más querido, siempre apoyándome y guiando cada uno de mis pasos; dedico el presente trabajo al esfuerzo desplegado por mi querida mamá Gilma quien siempre estuvo a mi lado en todo momento. A mi papá Jesús. que es la persona que con esfuerzo pudo brindarme una buena educación.

Con gran cariño, amor y respeto a mis hermanos Arturo, Hector y Delmy a mi esposo Mario y mis queridos hijos Sofía y Gabriel por su constante apoyo, comprensión y ánimo que siempre me dieron para que en ningún momento dejara de luchar y seguir adelante para lograr mis objetivos.

AGRADECIMIENTOS

- Quiero expresar mi sincero y profundo agradecimiento a Dios, Por la felicidad y beneficios que he recibido en mi vida.
- Al M.Sc. Reynaldo Alcos Chura por la valiosa colaboración que me ha brindado en el desarrollo del presente trabajo de investigación.
- A la Universidad Nacional del Altiplano y a todos los Docentes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables, quienes se encargaron de mi formación Profesional, siendo ejemplo de capacidad, dedicación y fraternidad; así como a MIBANCO – Oficina Especial de Bellavista - Puno, que me permitió realizar el presente trabajo de investigación.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
Dedicatoria.....	i
Agradecimientos	ii
Índice general	iii
Índice de cuadros	v
Índice de gráficos.....	vi
Índice de anexos.....	vii
Índice de acrónimos.....	vii
Resumen	ix
Introducción	xi

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema	1
1.1.1. Definición del problema.....	3
1.2. Antecedentes de la investigación	4
1.3. Objetivos de la investigación	7
1.3.1. Objetivo general.....	7
1.3.2. Objetivos específicos	7

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Marco teórico.....	9
2.1.1. Mibanco	9
2.1.2. Tipos de empresas.....	12
2.2. Marco conceptual	34
2.3. Hipótesis de la investigación	41
2.3.1. Hipótesis general	41
2.3.2. Hipótesis específicas	42

CAPÍTULO III**METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

3.1.	Métodos de investigación	43
3.1.1.	Método descriptivo	43
3.1.2.	Método inductivo	43
3.1.3.	Método analítico	44
3.2.	Tipo de investigación	44
3.3.	Investigación básica	44
3.4.	Técnicas de recolección de información	45
3.5.	Población y muestra	45
3.6.	Características del área de investigación	47

CAPÍTULO IV**EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

5.1.	El objetivo específico 1	51
5.2.	Del objetivo específico 2	62
5.3.	Del objetivo específico 3	73
5.4.	Contrastación de hipótesis	75
5.4.1.	Hipótesis específica 1	75
5.4.2.	Hipótesis específica 2	76
	Conclusiones	78
	Recomendaciones	80
	Bibliografía	82
	Webgrafía	83
	Anexos	85

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Percepción de los tipos de créditos que se ofrece periodo 2015. .51	
Cuadro 2. Tipos de crédito que ofrece Mibanco periodo 2015.52	
Cuadro 3. Accesibilidad para la obtención de préstamos Mibanco periodo 2015.53	
Cuadro 4. Tipos de créditos que ofrece Mibanco.54	
Cuadro 5. Cuadro comparativo de las campañas de Mibanco periodo 2015. 57	
Cuadro 6. Percepción de las tasas de interés que ofrece Mibanco periodo 2015.59	
Cuadro 7. Percepción de los requisitos que se solicita periodo 2015.60	
Cuadro 8. Percepción del periodo de tiempo para obtener préstamo periodo 2015.61	
Cuadro 9. Percepción de pagos puntuales de créditos periodo 2015.64	
Cuadro 10. Promedio de pago puntual de sus clientes periodo 2015.66	
Cuadro 11. Días en promedio de retraso en pagar periodo 2015.67	
Cuadro 12. Tipos de actitudes de pago periodo 2015.70	
Cuadro 13. ¿Cuándo sus clientes no pueden pagar sus cuotas de crédito, porque motivos cree usted?71	
Cuadro 14. Niveles de rentabilidad de los clientes periodo 2015.72	

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Conoce usted los tipos de crédito.	51
Gráfico 2.Cuál es el tipo de crédito que solicita.	53
Gráfico 3. Por qué solicita ese tipo de crédito.	54
Gráfico 4. Qué crédito le gustaría obtener.	55
Gráfico 5. ¿Cómo considera las tasas de interés que ofrece Mibanco?	59
Gráfico 6. Cómo considera usted los requisitos que solicita Mibanco para obtener un préstamo.	60
Gráfico 7. ¿A qué periodo de tiempo le gustaría obtener un préstamo?	61
Gráfico 8. ¿Sus clientes pagan puntualmente sus cuotas de crédito?	65
Gráfico 9. ¿Cuál es el promedio de pago puntual de sus clientes?	66
Gráfico 10. Cuántos días en promedio se retrasan en pagar.	67
Gráfico 11. Cartera morosa de 1 a 15 días de la OE Bellavista – Mibanco periodo 2015 en miles de soles.	68
Gráfico 12. Cartera vencida mayor a 15 días OE Bellavista – Mibanco periodo 2015, en miles de soles.	69
Gráfico 13. Cartera vencida mayor a 30 días OE Bellavista – Mibanco periodo 2015, en miles de soles.	69
Gráfico 14. ¿Qué tipo de actitudes de pago cree usted que poseen?	70
Gráfico 15. ¿Cuándo sus clientes no pueden pagar sus cuotas de crédito, porque motivos cree usted?	71
Gráfico 16. ¿Cuáles son los niveles de rentabilidad de los negocios de sus clientes?	72

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Evaluación de los tipos de créditos otorgados a los microempresarios, y su incidencia en la cartera morosa de Mibanco - Puno periodo 2015.	86
Anexo 2. Encuesta dirigida a los clientes de Mibanco.	87
Anexo 3. Encuesta dirigida a los trabajadores de Mibanco.	89

ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

- ACP:** Acción Comunitaria del Perú.
- AFP:** Administración de Fondo de Pensiones.
- EDPYME:** Entidad de Desarrollo de la Pequeña y Microempresa.
- MYPES:** Medianas y Pequeñas Empresas.
- SBS:** Superintendencia de Banca y Seguros.

RESUMEN

El trabajo de investigación lleva por título: “TIPOS DE CREDITOS OTORGADOS A LOS MICROEMPRESARIOS Y SU INCIDENCIA EN LA CARTERA MOROSA DE MIBANCO - PUNO PERIODO 2015”, ha permitido evaluar los tipos de créditos que Mibanco concede a los pequeños y microempresarios del departamento de Puno y su incidencia en la cartera de Mibanco, siendo esta una herramienta que permitió mejorar tanto el análisis como la evaluación de dichos créditos en segmentos con medios y bajos recursos económicos que conlleven a la buena toma de decisiones en cuanto al otorgamiento de un crédito. La determinación de los tipos de créditos que Mibanco otorga a los microempresarios permitió conocer los niveles de demanda alta y baja que se presentan en temporadas o campañas demostrándose que el 38.64 % de clientes conocen regularmente el tipo de préstamo, seguido del 37.12% que indica que si conocen el tipo de crédito que se les otorga, adicionalmente tenemos el 21.21% que indican que muy poco conocen del tipo de crédito otorgado clasificándose en este rubro los clientes nuevos y clientes recurrente, y obviamente el 3.03% indica que no conoce el tipo de crédito que se le otorga, así como el mejoramiento de los lineamientos de evaluación para el otorgamiento de los créditos. En la actualidad este tema no ha sido desarrollado en forma puntual y al realizar la propuesta será de utilidad para la Institución. Desde el punto de vista académico el presente trabajo de investigación permitirá mejorar y desarrollar los conocimientos referentes al micro crédito y otras disciplinas relacionadas a ello, asimismo permitirá contribuir con una nueva fuente de estudio para otros tipos de investigación relacionadas al área en estudio. Para el logro de los objetivos

propuestos se utilizaron los siguientes métodos: descriptivo, inductivo y analítico; del mismo modo se aplicó técnicas e instrumentos básicos como: Observación directa, análisis documental, que permitió analizar toda la documentación existente referido a los créditos otorgados a los microempresarios de Mibanco, de igual modo se utilizó la entrevista y las encuestas a los clientes y trabajadores de Mibanco, obteniendo resultados validos que permitieron desarrollar el presente trabajo de Investigación. Para finalizar el desarrollo de los objetivos, se proponen lineamientos de evaluación para la concesión de préstamos, tomando como referencia la situación actual de la Institución. En la ejecución del presente trabajo de investigación se arribaron a las siguientes conclusiones:

Palabras clave: Créditos, evaluación, morosidad, pagos, riesgos.

INTRODUCCIÓN

El Sistema Financiero de un país es un elemento determinante del desarrollo integral, es por ello que la eficiente canalización de los recursos financieros hacia los sectores del comercio, producción y de servicios, es tarea prioritaria que asumen las instituciones del mercado financiero.

El sector bancario actualmente tiene que cumplir con muchas exigencias de parte de los clientes, hoy en día la tecnología y la globalización provocaron cambios, los cuales convierten a los clientes en seres cada vez más exigentes y por tal motivo las instituciones financieras configuran sus procedimientos y la manera como se relacionan con sus clientes, los criterios y prácticas de marketing relacional tienen una incidencia directa dentro del sistema financiero.

Las micro finanzas en la actualidad, desarrollan el papel más importante que es formalizar los créditos de la micro empresa, ya que contribuyen una importante fuente de ingresos y empleo de un gran sector de la población, especialmente de los más pobres.

En la actualidad muchos se dedican a actividades de comercio, producción y servicios, en particular las instituciones que están otorgando créditos a los sectores de bajo recursos económicos, como las organizaciones no gubernamentales de desarrollo (ONG), están enfrentadas permanentemente a los problemas de riesgos y costos de un sector que presenta particulares características, es importante que estas instituciones cuente con los instrumentos necesarios que permitan reducir el riesgo financiero.

Por lo que el **primer objetivo** es: Evaluar el comportamiento de los tipos de créditos que otorga Mibanco a los microempresarios está en función a los

niveles de demanda alta y baja en temporadas y campañas durante el periodo 2015, el **segundo objetivo**: determinar los factores que influyen en el cumplimiento de pagos de créditos otorgados a los microempresarios por la existencia de altos niveles de morosidad, que se ve reflejado en la cartera morosa de Mibanco. De los cuales se propone lineamientos de evaluación para la concesión de préstamos y que estos contribuyan a la toma de decisiones en el otorgamiento de dichos créditos.

La estructura del presente trabajo consta de cinco capítulos: El primer capítulo planteamiento de problema, antecedente y objetivos de la investigación.

En el capítulo segundo se desarrolla el marco teórico, conceptual, que dará consistencia y respaldo a la investigación, también se señala la formulación de las hipótesis.

En el capítulo tercero se establece la metodología de investigación, donde se ha considerado la población y muestra, los métodos descriptivo, inductivo y analítico de las técnicas que se utilizaron para la ejecución y el logro de los objetivos del presente trabajo.

En el capítulo cuarto se muestra la información relacionada a la caracterización del área de investigación o ámbito de estudio.

En el capítulo quinto, se realiza el análisis de la información y se sustenta los resultados obtenidos, referente a los objetivos del trabajo, además se efectúa la verificación de las hipótesis y finalmente se tiene las respectivos Conclusiones y Recomendaciones.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las Instituciones Financieras hoy en día tienen una creciente participación en el mercado financiero las cuales están orientadas básicamente al financiamiento de créditos en segmentos con medios y bajos recursos económicos, en particular las instituciones como las cajas municipales, cajas rurales y Bancos son instituciones similares dedicadas a otorgar créditos a los microempresarios que generan de alguna manera ingresos.

En 1998, se fundó la Edpyme Edyficar con la participación de CARE Perú como accionista mayoritario, una organización internacional de desarrollo sin fines de lucro. En el 2009, Edyficar pasó a ser parte del Grupo CREDICORP al convertirse en subsidiaria del Banco de Crédito del Perú.

Por otro lado, Mibanco inició operaciones en Lima en 1998, sobre la base de la experiencia de Acción Comunitaria del Perú (ACP), una asociación civil sin fines de lucro con 43 años operando en el sector de la micro y pequeña empresa.

A mediados del 2013 Financiera Edyficar se consolidó como la primera entidad en participación de mercado en el segmento de microempresas y líderes en bancarización, dando acceso al sistema financiero a cada vez a más personas que requieren de un préstamo para hacer crecer sus negocios. Hoy con una participación accionaria Financiera EDYFICAR se ha convertido en accionista mayoritaria de Mibanco, Banco de la Microempresa S.A, entidad pionera en las microfinanzas en nuestro país.

MIBANCO es una empresa no estatal de derecho privado, a raíz de los cambios efectuados en el marco legal del sistema financiero peruano. Estos cambios permitieron el nacimiento de una nueva forma de entidad financiera especializada y diseñada para atender financieramente a la micro y pequeña empresa.

MIBANCO viene desarrollando sus actividades en la ciudad de Puno, por varios años, tanto en el aspecto Crediticio como en la captación de recursos, por lo que ha ido implementando su metodología al otorgamiento de créditos, que con el correr del tiempo ha estado identificando en forma creciente los diversos problemas que se presentan como son: personas incumplidas, refinanciamientos en los créditos, aumento en la cartera morosa, cartera vencida, problemas que

han ido deteriorando de alguna manera la institución. Por lo que se ha podido notar que existen algunas causas de importancia que han ido creciendo como son: La falta de una cultura crediticia, actitud de pago, por parte de los pequeños y microempresarios, no existe una adecuada selección de tipos de créditos, como también la selección de personal lo que implica que no exista una adecuada evaluación de los créditos que se otorgan.

De acuerdo a esta descripción de la problemática existente, es posible determinar cómo definición del problema con la siguiente interrogante:

1.1.1. Definición del problema

¿De qué manera los tipos de créditos otorgados a los microempresarios inciden en la cartera morosa de Mibanco – Puno, periodo 2015?

Esta interrogante general puede a su vez desagregarse en las siguientes interrogantes.

- ¿Cómo es el comportamiento de los tipos de créditos que otorga Mibanco - Puno a los microempresarios en temporadas, campañas de demanda alta y baja, durante el Periodo 2015?
- ¿Qué factores influyen en el cumplimiento de pago de créditos otorgados a los microempresarios, que se ve reflejado en la cartera morosa de MIBANCO – Puno, periodo 2015?

1.2. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Tanto en el ámbito de la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Contables como la información adicional que se tiene se ha encontrado antecedentes relacionados a organizaciones, donde se buscó y se encontró temas relacionados, siendo los siguientes:

Calderón (2013), concluye:

- Para lograr una adecuada gestión del riesgo crediticio todo el personal desde los niveles más altos como el directorio y las gerencias hasta los niveles que están directamente relacionados con el proceso del otorgamiento de crédito deben estar involucrados activamente en la gestión de riesgo crediticio.
- En el contexto actual de la alta competitividad de las empresas financieras y de los clientes cada vez más exigentes y volubles, la fidelización de los clientes es cada vez necesaria para minimizar la morosidad, por lo cual el personal responsable en la evaluación crediticia debe poner mucho énfasis e interés en el proceso del análisis cualitativo y cuantitativo de la información y documentación proporcionada por el cliente con la finalidad de disminuir el riesgo.

Torres (2012), concluye:

- Analizar el crédito financiero en la gestión de cartera MYPES de la financiera EDYFICAR de la provincia de Huancané periodo 2012, se ha planteado “Conocer los procesos de colocación del crédito

financiero para determinar la gestión de cartera MYPES de la financiera EDYFICAR de la provincia de Huancané periodo 2012”.

- Los procesos de colocación del crédito financiero, están debidamente estructuradas y van acorde a la necesidad de lograr un mejor desempeño en la gestión de la cartera Mypes, sin embargo, el problema radica en que no hay un crecimiento gradual y paulatino de todas las zonas de atención debido a la creciente competencia del mercado financiero, segunda. De acuerdo a los reportes de los índices de recuperación del crédito financiero, permitieron conocer que una eficiente recuperación del crédito financiero califica a la gestión de la cartera Mypes de la OE Huancané y tercera.

Larico (2015), concluye:

- Una deficiente gestión crediticia se da por proceder incorrectamente con las etapas para el otorgamiento de un crédito primeramente por que no se lleva a cabo una correcta evaluación crediticia que es la primera etapa del préstamo, seguidamente se colocan créditos sin las garantías necesarias, aceptando clientes que no reúnen los requisitos necesarios para otorgárseles un crédito incumpliendo con el manual de procedimientos y políticas del Crac. Los andes S,A. permitiendo así que muchos de los créditos otorgados a los clientes ,tengan pocas probabilidades de ser recuperados o en casos ya son irrecuperables por consecuencia de un crédito mal colocado

- La primera etapa de la gestión crediticia es fundamental para que un crédito sea recuperable, todo empieza bien si se hace una correcta y eficiente evaluación crediticia, ya que mediante esta etapa del crédito podemos asegurar el stock máximo de garantía para cubrir su riesgo de pérdida.

Flores (2015), concluye:

- Realizar siempre una buena verificación insitu de los negocios de las pequeñas y microempresas de la ciudad de Juliaca, para de esta manera poder determinar hasta que monto y a qué plazo se les puede otorgar el crédito.
- Tener en cuenta siempre su endeudamiento pues así como Financiera Edyficar simplifico sus requisitos la mayoría de las cajas municipales, pymes, bancos, entre otros también lo hicieron siendo así muy fácil que un cliente se sobre endeude.

Manual de créditos y recuperaciones de MIBANCO (2014), MAN-NEG-038. Establecer las políticas, normas y directivas a tomar en cuenta en el proceso de otorgamiento y recuperación de préstamos, poniendo énfasis en la administración del riesgo crediticio y la normatividad de la Superintendencia de Banca y Seguros y su relación con las características de los clientes de MIBANCO.

- a) Documento de consulta continua, lo que contribuirá al esclarecimiento de dudas, a llenar vacíos, o a la solución de problemas específicos en el proceso de otorgamiento de créditos.

- b) Instrumento didáctico institucional de utilidad para programas de capacitación y formación de Analistas de Créditos en MIBANCO; lo que permitiría mantener nuestra ventaja competitiva en relación a otras instituciones crediticias afines (Mibanco, Manual De Creditos Y Recuperaciones De Mibanco).

Memoria anual MIBANCO (2015), Mibanco se ratifica como una empresa en constante crecimiento que nos permite no solo ampliar nuestra cobertura, sino brindar nuevas oportunidades a nuestros clientes y colaboradores. Esta expansión a nivel nacional permite a su vez, reducir los riesgos de concentración geográfica, aspecto que representa una ventaja competitiva frente a otras instituciones. (Mibanco, Memoria Anual de Mibanco Recuperado <http://www.mibanco.com.pe/categoria/memoria>, 2015)

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Objetivo general

Analizar los tipos de créditos otorgados a los microempresarios y su incidencia en la cartera de Mibanco - Puno, periodo 2015.

1.3.2. Objetivos específicos

- Evaluar el comportamiento de los tipos de créditos que otorga MIBANCO – Puno a los microempresarios que está en función a los niveles de demanda alta y baja en temporadas, campañas, durante el periodo 2015.

- Determinar los factores que influyen en el cumplimiento de pago de créditos otorgados a los microempresarios por la existencia de alto nivel de morosidad, que se ve reflejado en la cartera morosa de MIBANCO – Puno, periodo 2015.
- Proponer nuevos lineamientos de evaluación para la concesión de préstamos a los clientes, que contribuyan a establecer mecanismos de control que garanticen la recuperación del crédito otorgado.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. Mibanco

“Es una empresa del sistema financiero cuyo objeto social es otorgar financiamiento preferentemente a las personas naturales y jurídicas que desarrollen actividades calificadas como pequeñas y micro empresas, especialmente en los segmentos de la población con menores recursos económicos y con énfasis en las que participe activamente el cliente, utilizando para ello su propio capital y los recursos que provengan de donaciones, así también bajo la forma de línea de crédito de Instituciones Financieras y los provenientes de otras fuentes, previa autorización correspondiente de la Superintendencia de Banca y Seguros”.

Dentro del ámbito de estudio tenemos la misión y visión de Mibanco:

Misión

Transformar las vidas de nuestros clientes y colaboradores a través de la inclusión financiera, impulsando así el crecimiento del Perú.

Visión

Ser el socio reconocido de los clientes de la micro y pequeña empresa, el principal promotor de la inclusión financiera del país y un referente a nivel mundial, convocando a un equipo de colaboradores talentosos y con sentido de trascendencia, (Mibanco, Memoria Anual de Mibanco Recuperado <http://www.mibanco.com.pe/categoria/memoria>, 2015)

2.1.1.1. Créditos

“Es una operación por medio de la cual un acreedor presta cierta cantidad de dinero aun deudor por la garantía o confianza, en la posibilidad, voluntad y solvencia de que cumpla a un plazo determinado con el reembolso total de la deuda contraída, más sus accesorios e intereses, previo estudio realizado por quien presta el dinero respecto a la seguridad, liquidez y conveniencia que representa o que ofrece el deudor”. (Meza, 2003)

2.1.1.2. Elementos básicos del crédito

La estructura de un crédito se conforma con los siguientes elementos, considerados los más importantes.

a. El Acreedor o prestamista

Es la persona, organización, organismo o institución que provee el recurso económico, monetario o dinero, bienes, artículos o servicios.

b. Deudor o prestatario

Es la persona, organización, organismo o institución que recibe el recurso económico, monetario o dinero, bienes, artículos o servicio en calidad de préstamo para su usufructo por un determinado tiempo y bajo ciertas condiciones.

c. El Monto

Es la cantidad o el valor de bienes, artículos o servicios en que se concreta la solicitud de crédito del usuario.

d. El plazo

Es el tiempo total que toma a un usuario pagar el préstamo otorgado. Puede descomponerse en plazos parciales de acuerdo a lo estipulado.

e. Garantía

Es todo activo que el usuario - beneficiario del crédito compromete a favor de la organización prestataria para el caso de incumplimiento de los pagos por parte del usuario.

f. Condiciones

Son los compromisos legales y administrativos que acompañan a los créditos y sobre las cuales debe estar de acuerdo en su cumplimiento.

g. Intereses

Es el valor del dinero prestado, se refleja en la tasa de interés que se cobra o paga por un crédito o préstamo recibido.

El pago por parte del deudor de una tasa o por ciento de interés sobre los saldos del préstamo es otra de las condiciones importantes que debe dejarse pactada en toda operación de crédito.

h. Calendario de pago

Es el cronograma de pago que se pacta o contrata para el retorno del monto o valor del préstamo recibido, más los costos financieros, intereses, comisiones y otros.

Consiste en calendarizar los momentos en el que usuario deberá hacer sus pagos, pueden ser semanales, quincenales, mensuales, anuales, etc. (MIBANCO, Manual De Creditos Y Recuperaciones De Mibanco. (Man-Neg-038, 2014)

2.1.2. Tipos de empresas

“La normativa de la SBS y la Ley No. 28015 “Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa” consideran las siguientes características para la denominación de micro y pequeña empresa:”

2.1.2.1. Micro y pequeña empresa

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Ley N° 28015, 2003)

Cuando se hace mención a la sigla MYPE, nos estamos refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas.

Características MYPE

Las MYPE deben reunir las siguientes características concurrentes:

- A) El número total de trabajadores:
- ❖ La microempresa abarca de uno (1) hasta 10 trabajadores inclusive.
 - ❖ La pequeña empresa abarca de uno (1) hasta 50 trabajadores.
- B) Niveles de ventas anuales:
- ❖ La microempresa hasta el monto máximo de 150 UIT

- ❖ Las pequeñas empresas partir de monto máximo señalado para las microempresas y hasta 850 Unidades Impositivas Tributarias - UIT.

Las entidades públicas y privadas uniformizan sus criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector. (Superintendencia de Banca y Seguros y AFPs, 2014)

2.1.2.2. Tipos de crédito

Dentro de lo que está establecido para Mibanco los tipos de créditos son:

Micro empresa o crédito mes

Hipotecario

Comercial.

Consumo.

Créditos a microempresas (Créditos mes)

Son créditos directos que se otorgan a microempresas, sean personas naturales o jurídicas, destinados al financiamiento de actividades de producción, comercio o prestación de servicios. Las empresas a las que se hace referencia tienen las siguientes características:

El monto máximo estará determinado por el nivel máximo de endeudamiento del cliente en el sistema financiero, fijado por la SBS (US\$30,000 o su equivalente en moneda nacional).

No se considerará dentro de este tipo de crédito a aquella persona que, conjuntamente con otra u otras empresas, constituyan un conglomerado financiero o mixto, o cualquier tipo de asociación de riesgo único, de acuerdo a lo establecido por la SBS.

El crédito a la microempresa se otorgará bajo la modalidad de Productos MES, que estarán en función del tipo de necesidad de financiamiento del cliente, ya sea para inversiones, capital de trabajo, oportunidades de comercialización, etc. Los requisitos y condiciones de los Productos MES se pueden hallar en la Guía de Productos respectiva. Los préstamos podrán ser grupales (personas naturales, asociaciones, gremios) o individuales (personas naturales o jurídicas). (MIBANCO, Manual De Creditos Y Recuperaciones De Mibanco. (Man-Neg-038. , 2014)

Créditos comerciales

Son aquellos créditos directos otorgados a personas naturales o jurídicas destinados al financiamiento de la producción y comercialización de bienes y servicios en sus diferentes fases. Las empresas en general deben tener las siguientes características:

Nivel de endeudamiento en el sistema financiero que exceda los US \$ 30,000 o su equivalente en moneda nacional.

De acuerdo a la política de MIBANCO, los créditos comerciales serán otorgados a los clientes que se mencionan a continuación:

Clientes Recurrentes de EDYFICAR cuyo perfil corresponda a un Cliente Comercial, según lo indicado anteriormente.

Clientes Nuevos propietarios de Pequeñas Empresas, según las características de la Ley 28015 (Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa). (MIBANCO, Manual De Creditos Y Recuperaciones De Mibanco. (Man-Neg-038, 2014)

Créditos hipotecarios mi vivienda

Son los préstamos destinados a personas naturales para la adquisición, construcción, refacción, remodelación, ampliación, mejoramiento y subdivisión de vivienda propia, siempre que tales créditos se otorguen amparados con hipotecas debidamente inscritas. Se considera el financiamiento de terreno con fines de vivienda propia. Se categoriza como crédito hipotecario, cuando el inmueble a financiar sea el mismo que quede en garantía. (Mibanco, Manual De Creditos Y Recuperaciones De Mibanco. (Man-Neg-038, 2014)

Consumo

Son créditos directos que se otorgan a las personas naturales (dependientes e independientes) con la finalidad de atender pago y/o (adquisición) de bienes, servicios y gastos no relacionados con la actividad empresarial, destinados a la mejora de la calidad de vida del cliente.

Con estos créditos se cubren necesidades de financiamiento de libre disponibilidad como atender el pago y/o (adquisición) de bienes, servicios y gastos no relacionados con la actividad empresarial, en especial, bienes de consumo duradero (artefactos, muebles, etc.) o gastos destinados a cubrir gastos de salud, eventos especiales, entre otros.

Igualmente cubren necesidades de vivienda: mejoramiento (infraestructura física, seguridad, mejoras a la higiene, instalaciones de agua y desagüe, conexiones eléctricas), compra de terrenos, construcción y procesos de saneamiento legal. (MIBANCO, Manual De Creditos Y Recuperaciones De Mibanco. (Man-Neg-038, 2014)

2.1.2.3. Otras modalidades de crédito.

Crédito nuevo

Aquel que se otorga al cliente por primera vez en MIBANCO, en cualquiera de los productos que se ofrece.

Créditos a clientes recurrentes

Son los que pueden recibirse teniendo un préstamo vigente. Son de dos tipos: Recurrente con Saldo, cuando el monto recibido por el cliente incluye el saldo del crédito vigente y una nueva disponibilidad de efectivo y Recurrente sin Saldo, cuando el monto recibido por el cliente sólo incluye una nueva disponibilidad de efectivo.

Créditos paralelos

Es el financiamiento adicional que se otorga a un cliente con préstamos activo en MIBANCO.

Crédito refinanciado

Se otorgan con la finalidad de dar facilidades de pago a los clientes, con variaciones de monto y plazo del préstamo(s) original(es), para que puedan afrontar el pago de su deuda por dificultades en la capacidad de pago, ante variaciones en su flujo de ingresos.

Crédito reprogramado

Puede aplicar a un crédito vigente, con buen comportamiento de pago.

El crédito a reprogramar puede sufrir variaciones de plazo, tasa y/o monto respecto a las condiciones del préstamo original. (Mibanco,

Memoria Anual de Mibanco Recuperado

<http://www.mibanco.com.pe/categoria/memoria>, 2015)

2.1.2.4. Captación de clientes

La captación de clientes, se define como la búsqueda de nuevos clientes para el negocio.

- **Clientes Referidos.** Los analistas de crédito obtienen clientes recomendados por otros clientes de su cartera. Esta estrategia es una forma de promoción barata y muy efectiva, pues la probabilidad del cierre de la venta es mayor que la prospección en

frío porque generalmente se recomienda a alguien interesado en obtener un préstamo.

- **Operativos de Ventas.** Son organizados por el jefe de créditos o el jefe de oficina especial en coordinación con el gerente de agencia. Se deberá recoger datos de prospectos, ya sea mediante sorteos u otro mecanismo, para formar una base de datos. Los analistas de crédito de la zona deben “repasar” el área promocionada en los siguientes días contando con la información levantada en el operativo, de lo contrario esta estrategia es poco efectiva.
- **Convenios con mercados,** asociaciones, gremios, empresas, etc. Podrán realizarse acuerdos con estas entidades que establezcan condiciones especiales para sus socios, miembros, proveedores o empleados.
- **Campaña de Recomendación.** Orientada a fomentar que los clientes recomienden nuevos clientes, obteniendo a cambio un premio. Su implementación debe ser coordinada con el área de Marketing.
- **Venta individual del Analista.** El analista de crédito deberá trabajar estratégicamente su zona de atención y comenzar por las zonas de mayor concentración de clientes.

- **Venta con Promotor.** Cada agencia cuenta con un número determinado de promotores los mismos que deben tener zona libre o ir rotando de zonas.
- **Campañas institucionales.** La Unidad de Marketing diseña y organiza anualmente campañas a nivel nacional coincidentes con el inicio del año escolar, el día de la madre, Fiestas Patrias y la Navidad. La estrategia varía según el análisis estratégico del entorno.
- **Campañas locales.** Con ocasión de las principales fiestas locales, cada agencia aprovecha para realizar una campaña de ventas ya que estas se incrementan notablemente en esas fechas (MIBANCO, Manual De Creditos Y Recuperaciones De Mibanco. (Man-Neg-038, 2014)

2.1.2.5. Tipos de clientes

Por la fuente de ingresos

- **Independientes**, conformado por personas naturales o personas jurídicas que se dedican a actividades empresariales y generan ingresos económicos, mediante sus microempresas o pequeñas empresas.
- **Dependientes**, que no cuentan con un negocio propio, y disponen de un flujo de ingresos periódicos (semanales, mensuales, etc.), que tienen su origen en un sueldo fijo, ingresos variables y/o remesas del exterior, por la prestación de algún servicio.

- Son formales los que disponen de un ingreso fijo respaldado por una boleta de pago (Quinta Categoría), por mantener una relación de dependencia con una empresa o empleador. También se consideran a los que tienen ingresos regulares o eventuales y, no tiene dependencia alguna de ningún empleador. Sustenta sus ingresos a través de recibos por honorarios.
- Son Informales los que disponen de ingresos periódicos provenientes de actividades de servicios provistos a través de ocupaciones diversas (empleada(o)s del hogar, albañiles, gasfiteros, etc.). Los ingresos podrían demostrarse con una constancia de ingresos del empleador u otro documento o mecanismo contractual que evidencie los ingresos.

Por calificación según puntualidad en el pago:

- **Clientes A1**, tienen buenos antecedentes crediticios, como máximo tienen tres acreedores y por lo menos un préstamo en la empresa. El promedio de atraso en sus cuotas no es mayor a 3 días y ninguna de sus cuotas tiene atrasos mayores a 8 días. La calificación de riesgo interna y alineada debe estar como máximo en Normal.
- **Clientes A2**, son clientes que han mostrado ligeros atrasos en sus obligaciones de pago, pues el promedio de atraso en sus cuotas no es mayor a 7 días y ninguna de sus cuotas tiene atrasos mayores a 15 días. La calificación de riesgo interna es como máximo la de problemas potenciales.

- **Clientes Comunes**, son clientes que acceden por primera vez al sistema financiero o que según sus antecedentes crediticios no califican para las categorías anteriores. La calificación de riesgo interna y alineada es la de problemas potenciales.
- **Clientes Riesgosos**, son aquellos que tienen una clasificación de riesgo interna o externa mayor a deficiente, dudoso o pérdida. (MIBANCO, Manual De Creditos Y Recuperaciones De Mibanco. (Man-Neg-038, 2014)

2.1.2.6. Mercado objetivo

Personas naturales y jurídicas que desarrollan actividades calificadas como micro y pequeña empresa, especialmente en segmentos de la población con menores recursos económicos.

2.1.2.7. Sistemas de prestamos

Mibanco ofrece a sus clientes acceso al crédito de una manera rápida y sencilla, a través de personal altamente calificado que permite asegurar una adecuada prospección y un excelente servicio durante todo el proceso crediticio.

Para el negocio

Mibanco ha desarrollado un amplio portafolio de productos que permite satisfacer las diferentes necesidades financieras de los Mypes, tales como:

- a) Capital de trabajo: créditos para la compra de mercadería, insumos, materia prima y otros.
- b) Bienes muebles: productos destinados a financiar la inversión en activos muebles.
- c) Créditos rurales: créditos orientados a comerciantes, productores y proveedores de servicios a la comunidad en las zonas más alejadas del país.

Para locales comerciales

Mediante el crédito Milocal, se otorga préstamos para la mejora, ampliación, construcción y/o remodelación de locales comerciales con y sin garantía hipotecaria, así como para la adquisición de nuevos locales.

Asimismo, los empresarios de las Mypes que tienen la posibilidad de agruparse en asociaciones de comerciantes para transformar sus negocios actuales en galerías y centros comerciales de mayor envergadura, pueden acceder al producto Proyectos Especiales, que les permite mejorar su competitividad, ofrecer más y mejores servicios, así como obtener mejores condiciones e incrementar el valor de sus propiedades. Todo esto redundará en la generación de nuevos puestos de trabajo para las personas de menores recursos.

Para la vivienda

Micasa es un producto que ofrece a las familias peruanas la posibilidad de mejorar sus condiciones de vivienda, ya sea para ampliar, construir, mejorar, remodelar o terminar la construcción. Este tipo de crédito cubre

el 100% de la obra, tanto a nivel de mano de obra como materiales, y no requiere de garantía hipotecaria. A la fecha se ha atendido más de 180 mil créditos que han ayudado a mejorar la calidad de vida de más familias peruanas.

Para las necesidades personales

Mibanco también otorga préstamos personales en la forma de créditos de libre disponibilidad, además de tarjetas de crédito Mibanco Visa para realizar compras en más de 53 mil puntos de venta.

Este financiamiento permite cubrir las necesidades e intereses personales de sus clientes, más allá de las relacionadas a sus negocios. (MIBANCO, Manual De Creditos Y Recuperaciones De Mibanco. (Man-Neg-038, 2014)

2.1.2.8. Riesgo de crédito

Se define como riesgo de crédito a las perdidas esperadas de un incumplimiento por parte del acreditado, a los efectos que produciría el deterioro de la calidad de crédito del acreditado.

El incumplimiento es un elemento incierto, asimismo la recuperación que se pueda hacer de un crédito tampoco se conoce de antemano. El riesgo de crédito se puede analizar en dos dimensiones básicas:

- 1.- El riesgo de incumplimiento se define como la probabilidad de que se presente un incumplimiento en el pago de un crédito. Generalmente, se declara incumplimiento cuando un pago programado no se ha realizado dentro de un periodo determinado,

o se efectúa con posterioridad a la fecha en que estaba programado dicho pago.

El riesgo de incumplimiento depende de la situación crediticia del acreditado, la cual, a su vez, depende de numerosos factores. Por ejemplo, un crédito corporativo dependerá, entre otros aspectos, de la situación del mercado en el que se desenvuelva la empresa. El tamaño de la misma, los factores de competencia entre otros.

- 2.- En el evento de un incumplimiento, la recuperación no se puede predecir, ya que depende del tipo de garantía de que se trate y su situación al momento de incumplimiento. La existencia de una garantía minimiza el riesgo de crédito si esta puede realizarse fácil rápidamente a un valor adecuado de acuerdo al monto adecuado. En el caso de los avales o garantes también existe una incertidumbre, pero sobre todo modifica el riesgo del crédito, ya que en caso de incumplimiento se traslada del acreditado al avalista o garante. Esto implica una simple transferencia de riesgo, ya que podría suceder que tanto el acreditado como su aval incumplieran al mismo tiempo; es una posibilidad conjunta de incumplimiento.

Por otra parte, para estimar la recuperación, es importante que se considere los aspectos legales que ésta pudiera conllevar tales como el proceso de elaboración de los documentos necesarios para tomar una acción legal. (Medina, 2009)

2.1.2.9. Evaluación del riesgo crediticio

El riesgo crediticio al igual que todo tipo de riesgo no puede eliminarse, es función de la evaluación minimizarlo, ya que constituye la causa más importante de los problemas de las instituciones financieras.

“La evaluación de un cliente y considerarlo como sujeto de crédito, implica el análisis de diferentes variables. Generalmente las entidades financieras evalúan dos tipos de factores de riesgo: Cualitativos y cuantitativos, el análisis de estos factores queda resumido en una lista de cuatro “Cs” Carácter, Capital, Capacidad y Colateral”. (Medina, 2009)

2.1.2.10. Fases de la evaluación de un crédito

➤ Evaluación cualitativa

El proceso de recopilación de la información cualitativa está relacionado con los motivos de la solicitud de crédito, las características del mercado, las características personales del microempresario y solvencia gerencial.

1) Motivos de la solicitud de crédito

El analista de crédito debe identificar las causas reales de la solicitud del crédito y determinar si estas son muy riesgosas o no.

2) Característica del mercado

Dentro de los factores del mercado se puede considerar el entorno económico del país, las políticas arancelarias, la devaluación, la inflamación. El esfuerzo del analista de créditos debe estar concentrado

en medir la vulnerabilidad que muestra la microempresa a los elementos exógenos, la forma que está enfrentando las nuevas condiciones económicas. Las estrategias que se está aplicando para enfrentar la competencia y mantener sus clientes, deberá medir cual es el nivel de conocimientos que tiene el empresario sobre el nicho de mercado que está atendiendo y comparar si la calidad de los productos y los precios de venta son los adecuados.

La afluencia del público es uno de los aspectos que el analista de créditos deberá tomar en cuenta considerando la ubicación del establecimiento, sin embargo se debe examinar otros aspectos como las ventajas competitivas que ofrece a sus clientes como son: El orden, la limpieza del local, la forma de atender a los clientes, la oferta variada de productos, los precios, el tipo de descuento, los servicios adicionales, etc. Alternativamente si se tiene la oportunidad de identificar malestar en los clientes del negocio, reclamos, devolución de mercaderías, se debe estar alerta porque la estabilidad futura del negocio es riesgosa y consecuentemente también de la operación crediticia, por lo cual será recomendable reducir el monto o eventualmente rechazar la solicitud de crédito.

3) Solvencia Moral

Este es uno de los factores más importantes en la decisión de otorgar un crédito, la integridad personal, la honorabilidad, la buena reputación tanto en el medio comercial como en su vida privada, son la mejor garantía que puede presentar el microempresario para iniciar una

transacción crediticia. La evaluación de la solvencia moral del cliente se basa en la experiencia del evaluador y su conocimiento de sector.

La evaluación generalmente se inicia con la verificación de los aspectos morales, por lo que es recomendable que antes de realizar la entrevista en el negocio del cliente, el analista de crédito haya revisado las centrales de riesgo tanto de la SBS, INFOCORP u otras que se encuentren disponibles en el mercado. También son muy importantes otras referencias como del os proveedores, vecinos y entorno en el que vive el cliente para la toma de decisiones.

Entre los factores que determinan la calidad moral del empresario se puede mencionar la veracidad, la conducta ética, la Honradez, el entorno social y la relación familiar.

Veracidad: Las evidencias para medir el nivel de veracidad, se pueden encontrar comprobando que las copias de los documentos presentados sean idénticas a los originales. Otra forma de verificar la veracidad, es cruzar información y verificar las respuestas en diferentes momentos de la evaluación, por ejemplo, los clientes con el deseo de impresionar al analista e influir en su decisión de aprobar e incrementar el monto del crédito suelen inflar considerablemente el volumen de sus ingresos.

Responsabilidad: La experiencia, muestra que los empresarios más exitosos muestran elevados niveles de responsabilidad, por lo tanto es justificada el esfuerzo para medir este factor ya que permite reducir el riesgo de la operación, puede observarse en el cumplimiento de sus obligaciones, para esto se puede verificar los comprobantes de los

diversos pagos que realiza, ya sea por el concepto de teléfono, Luz, agua, colegio de los hijos, facturas de proveedores, impuestos, obligaciones como otras instituciones financieras, etc. Es recomendable que el cliente muestre puntualidad en todos los pagos.

Conducta ética: El microempresario para ser sujeto de crédito debe mostrar dignidad y respeto a los demás. Generalmente las conductas anti éticas se reflejan en el trato que tienen los microempresarios con sus clientes, por lo que el analista debe estar atento a estas relaciones.

Entorno social: Aunque este factor por sí solo no es determinante para aceptar o rechazar una solicitud de crédito, es bueno tenerlo en consideración por que lo asociado con otros elementos cualitativos pueden incrementar el riesgo de la operación.

Unidad familiar: Cuando la armonía de una sociedad conyugal se quiebra, existe muchas probabilidades que influya directamente en la gestión y resultados del negocio, por lo tanto se afectará el cumplimiento normal de los pagos. (MIBANCO, MEMORIA ANUAL DE MIBANCO, 2015)

➤ **Evaluación cuantitativa**

“La responsabilidad del analista de créditos, se resume en la decisión del tamaño del crédito, el cual debe ser lo más cercanamente posible a las necesidades del cliente; ya que por lo general; es tan riesgoso aprobar montos altos a u negocio pequeño y no tenga capacidad de pago, como prestar un pequeño monto a un negocio cuya necesidad de recursos es

mucho mayor. Dentro de esta evaluación se debe considerar algunos aspectos como:

- 1) Recopilar información cuantitativa
- 2) Determinar los estados financieros
- 3) Determinar los ratios y otros indicadores del negocio”. (Mibanco, Manual de Procedimientos de Riesgo Crediticio Recuperado <http://www.mibanco.com.pe/>, 2016)

2.1.2.11. Morosidad

Situación que se produce cuando la persona obligada por un contrato no cumple (incumplimiento definitivo), cumple tarde (cumplimiento tardío o moroso), o cumple mal (cumplimiento defectuoso). Si el deudor que incumple consigue probar que este incumplimiento se ha debido a una circunstancia ajena a su voluntad (caso fortuito o por fuerza mayor). Los efectos del incumplimiento imputable se resumen en la expresión responsabilidad civil contractual, si bien, en un sentido técnico sólo debería hablarse de responsabilidad civil para denotar los daños y perjuicios ocasionados por tal incumplimiento. (Torres Soncco, 2012)

2.1.2.12. La microempresa en el Perú

La Microempresa como dimensión de un sector económico, social y político de la sociedad de vieja data, precisa de aproximaciones conceptuales que permitan un acercamiento a su realidad, en el entendido que sus siempre parciales interpretaciones no cuenten con pretensiones hegemónicas ni totalizadoras.

Estas iniciativas denominadas Microempresas han sido generadas por emprendedores, quienes se han encontrado motivados por la situación de desempleo, para complementar los ingresos o simplemente por el ánimo o deseo de utilizar las habilidades y destrezas con las que se cuentan.

La microempresa, debe conocer los conceptos fundamentales de mercadeo, para poder sobrevivir a una competencia difícil. (Diccionario abc, 2014)

2.1.2.13. Microempresario

Los microempresarios en nuestro país son parte fundamental del desarrollo de la economía. No importa lo pequeñas que sean sus empresas, los micro y pequeños empresarios son los motores del desarrollo del país.

Microempresarios que se han formado y desarrollado en Bancos Comunales y que por el nivel de desarrollo alcanzado necesitan otras condiciones de crédito.

Todos aquellos microempresarios que conocen el trabajo en grupos solidarios, con un buen récord crediticio en otras instituciones y que quieran acceder al crédito solidario.

2.1.2.14. Crédito

En líneas generales, se utiliza la palabra crédito para aludir a las negociaciones en las cuales, por la confianza de una de las partes hacia la otra, las prestaciones entre los contratantes no se dan en forma

simultánea sino diferida. Poniendo el acento sobre un coeficiente de confianza, por “CREDITO” se entiende de la suma de condiciones morales y económicas de una persona, que le permita recibir una prestación inmediata a su promesa de una contraprestación futura. (Diccionario abc, 2014)

2.1.2.15. Sobreendeudamiento

El sobreendeudamiento de personas o familias se puede definir como la incapacidad de pagar todas las deudas íntegramente y a tiempo.

El sobreendeudamiento sólo se produce cuando esta situación se da de manera crónica, es decir, en diversos periodos consecutivos y contra la voluntad de los prestatarios. El sobreendeudamiento en el Perú se está manejando por medio de dos mecanismos a partir de una estrecha supervisión de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (una de las más eficientes del mundo, y desde las mismas instituciones financieras con políticas internas restrictivas. De forma paralela las mismas instituciones financieras han creado políticas internas para restringir las operaciones de crédito a las personas y microempresas que tengan créditos con varias entidades financieras con la finalidad de evitar problemas de morosidad. (Diccionario abc, 2014)

2.1.2.16. Superintendencia de banca y seguros (SBS)

“La misión de la superintendencia de Banca y Seguros (SBS) es proteger los intereses de los depositantes y asegurados, preservando la solvencia del sistema financiero y de seguros. La labor de la SBS abarca dos tareas concretas: Regular y Supervisar”

La regulación establece las reglas de juego sobre las cuales las empresas supervisadas deben competir, así mismo la regulación se la SBS se basa en el principio de ejecutabilidad, este principio busca que las normas dictadas por la SBS sean fácilmente entendibles por las empresas supervisadas y que sean exigibles y supervisables.

La supervisión se ocupa de verificar en la práctica que dichas reglas de juego se estén cumpliendo. El estilo de regulación y de supervisión que se está poniendo práctica busca preservar los intereses de los depositantes y de los asegurados contribuyendo a generar un sistema financiero y de seguros sano, solvente y viable en el largo plazo. (Superintendencia de Banca y Seguros y AFPs, 2014)

2.1.2.17. Toma de decisiones

El tiempo y las relaciones humanas son elementos fundamentales del proceso para tomar decisiones. La toma de decisiones relaciona las circunstancias presentes de la organización con acciones que la llevaran hacia el futuro. La toma de decisiones también se basa en el pasado; las experiencias del pasado desempeñan una parte importante para determinar las opciones que los gerentes consideran factibles o deseables. Por lo que se define como un proceso para identificar y seleccionar un curso de acción para resolver un problema específico. (Mibanco, Manual de Procedimientos de Riesgo Crediticio Recuperado <http://www.mibanco.com.pe/>, 2016)

2.2. MARCO CONCEPTUAL

Administración

Ciencia Social compuesta de principios técnicos y prácticos; cuya aplicación a conjuntos humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzo cooperativo, a través de los cuales se puede alcanzar propósitos comunes que individualmente no es factible lograr.

“La capacidad de coordinar hábilmente muchas energías sociales, con frecuencia conflictiva, en un solo organismo, para que ellos puedan operar como una sola unidad”.

“La administración es un conjunto de relaciones establecidas entre un sujeto director y la materia administrable, a fin de realizar aquellos actos y trabajos que sean necesarios para conseguir un determinado objeto”.

Analista de créditos

Persona que, dentro de una empresa del sistema financiero, se encarga de evaluar las condiciones favorables para el otorgamiento de créditos.

Ahorro

Viene a ser la reserva de una parte de algún dinero y/o ingreso ello con la finalidad de cubrir gastos posteriores o para especular con alguna posible compra posterior, el ahorro viene a ser también evitar un gasto o consumo al del normal.

Calidad de servicio

Es la percepción del cliente sobre el componente de servicio de un producto, también constituye una determinante crítica de la satisfacción del cliente. Las percepciones de la calidad del servicio se basan en cinco dimensiones: Confiabilidad, seguridad, empatía, responsabilidades tangibles.

Microempresas

La Microempresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Capacidad

Se refiere al estudio de las posibilidades de la empresa para cubrir sus deudas a corto y largo plazo. Las deudas a corto plazo, se cubren mediante el uso de los activos corrientes (efectivo, caja, bancos, cuentas por cobrar) y se calculan mediante la siguiente relación.

Capacidad de pago

La capacidad para atender el servicio de la deuda, a largo plazo, se basa en las utilidades, que se esperan obtener de las ventas, cuando el proyecto entre en su fase normal de operación.

Cartera morosa

Es aquella mora que se considera a partir del 1er día de retraso de pago de una cuota de crédito.

Cartera vencida

Es aquella mora que no es pagada en su fecha y cuenta con retraso de 30 días la cuota de un crédito.

Crédito mes

Crédito a la microempresa o créditos MES serán aquellos créditos destinados al financiamiento de actividades productivas, comercio o servicios, cuando el deudor tenga activos menores a US\$ 20 mil, sin considerar bienes inmuebles y que su endeudamiento en el sistema financiero no exceda el mismo monto.

Créditos castigados

Los créditos castigados son aquellos que son retirados de la cartera después de haber estado clasificados y pro visionados en calidad de Pérdida como mínimo por un mes. El castigo se produce siempre que exista evidencia real y comprobable de su irrecuperabilidad o cuando el monto del crédito no justifique iniciar un proceso judicial.

Comité de créditos

Reunión del personal que se reúne para la revisión y aprobación o desaprobación de créditos en Mibanco, personal que se reúne es de negocios.

Eficiencia

Es la optimización de la relación insumo- producto. Es la utilización racional de los recursos material-potencial humano y el tiempo en la producción de bienes y Servicios.

Eficacia

Es un parámetro que nos da la información de lo que hemos cumplido, es decir consiste en ampliar en forma oportuna y con Eficiencia lo que se ha programado.

Evaluación de créditos

Método mediante el cual se mide la capacidad económica y solvencia moral para afrontar pagos mensuales de un préstamo de recursos monetarios.

Finanzas

Significa otorgar a las familias más pobres, pequeños préstamos (micro crédito) para apoyarlos económicamente en actividades productivas (negocios-autoempleo).

Línea de crédito

Acceso a préstamos sucesivos dados sobre un período extendido de tiempo si se cumplen los términos de repago.

Microfinancieras

Son organizaciones e instituciones, que brindan servicios financieros (ahorro y crédito) a las personas de menores recursos económicos. Ofrecen servicios financieros sólo a sus clientes, a través de pequeñas cuentas de ahorro, individuales o grupales, y créditos que van de acuerdo a sus necesidades y a su situación económica.

Operaciones financieras

Son aquéllas autorizadas a las empresas conforme a las normas de la Sección Segunda de la presente ley, ya sea que se traten de operaciones pasivas, activas; servicios o inversiones.

Organización

“Es el sistema, método u orden como ha de establecer o reformarse una cosa, sujetando a reglas el número, armonía y dependencias de las partes que la componen o han de componerla”.

Organización administrativa

Orientada en el sentido de disponer las cosas en forma tal que todas las operaciones realizadas se hallen en dependencias distintas, distribuyendo el trabajo con separación y comprobación de las operaciones, y a la vez que cada uno de los organismos administrativos tenga bien fijadas sus atribuciones, y dentro de cada organismo, lo mismo con cada persona o agente, para que se obtenga la determinación perfecta de la responsabilidad, si la hubiera y se eviten posibles conflictos de ejecución de operaciones”.

Organigrama

Estructura de la organización de una empresa, representada gráficamente en un sistema de relaciones entre los distintos puestos de trabajo, los cuales resultan individualmente de una jerarquía de funciones y de una definición de las misiones particulares o individuales.

Producto

Un conjunto de atributos tangibles que producen los beneficios de la satisfacción de los requerimientos de un comprador en un intercambio. Un producto puede ser beneficioso, un servicio, una idea, un lugar, una organización o una empresa.

Precio

Lo que se paga a cambio de lo que se obtiene, valor expresado en la unidad monetaria y sus fracciones respectivas.

Promoción de venta

Actividad de la comercialización, que permite estimular las compras de los clientes, a través de exhibiciones, demostraciones y todo aquello que esté fuera del radio de la publicidad.

Publicidad

Proceso de comunicación de informaciones, que permite estimular a los consumidores en la demanda de un producto, servicio o negocio, colocando interesantes avisos y noticias comerciales sobre un producto,

en los diferentes medios de comunicación, a fin de preservar y/o incrementar las ventas.

Rendimiento

Habilidad para obtener beneficios en cada operación financiera.

Riesgo crediticio

El riesgo de que el deudor o la contra-parte de un contrato financiero no cumplan con las condiciones del contrato.

Se define como riesgo de crédito a las pérdidas esperadas de un incumplimiento por parte del acreditado, o los efectos que produciría el deterioro de la calidad de crédito del acreditado, el incumplimiento es un elemento incierto, así mismo la recuperación que se puede hacer de un crédito tampoco se conoce de antemano.

Segmentación de mercados

Es el proceso de analizar el mercado con el fin de identificar grupos de consumidores que tienen características comunes con respecto a la satisfacción de necesidades específicas.

Servicio al cliente

El servicio al cliente es el servicio que se proporciona para apoyar el desempeño de los productos básicos de la empresa.

Sistema financiero

El conjunto de empresas, que debidamente autorizadas operan en la intermediación financiera. Incluye las subsidiarias que requieran de autorización de la Superintendencia para constituirse.

Venta

Es la transferencia del otro, del dominio sobre una cosa, que puede ser o no, propiedad del vendedor, mediante un contrato donde se fijan las condiciones para su entrega y las formas del pago a que se obliga el comprador.

Voluntad de pago

Es la evaluación de la conducta crediticia del sujeto de crédito, así como de su entorno empresarial y personal, acreditado mediante su experiencia crediticia en las entidades financieras; montos obtenidos y record de pagos, así como las referencias de su entorno vecinal y familiar que lo acreditan como buen pagador.

2.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.3.1. Hipótesis general

Los tipos de créditos otorgados a los microempresarios, incide negativamente en la cartera de Mibanco - Puno, periodo 2015.

2.3.2. Hipótesis específicas

El comportamiento de los tipos de créditos que otorga Mibanco - Puno a los microempresarios está en función a los niveles de demanda alta y baja que se presentan en temporadas y campañas durante el periodo 2015.

- Los factores que influyen en el cumplimiento de pago de créditos otorgados por los microempresarios es por la existencia de altos niveles de morosidad, que se ve reflejado en la cartera morosa de Mi Banco – Puno, periodo 2015.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo del trabajo de investigación se tomó en cuenta los siguientes métodos.

3.1.1. Método descriptivo

Consiste en describir e interpretar todo el conjunto de hechos relacionados al tema de investigación.

Se tomó este método para describir el análisis estadístico, en la que permitió explicar la situación de Contesta Puno, lo que hizo lograr describir la satisfacción de los usuarios del sistema de Información.

3.1.2. Método inductivo

Es un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de la investigación, tomando como referencias las premisas verdaderas.

Este método nos ayudó a partir de la observación de las situaciones reales que se presentan en Mibanco. De manera que los resultados logrados será la base teórica sobre las cuales se fundamenten las observaciones.

3.1.3. Método analítico

Proceso de conocimientos que se inicia por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad, de esa manera se establece la relación causa-efecto entre los elementos que componen el objeto de investigación.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación es una investigación aplicada, se encuentra inmerso en la gestión administrativa y dentro del objeto de estudio de las ciencias contables se encuentra el aspecto de lograr objetivos y metas programadas.

3.3. INVESTIGACIÓN BÁSICA

Está orientada a la investigación en las ciencias sociales que se ocupa de aplicar los diferentes elementos y componentes y su interrelación, en el caso de la economía, la administración y las ciencias contables. Este recurre a técnicas específicas en la recolección de información, así como la observación directa, las entrevistas y los cuestionarios, también se ha considerado informes y documentos elaborados por otros investigadores.

3.4. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Observación

Esta técnica permitió conocer de cerca por la experiencia laboral, se pudo observar los hechos fenómenos que acontecen en el otorgamiento de préstamos según los tipos de créditos.

Entrevista personal

La entrevista personal se define como una conversación cara a cara, donde el entrevistador preguntará a los entrevistados (Asesores de Créditos) y recibe de este las respuestas pertinentes a la hipótesis de la investigación.

Encuesta

Mediante estas técnicas se logró obtener información de una muestra representativa de una determinada población. Es un proceso a través del cual conseguimos datos de información primaria que nos permitió explicar el problema, el mismo que se aplicó a los clientes y asesores de créditos.

3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

Está comprendida por la institución Mi banco, que otorga créditos en el Departamento de Puno, por lo que se ha considerado, a la Oficina Especial de Bellavista, que cuenta con un total de 3,200 clientes prestamistas.

Muestra

Para desarrollar el presente trabajo de investigación se consideró a los clientes de Mibanco, Oficina Especial de Bellavista en un número de 132, aplicando la siguiente fórmula:

DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

$$n = \frac{Z^2(p)(q)}{E^2}$$

DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

N = 3,200

n = ?

Z = 1.96

P = 0.90

q = 0.10

E = 0.05

Formula: $n = \frac{(1.96)^2(0.9)(0.1)}{(0.05)^2} = 0.3457/0.0025 = 138$

n = 138

Haciendo el ajuste de la población:

$$n_0 = \frac{n}{1 + \frac{n-1}{N}} = \frac{138}{1 + \frac{138-1}{3,200}} = 132$$

Muestra determinada 132.

3.6. CARACTERÍSTICAS DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN

En esta parte del trabajo de investigación se desarrolla las características del área de investigación, lo cual se divide en dos partes, en una primera se encuentra las características del departamento de Puno donde señaló aspectos generales relacionados a la ubicación, superficie, clima, población y actividad económica. Por otro lado, señaló las características de la Mibanco.

La Provincia de Puno, se encuentra ubicada geográficamente al Sur Oeste de la meseta del Collao, a una altitud de 3,827 m.s.n.m., La capital del departamento es la ciudad de Puno, a orillas del mítico Lago Titikaka, el lago navegable más alto del mundo. Es el centro de conjunción de dos grandes culturas: quechua y aymara; las que propiciaron un patrimonio incomparable de costumbres, ritos y creencias. Las principales ciudades son: Puno, Juliaca, Juli, Azángaro, Lampa y Ayaviri.

El trabajo ha estado orientado analizar el ámbito de desarrollo del Departamento de Puno.

UBICACIÓN GEOGRÁFICA

DISTRITO : Puno

PROVINCIA : Puno

DEPARTAMENTO : Puno

El mismo que cuenta con las siguientes características:

- a) Superficie : 66,997,12 Km².
- b) Altitud : 3,827 m.s.n.m.
- c) N° de Provincias: un total de 13, como son:
 - Zona sur : Collao, Chucuito y Yunguyo
 - Zona Centro : Puno, San Román y Moho
 - Zona Norte : Lampa, Melgar, Azangaro, Carabaya, Huancané, San Antonio de Putina y Sandia
- d) Población total: 1`245,508 Hab.
- e) Actividad Económica, la economía puneña se sostiene en la agricultura de subsistencia, de baja productividad y en la ganadería extensiva de Llamas, Alpacas y Ovinos principalmente desarrolladas sobre alrededor de 2 millones y medio de hectáreas de pastos. La ciudad de puno se caracteriza por ser un lugar altamente Turístico, considerado ene. Tercer lugar de los lugares más visitados a nivel nacional con un 32%; lo cual implica una actividad económica alta en este sector.

Mibanco

Mibanco es una empresa no estatal de derecho privado, a raíz de los cambios efectuados en el marco legal del sistema financiero peruano. Estos cambios permitieron el nacimiento de una nueva forma de entidad financiera especializada y diseñada para atender financieramente a la micro y pequeña empresa.

MIBANCO viene desarrollando sus actividades en la ciudad de Puno, por varios años, tanto en el aspecto Crediticio como en la captación de recursos, por lo que ha ido implementando su metodología al otorgamiento de créditos.

A principios del 2014, Mibanco fue adquirido por Edyficar y es en ese momento que se produjo el gran proceso de fusión entre Financiera Edyficar y Mibanco para brindar lo bueno de estar juntos.

CAPÍTULO IV

EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En el presente capítulo se desarrolla el análisis de los resultados de la investigación, lo que ha permitido dividirlo en tres partes, la primera parte consiste en evaluar los tipos de créditos otorgados a los micro empresarios, en la segunda parte determinaremos los niveles de morosidad y en su tercera parte se propone lineamientos de evaluación para la concesión de préstamos a establecer mecanismos de control que garanticen la recuperación del crédito, ello se efectuó en base a las dos primeras partes, así como información de los directivos y analistas de créditos, haciendo la contratación de hipótesis específicas.

5.1. EL OBJETIVO ESPECÍFICO 1

“EVALUAR EL COMPORTAMIENTO DE LOS TIPOS DE CREDITOS QUE OTORGA MIBANCO – PUNO A LOS MICOEMPRESARIOS QUE ESTA EN FUNCIÓN A LOS NIVELES DE DEMANDA ALTA Y BAJA EN TEMPORADAS, CAMPAÑAS DURANTE EL PERIODO 2015”

Para el desarrollo de este objetivo se ha realizado una encuesta a los clientes de Mibanco de la Oficina de Bellavista, durante el periodo del 2015.

5.1.1. Percepción de los tipos de créditos

En la encuesta a los clientes se plantea la siguiente interrogante:

Cuadro 1. Percepción de los tipos de créditos que se ofrece periodo 2015.

¿Conoce usted los tipos de créditos que ofrece Mibanco?

ALTERNATIVAS	N°	%
SI	49	37.12%
MUY POCO	28	21.21%
REGULARMENTE	51	38.64%
NO	4	3.03%
TOTAL	132	100.00%

Fuente: Encuesta OE Bellavista.

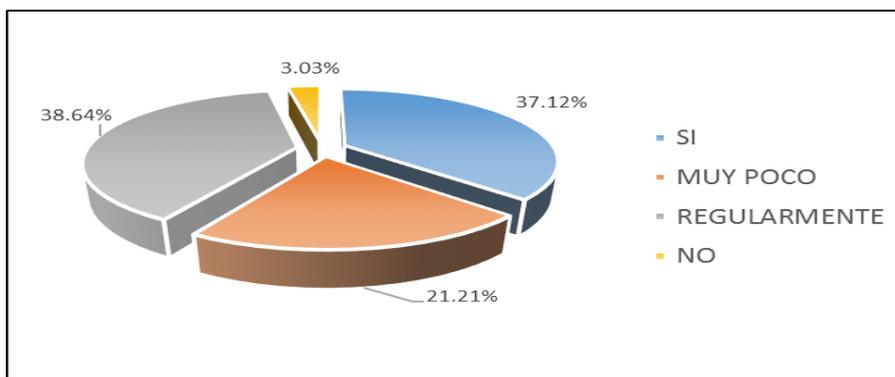


Gráfico 1. Conoce usted los tipos de crédito.

Como podemos observar, en el presente cuadro el 38.64 % demuestra que regularmente los clientes conocen el tipo de préstamo, seguido del 37.12% que indica que si conocen el tipo de crédito que se les otorga, adicionalmente tenemos el 21.21% que indican que muy poco conocen del tipo de crédito otorgado clasificándose en este rubro los clientes nuevos y clientes recurrente, y obviamente el 3.03% indica que no conoce el tipo de crédito que se le otorga, estando dentro de este rubro los clientes nuevos que tienen desconocimiento de los créditos que otorga Mibanco, siendo una gran preocupación para la institución en cuanto a la información del crédito otorgado; por lo que se tendrá que brindar más información en cuanto a que tipos de crédito pueden acceder los clientes.

5.1.2. Tipos de crédito

En la encuesta a los clientes se plantea la siguiente interrogante:

Cuadro 2. Tipos de crédito que ofrece Mibanco periodo 2015.

Cuánto usted obtiene un préstamo ¿Cuál es el tipo de crédito que solicita?

ALTERNATIVAS	N°	%
CREDITOS A MICROEMPRESA	60	45.45%
CREDITOS COMERCIALES	13	9.85%
CREDITOS HIPOTECARIOS	15	11.36%
CREDITOS DE CONSUMO	44	33.33%
TOTAL	132	100.00%

Fuente: Encuesta OE Bellavista.

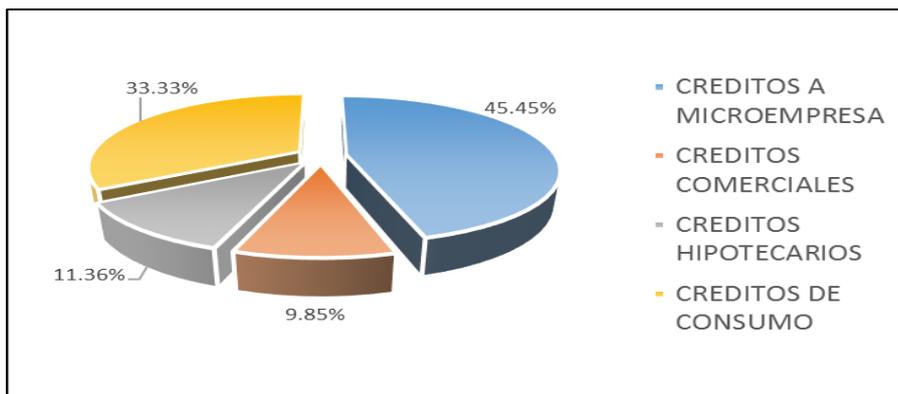


Gráfico 2. Cuál es el tipo de crédito que solicita.

En este cuadro podemos observar que la mayoría de los clientes por la actividad tanto del comercio como trabajos dependientes optan por los créditos a MICROEMPRESA o créditos MES en un 45.45%, por los crédito de CONSUMO o créditos personales en un 33.33% por los créditos comerciales en un 9.85 % y el 11.36% a los crédito hipotecarios, siendo todos estos tipos de crédito una gran alternativa de otorgar préstamos a los clientes ya que debido a la demanda por temporadas, campañas y competencia actual del mercado permitirá a los prestatarios una correcta elección de su préstamo dependiendo de la actividad, trabajo y/o negocio que realizan.

Cuadro 3. Accesibilidad para la obtención de préstamos Mibanco periodo 2015.

¿Por qué solicita ese tipo de crédito?

ALTERNATIVAS	N°	%
MAS FACIL DE OBTENER EL PRESTAMO	43	32.58%
POR LA TASA DE INTERES	36	27.27%
POR EL NEGOCIO	31	23.48%
MENOS REQUISITOS	22	16.67%
TOTAL	132	100.00%

Fuente: Encuesta OE Bellavista.

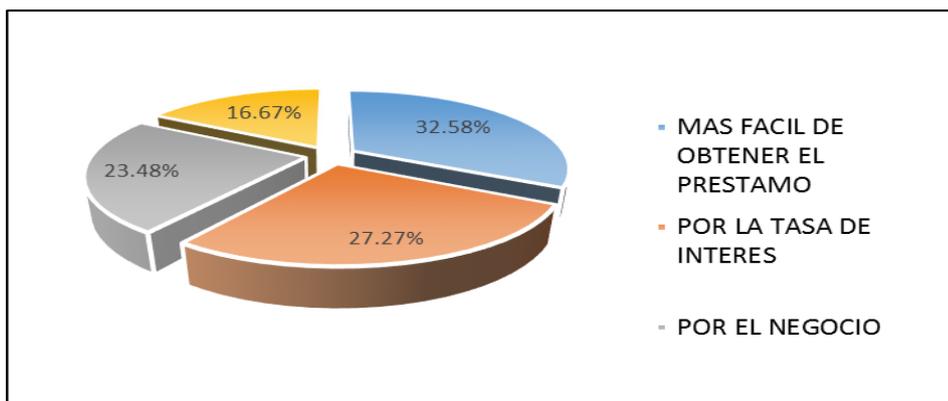


Gráfico 3. Por qué solicita ese tipo de crédito.

En el cuadro 3 , podemos observar que los clientes eligen su tipo de crédito por la facilidad de obtener el préstamo en un 32.58%, el 27.27% indican que es por la tasa de interés, dándose en este rubros con frecuencia los créditos a microempresarios, el 23.48% indica que es por la actividad del negocio y el 16.67% de los clientes indican que es por la menor cantidad de requisitos que se solicita, por lo que podemos observar que es de mucha importancia para la institución tener en cuenta todos estos criterios para la evaluación y el otorgamiento de un nuevo préstamo al cliente, debido a que éste, esté en la posibilidad de elegir entre otras ofertas del mercado.

Cuadro 4. Tipos de créditos que ofrece Mibanco.

Considerando los tipos de crédito que ofrece Mibanco ¿Qué crédito le gustaría obtener?

ALTERNATIVAS	N°	%
CREDITOS POR CAMPAÑA O TEMPORADAS	75	56.82%
CREDITOS NORMALES	57	43.18%
TOTAL	132	100.00%

Fuente: Encuesta OE Bellavista.

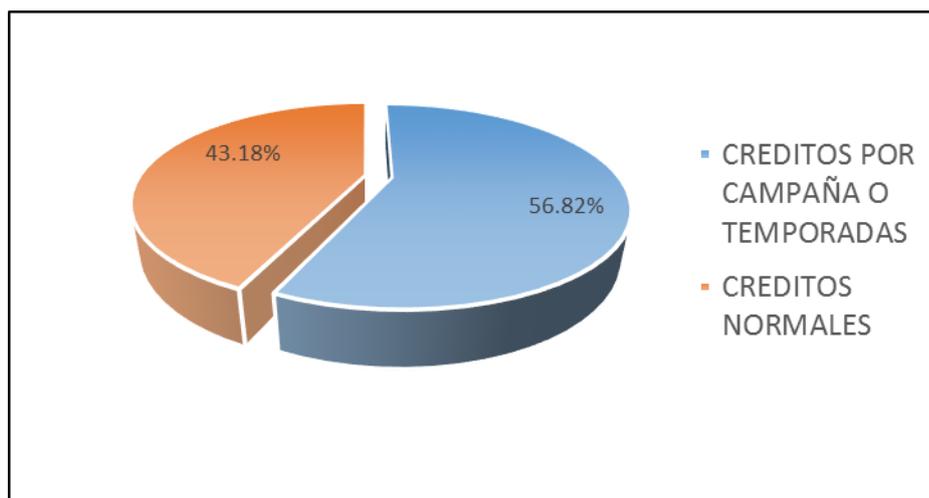


Gráfico 4. Qué crédito le gustaría obtener.

En el cuadro 4, muestra que cuando obtienen los clientes un préstamo el 56.8% de los clientes prefieren solicitar los créditos por periodos, temporadas o campañas ya que son más fáciles de obtener tomando en consideración aspectos como: la rapidez de atención y la tasa de interés proporcionados a los clientes y el monto; el 43.20% prefieren obtener créditos normales considerándose en este aspecto el monto de préstamo que desean obtener los clientes, ya que en su mayoría son las empresas con personería jurídica quienes solicitan de este tipo de crédito. Siendo esta una gran alternativa de otorgar créditos por campaña a los clientes.

Para una mayor información las campañas existentes en Mibanco son: las siguientes:

1. **Campaña escolar**

Incrementar el volumen de colocaciones de crédito MES y CONSUMO

- Reforzar el conocimiento de productos CONSUMO en los Microempresarios.

2. Campaña día de la madre

Mibanco reconoce el rol de madre y de microempresaria éxitos.

3. Campaña fiestas patrias

Captación y fidelización de clientes entre los meses de Junio y Julio.

4. Campaña navideña

- Incrementar el volumen de colocaciones.
- Fidelizar a los clientes.

Cuadro 5. Cuadro comparativo de las campañas de Mibanco periodo 2015.

CAMPAÑAS	CREDITOS NORMALES ENERO	CAMPAÑA ESCOLAR FEBRERO	CREDITOS NORMALES MARZO	CREDITOS NORMALES ABRIL	CAMPAÑA DIA DE LA MADRE MAYO	CREDITOS NORMALES JUNIO	CAMPAÑA FIESTAS PATRIAS JULIO	CREDITOS NORMALES AGOSTO	CREDITOS NORMALES SETIEMBRE	CAMPAÑA NAVIDAD OCT. Y NOV.	CREDITOS NORMALES DICIEMBRE
TIPOS DE CREDITOS	Nº PRESTAMOS	Nº PRESTAMOS	Nº PRESTAMOS	Nº PRESTAMOS	Nº PRESTAMOS	Nº PRESTAMOS	Nº PRESTAMOS				
MICROEMPRESA	311	537	322	334	565	319	518	347	321	748	375
COMERCIAL	3	-	7	5	-	5	-	9	5	-	13
CONSUMO	28	68	19	28	25	27	37	23	31	83	98
HIPOTECARIO	2	-	1	2	-	3	-	1	1	-	2
TOTAL	344	605	349	369	590	354	555	380	358	831	488

Fuente: Reporte de Prestamos Desembolsados REP5552.

Como podemos observar en el cuadro 5, el comportamiento de los créditos otorgados por campañas o temporadas se centran más en los créditos a Microempresarios o Mes y créditos Consumo; al igual que los créditos normales también se dan en más proporción en los Créditos a Microempresarios existiendo relativamente un porcentaje en los demás créditos como son: créditos comerciales, hipotecarios y consumo.

También podemos observar en el cuadro, que en los meses de Enero, Marzo, Abril, Junio, Agosto, Setiembre y Diciembre en los que no hay campañas los créditos desembolsados según el reporte de préstamos se encuentran en el mismo rango 344, 349, 369, 354, 380, 355 y 488 créditos desembolsados respectivamente, mientras que en los meses de campañas como son: Febrero 605 créditos (Campaña Escolar), Mayo 590 créditos (Campaña Día de la Madre), Julio 555 créditos (Campaña Fiestas Patrias), Octubre y Noviembre 831 créditos (campaña de Navidad), el número de desembolsos por campaña son de cantidades considerables.

No obstante, se observa que en la Campaña Navideña (duración 02 meses), el número de desembolsos es decreciente a pesar de la duración de la campaña, esto se da por el inicio anticipado de dicha promoción y que muchas veces no son considerados por los clientes por la temporada, siendo una política interna de la Institución el inicio anticipado de la última campaña, realizando la recomendación a Mibanco por ser de mucha importancia para el crecimiento en cuanto a clientes de la Institución.

5. Tasas de interés

En la encuesta a los clientes se plantea la siguiente interrogante.

Cuadro 6. Percepción de las tasas de interés que ofrece Mibanco periodo 2015.

¿Cómo considera las tasas de interés que ofrece Mibanco?

ALTERNATIVAS	N°	%
SON ALTAS	22	16.67%
SON REGULARES	46	34.85%
SON BAJAS	27	20.45%
SON PREFERENCIALES	37	28.03%
TOTAL	132	100.00%

Fuente: Encuesta OE Bellavista.

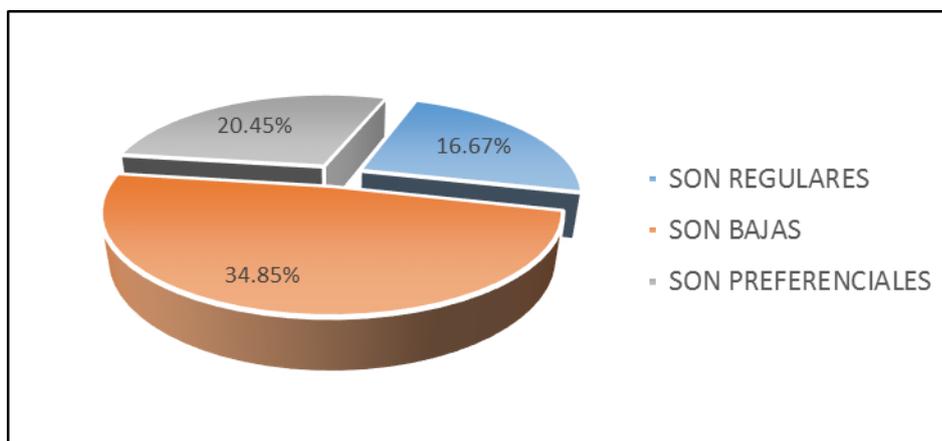


Gráfico 5. ¿Cómo considera las tasas de interés que ofrece Mibanco?

Esta pregunta es importante porque permite conocer como los clientes consideran las tasas de interés que Mibanco aplica a los créditos que otorga, considerando como regular el 34.85%, preferenciales el 28.03%, bajas el 20.45 % y Altas el 16.67%, Podemos notar que la mayoría considera de regular a preferenciales las tasas de interés que se aplican a los créditos otorgados por la institución, lo cual permitirá

establecer parámetros y criterios en cuanto a la evaluación y determinación de las tasas de interés tomando en consideración a clientes nuevos y recurrentes en el otorgamiento de préstamos.

6. Requisitos para la obtención de créditos

En la encuesta a los clientes se plantea la siguiente interrogante.

Cuadro 7. Percepción de los requisitos que se solicita periodo 2015.

¿Cómo considera usted los requisitos que solicita Mibanco para obtener un préstamo?

ALTERNATIVAS	N°	%
SON MUCHOS	33	25.00%
SON NECESARIOS	48	36.36%
SON BASICOS	51	38.64%
TOTAL	132	100.00%

Fuente: Encuesta OE Bellavista.

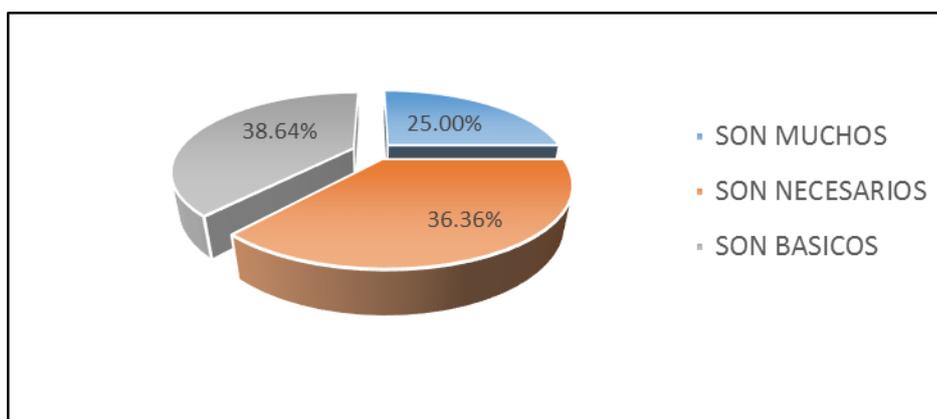


Gráfico 6. Cómo considera usted los requisitos que solicita Mibanco para obtener un préstamo.

Como podemos observar para los clientes en un 38.64% los requisitos que solicita Mibanco son básicos, el 36.36% considera que el requerimiento de los requisitos son necesarios para la obtención de los

créditos y el 25.00% de los clientes opina que son muchos los requisitos solicitados por la institución, dándose esto con más frecuencia en créditos solicitados por personas jurídicas por importes de préstamos mayores o considerables que ofrece la institución, debido a que por la cantidad de dinero que se otorga se requiere de garantías y de documentos válidos para que puedan acceder a un préstamo.

7. Tiempo de créditos

En la encuesta a los clientes se plantea la siguiente interrogante.

Cuadro 8. Percepción del periodo de tiempo para obtener préstamo periodo 2015.

¿A qué periodo de tiempo le gustaría obtener un préstamo?

ALTERNATIVAS	N°	%
SEIS MESES	27	20.45%
UN AÑO	44	33.33%
DOS AÑOS	40	30.30%
MAS DE TRES AÑOS	21	15.91%
TOTAL	132	100.00%

Fuente: Encuesta OE Bellavista.

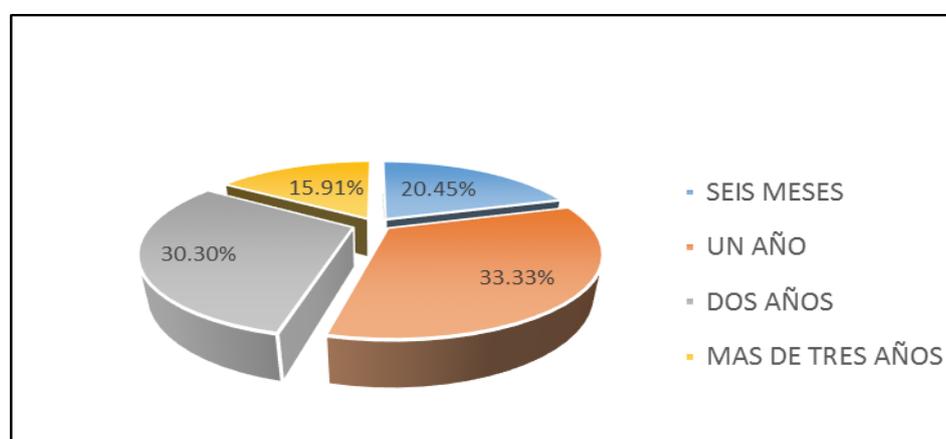


Gráfico 7. ¿A qué periodo de tiempo le gustaría obtener un préstamo?

Tomando en consideración todos los factores el 33.33% de los clientes desearían obtener un préstamo a un año, el 30.30% opina que le gustaría pagar un préstamo a dos años, el 20.45% de los clientes indica que pagaría su préstamo en 6 meses, y por último el 15.91% de los clientes desearían solicitar préstamos a más de tres años, siendo esta más utilizada por los clientes que solicitan préstamos por montos considerables, ya que se consideran aspectos como la capacidad de pago, la rentabilidad en sus negocios como también los ingresos mensuales en caso de créditos personales, ya que este es un factor importante que se considera en la evaluación de los analistas para el otorgamiento de préstamos.

5.2. DEL OBJEIVO ESPECÍFICO 2

“DETERMINAR LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL CUMPLIMIENTO DE PAGO DE CRÉDITOS OTORGADOS A LOS MICROEMPRESARIOS POR LA EXISTENCIA DE ALTO NIVEL DE MOROSIDAD, QUE SE VE REFLEJADO EN LA CARTERA MOROSA DE MIBANCO – PUNO, PERIODO 2015”

Para el desarrollo de este objetivo se ha realizado una encuesta a los trabajadores (Asesores de Crédito) de la Oficina Especial de Bellavista.

Siendo las funciones específicas del Asesor de Crédito las siguientes:

Objetivo del puesto

Responsable de la gestión de la cartera de clientes, a través de la captación, evaluación y fidelización de clientes y de la recuperación de los préstamos asignados a su cartera.

Ventas y evaluación

- a) Promocionar los productos activos y pasivos ofrecidos por la empresa e identificar y proponer al Gerente de Agencia las oportunidades de negocio que permitan el crecimiento y diversificación de la cartera de créditos de la Agencia. y de captaciones a través de niveles altos de productividad para el cumplimiento de las metas asignadas
- b) Evaluar y calificar a los clientes sujetos de crédito, cuyas solicitudes haya promovido o recibido de otra instancia de la Agencia.
- c) Elaborar los Expedientes de Crédito que sustenten las operaciones de préstamo y refinanciamientos, según lo establecido por la política y normas correspondientes
- d) Aprobar las operaciones de préstamo que correspondan a su nivel de autonomía y siempre que se encuentre autorizado a ejercer esta facultad, según las normas que se establecen para dicho efecto.
- e) Proponer operaciones de préstamos y de refinanciamiento al Comité de Créditos.

- f) Realizar las acciones de recuperación de los préstamos asignados a su cartera, según las políticas y normas establecidas para ello.
- g) Reportar al Gerente de Agencia los casos de créditos con problemas de recuperación, proponiendo la solución más conveniente.
- h) Administrar y gestionar la cartera de productos pasivos de acuerdo a las metas asignadas.
- i) Otras funciones que le encargue el Jefe de la Agencia compatibles con el cargo.

Según la recolección de información podemos ver lo siguiente:

1. Pagos de los créditos

En la encuesta a los asesores de créditos se plantea la siguiente interrogante.

Cuadro 9. Percepción de pagos puntuales de créditos periodo 2015.

¿Sus clientes pagan puntualmente sus cuotas de crédito?

ALTERNATIVAS	N°	%
SI	2	11.11%
NO	1	5.56%
A VECES	10	55.56%
CASI SIEMPRE	5	27.78%
TOTAL	18	100.00%

Fuente: Encuesta OE Bellavista.

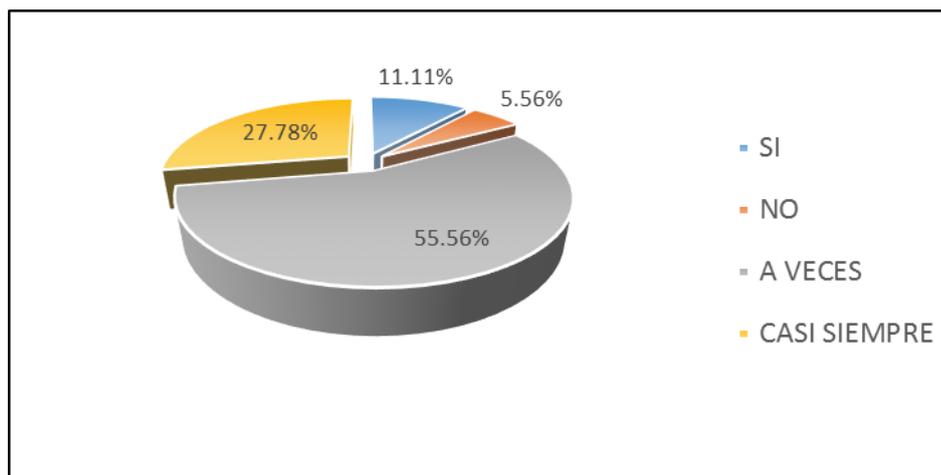


Gráfico 8. ¿Sus clientes pagan puntualmente sus cuotas de crédito?

En el cuadro 9 observamos, que según los trabajadores de Mibanco el 55.56% de sus clientes pagan a veces sus cuotas de crédito, es decir, esporádicamente o tienen problemas para cancelar sus créditos, seguido del 27.78% que indican que casi siempre paga puntualmente sus cuotas, el 11.11% de los analistas indican que sus clientes si pagan sus créditos en la fecha fijada siendo esta una pequeña proporción del total clientes que cumplen efectivamente con los pagos de sus cuotas, el 5.56% indican que sus clientes no pagan puntualmente sus cuotas, teniendo problemas de capacidad de pago, esta información según los trabajadores de Mibanco, demostrando que existe morosidad en los pagos de los clientes, ya que generalmente hay que enviarles notificaciones para que cumplan con sus pagos en la fecha oportuna.

2. Pagos de créditos

En la encuesta a los asesores de negocios se plantea la siguiente interrogante.

Cuadro 10. Promedio de pago puntual de sus clientes periodo 2015.

¿Cuál es el promedio de pago puntual de sus clientes? Del 100

ALTERNATIVAS	N°	%
1 - 20 %	1	5.56%
21 - 50 %	2	11.11%
51 - 80 %	10	55.56%
81 - 100%	5	27.78%
TOTAL	18	100.00%

Fuente: Encuesta OE Bellavista.

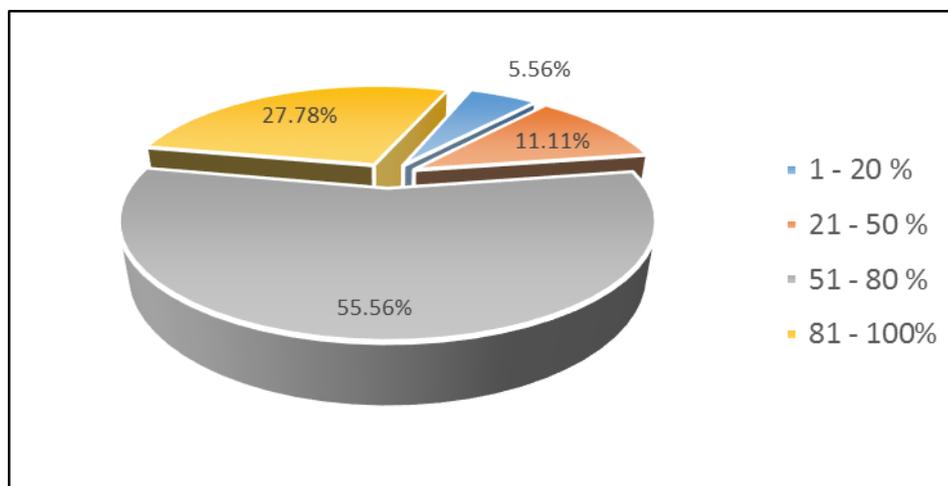


Gráfico 9. ¿Cuál es el promedio de pago puntual de sus clientes?

Vemos en el cuadro 10, que el 55.56% de los trabajadores de Mibanco opinan que sus clientes activos pagan puntual en un porcentaje del 51 al 80%, un 27.78% de los analistas indican que sus clientes pagan puntual de un 81 a 100 %, por lo que demuestra en gran porcentaje la existencia de morosidad en los clientes, el 11.11% de los analistas opinan que sus clientes pagan puntualmente entre 21 a 50% y el 5.56% de los analistas opinan que sus clientes pagan puntualmente entre 1 a 20%, siendo este un factor determinante para la institución el cual ayudara a implementar métodos y técnicas para el cobro y recuperación

de los créditos, ya que el no pago oportuno de sus cuotas conlleva a niveles altos de mora que posee la institución.

Cuadro 11. Días en promedio de retraso en pagar periodo 2015.

Sus clientes ¿Cuántos días en promedio se retrasan en pagar?

ALTERNATIVAS	N°	%
1 - 8 DIAS	13	72.22%
9 - 15 DIAS	4	22.22%
15 A MAS	1	5.56%
TOTAL	18	100.00%

Fuente: Encuesta OE Bellavista.

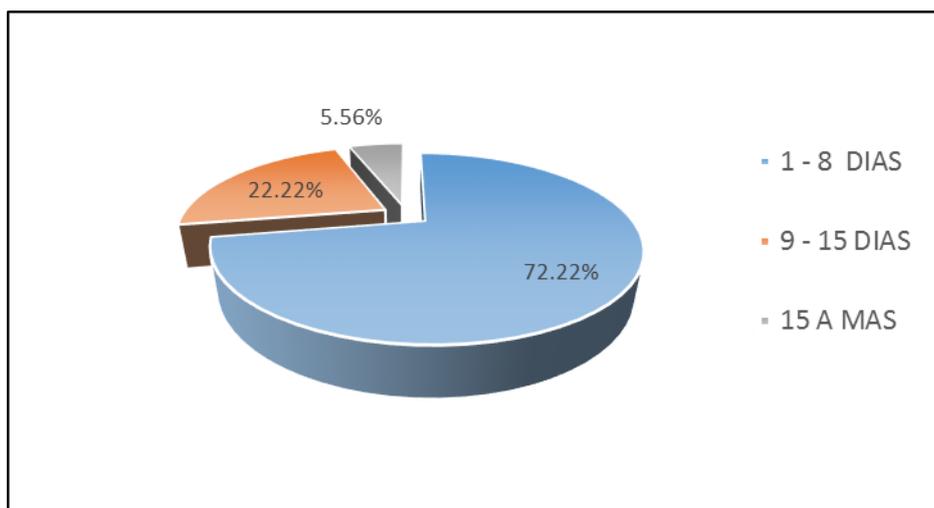


Gráfico 10. Cuántos días en promedio se retrasan en pagar.

Como podemos observar en el cuadro 11 que el 72.22% de los trabajadores opina que sus clientes se demoran en pagar sus cuotas de créditos entre 1 a 8 días, seguido del 22.22% que indican que sus clientes activos pagan entre los 9 a 15 días promedio, y el 5.56% opina que sus clientes pagan las cuotas con retraso por más de 15 días, por lo que se puede determinar que es significativo para la institución el no pago oportuno de las cuotas de los créditos otorgados, así se demuestre

el retraso de pagos hasta por un día de la fecha pactada, esta es considerada como cartera morosa.

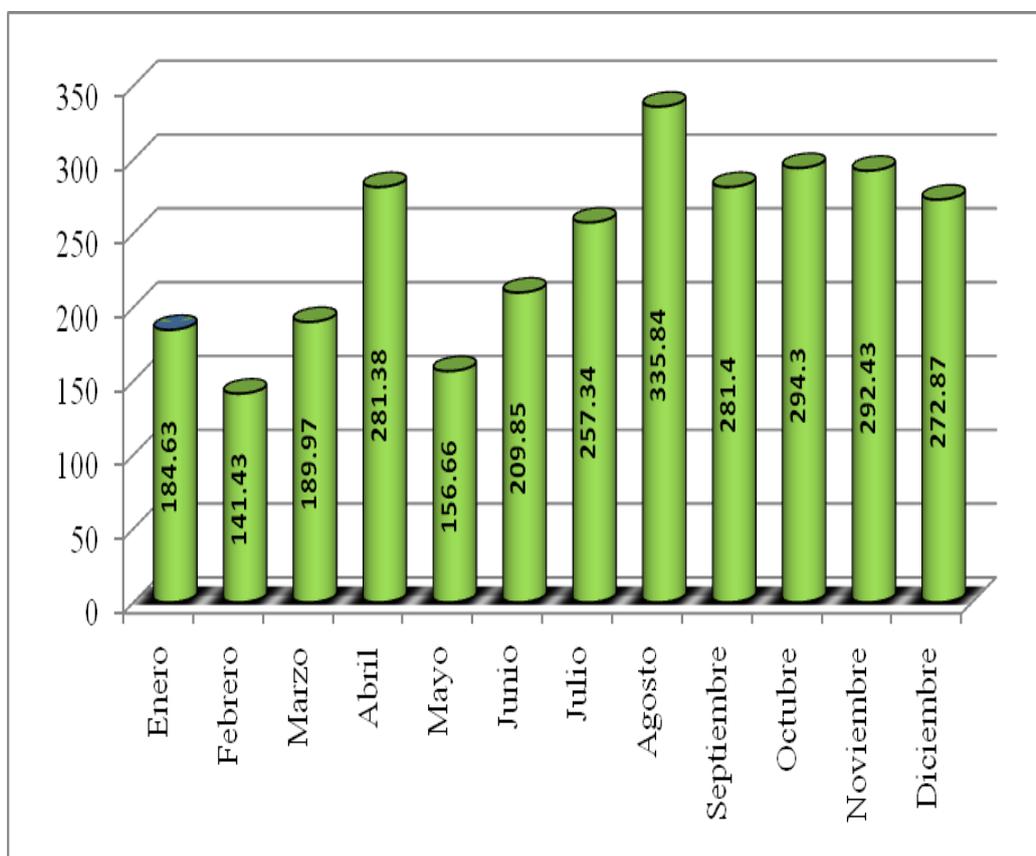


Gráfico 11. Cartera morosa de 1 a 15 días de la OE Bellavista – Mibanco periodo 2015 en miles de soles.

Fuente: Reporte de cartera morosa Mibanco.

Se puede observar que en el gráfico 11, el índice de la cartera morosa de acuerdo a los meses en el año 2015 existe una tendencia creciente siendo los meses de Agosto con 335 soles y octubre con 294 mil soles, los que alcanzaron mayor número de cartera morosa, esta información según la evaluación de cartera de la Oficina Especial de Bellavista Mibanco.

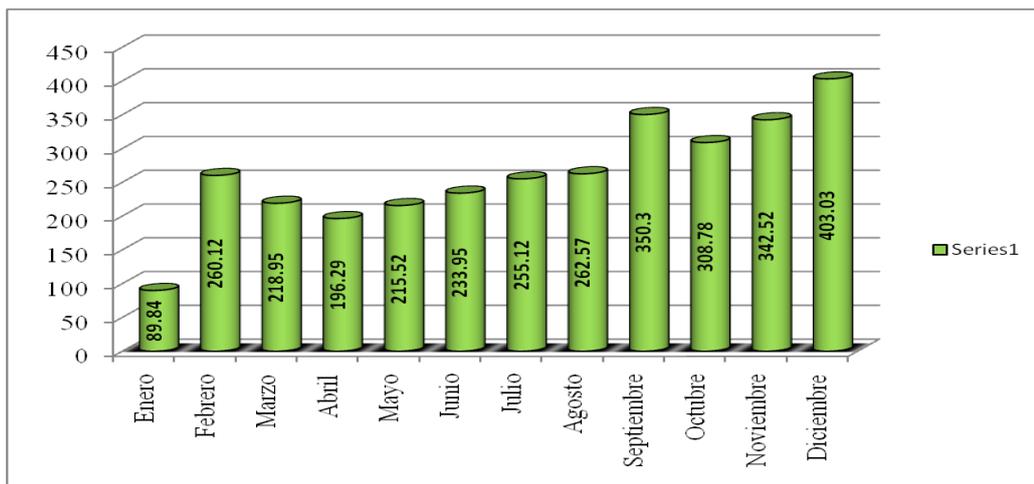


Gráfico 12. Cartera vencida mayor a 15 días OE Bellavista – Mibanco periodo 2015, en miles de soles.

Fuente: Reporte de cartera morosa Mibanco.

En el gráfico 12, se puede observar que existe en el mes de diciembre S/. 403 mil soles en morosidad; seguido del mes de septiembre que obtuvo 350 mil soles en mora, ambas en cartera vencida mayor a 15 días, por lo que se tiene un alto nivel de morosidad que como vemos va aumentando cada mes siendo significativa para la Institución, según información de reporte de Cartera morosa de Mibanco.

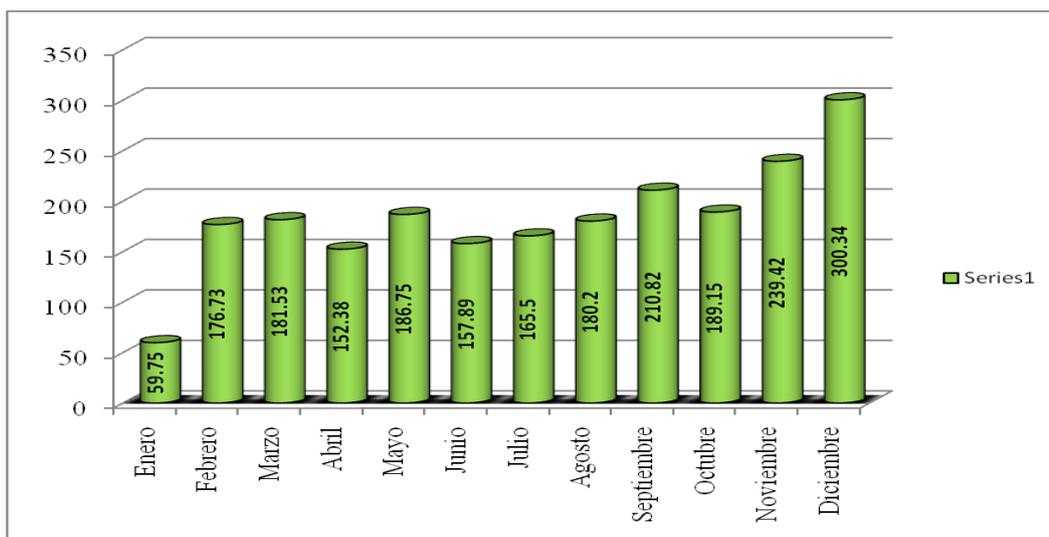


Gráfico 13. Cartera vencida mayor a 30 días OE Bellavista – Mibanco periodo 2015, en miles de soles.

Fuente: Reporte de cartera morosa Mibanco.

Y en el cuadro de cartera vencida mayor a 30 días, se observa que la mayor cantidad de mora se concentra en el mes de Diciembre con 300 mil soles, seguido del mes de Noviembre con 239 mil soles, siendo significativa para Mibanco por el incremento en los últimos meses del año del 2015, según información de reporte de Cartera morosa de Mibanco.

Cuadro 12. Tipos de actitudes de pago periodo 2015.

Sus clientes ¿Qué tipo de actitudes de pago cree usted que poseen?

ALTERNATIVAS	N°	%
DE RESPONSABILIDAD	9	50.00%
DE PUNTUALIDAD	7	38.89%
POR RENOVACION CREDITO	2	11.11%
DESINTERES	0	0.00%
TOTAL	18	100.00%

Fuente: Encuesta OE Bellavista.

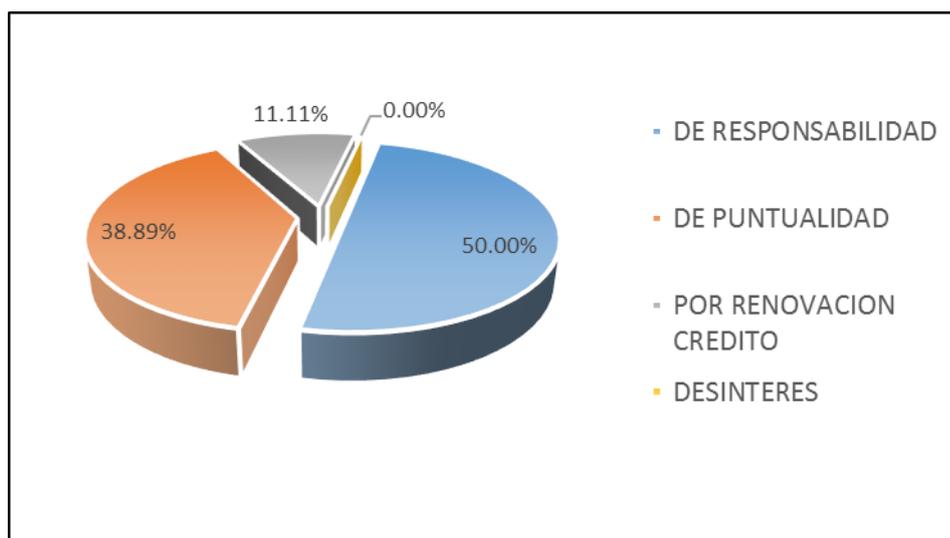


Gráfico 14. ¿Qué tipo de actitudes de pago cree usted que poseen?

En el cuadro 12, según los trabajadores (asesores de crédito), observamos las actitudes que demuestran los clientes frente a la institución en cuanto al crédito solicitado, el 50.00% muestra responsabilidad, el 38.89% demuestra puntualidad, seguido del 11.11% busca renovación de crédito, esto nos indica que existe un gran nivel de responsabilidad de los clientes de Mibanco, por el interés de solicitar una renovación de crédito, es por ello que demuestran puntualidad en sus pagos, siendo un factor importante para el otorgamiento de un nuevo crédito para clientes recurrentes.

Cuadro 13. ¿Cuándo sus clientes no pueden pagar sus cuotas de crédito, porque motivos cree usted?

ALTERNATIVAS	N°	%
POR SOBREENDEUDAMIENTO	12	66.67%
PROBLEMAS FAMILIARES	5	27.78%
FALTA DE DINERO EN EFECTIVO	1	5.56%
POR QUE SE OLVIDA	0	0.00%
TOTAL	18	100.00%

Fuente: Encuesta OE Bellavista.

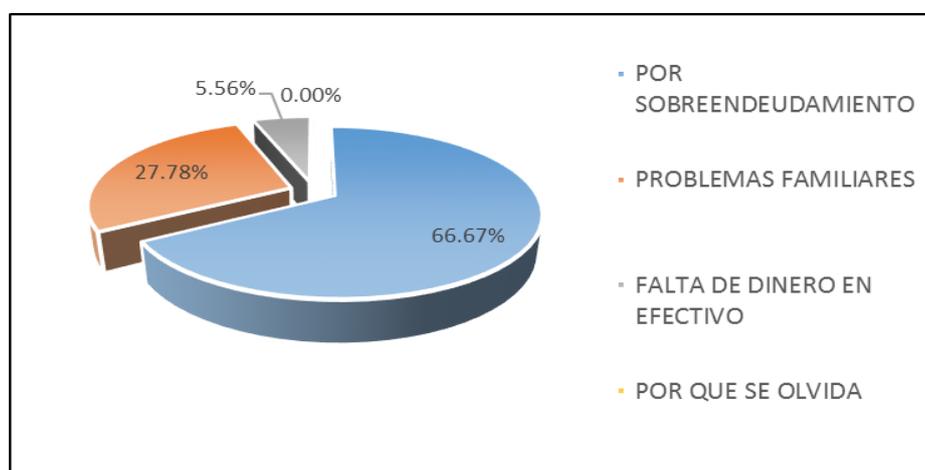


Gráfico 15. ¿Cuándo sus clientes no pueden pagar sus cuotas de crédito, porque motivos cree usted?

En el cuadro 13, podemos observar que los clientes demoran en pagar sus cuotas por las siguientes razones, el 66.67 % se endeuda porque tiene obligaciones en otras instituciones financieras, el 27.78 % por problemas familiares, y el 5.56% lo hace por falta de dinero en efectivo, demostrando que la mayoría de los clientes tiene problemas para pagar cuotas de créditos obtenidos por tener deudas de otras instituciones crediticias conllevando al endeudamiento financiero.

Cuadro 14. Niveles de rentabilidad de los clientes periodo 2015.

¿Cuáles son los niveles de rentabilidad de los negocios de sus clientes?

ALTERNATIVAS	N°	%
10 - 30 %	11	61.11%
31 - 50 %	5	27.78%
MAS DEL 50 %	2	11.11%
TOTAL	18	100.00%

Fuente: Encuesta OE Bellavista.

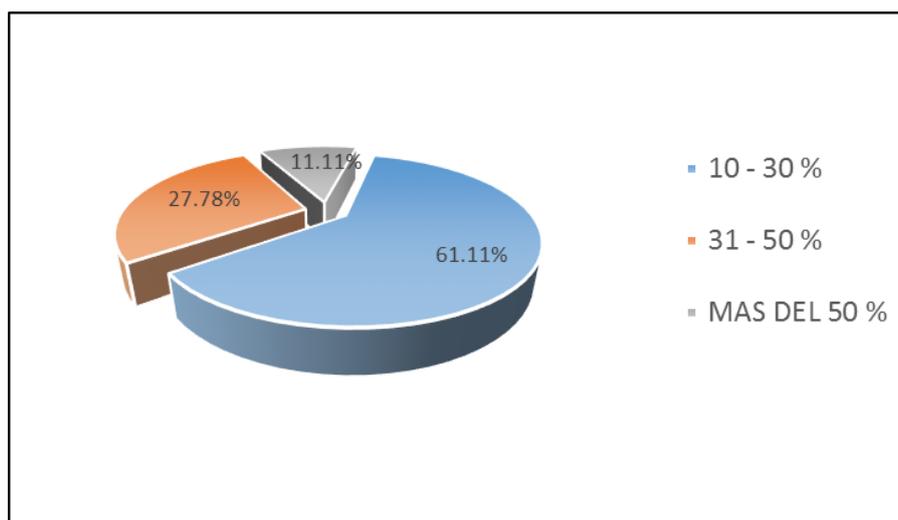


Gráfico 16. ¿Cuáles son los niveles de rentabilidad de los negocios de sus clientes?

Como vemos en el cuadro 14, según los asesores de crédito los niveles de rentabilidad de los clientes de Mibanco son del 61.11% entre 10 al 30% de rentabilidad en promedio, el 27.78% de los asesores opina que la rentabilidad de sus clientes está entre el 31 al 50%, y el 11.11% opina que la rentabilidad es más del 50%, esto nos indica que los clientes tienen rentabilidad, por lo que son accesibles a un préstamo que les permita mejorar sus ingresos y sobre todo su calidad de vida y que puedan cubrir y pagar puntualmente los créditos, reflejándose también esto en la evaluación del crédito para el otorgamiento de nuevos préstamos.

5.3. DEL OBJETIVO ESPECÍFICO 3

“PROPONER NUEVOS LINEAMIENTOS DE EVALUACIÓN PARA LA CONCESION DE PRESTAMOS A LOS CLIENTES, QUE CONTRUYAN A ESTABLECER MECANISMOS DE CONTROL QUE GARANTICEN LA RECUPERACION DEL CREDITO OTORGADO”.

Como se ha podido notar en las encuestas, entrevistas tanto a los clientes y trabajadores de Mibanco existen algunos vacíos como por ejemplo, muchas de las informaciones que se obtiene al momento de realizar la evaluación son alteradas por querer acceder fácilmente a un crédito de esta institución, ya que al otorgar préstamos en estas circunstancias hace que exista un buen número de clientes morosos, incumplidos que perjudican a la institución como también su situación crediticia. Por lo que me he permitido proponer los siguientes Lineamientos que buscan mejorar y reducir el nivel de morosidad:

Lineamientos de evaluación de créditos

En cuanto a promociones:

Se propone que Mibanco, dentro de las actividades de promoción de créditos aplique la metodología de buscar contactos con pequeñas organizaciones económicas de un determinado sector, para ello el área de negocios deberá previamente capacitar al personal en diferentes rubros económicos, como por ejemplo: comercio, producción, servicio y en el proceso de créditos, de manera que se pueda brindar promociones de información más eficiente y personalizada a los clientes sobre los productos y beneficios que pueden obtener de Mibanco, evitando confusiones en los clientes en cuanto a las políticas de crédito, tipos de créditos ya que se pretende optimizar el tiempo dedicado a esta actividad, contribuyendo a que el analista tengan la posibilidad de promocionar a distintos sectores de la ciudad.

En cuanto a la evaluación y aprobación de crédito.

Se propone evaluar las características personales de cada cliente, es decir la honorabilidad y la buena reputación tanto en el medio comercial como en su vida privada, ya que es la mejor garantía que puede presentar el cliente, ello permitirá un auto selección de cada cliente que conlleve a una aprobación preliminar. Del mismo modo verificar la unidad familiar, estabilidad conyugal y sobre todo la solvencia económica.

De otro lado es necesario considerar el análisis de los motivos del crédito y características del mercado, es decir la ubicación del establecimiento, ventajas competitivas, antigüedad del negocio, y otros que crea conveniente el analista de crédito, ya que muchas veces por ser clientes recurrentes no realizan las verificaciones correspondientes y necesarias que conlleven a una mejor evaluación y por ende al otorgamiento del préstamo.

5.4. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

En el presente trabajo de investigación, de acuerdo al análisis se ha obtenido:

5.4.1. Hipótesis específica 1

“EL COMPORTAMIENTO DE LOS TIPOS DE CREDITO QUE OTORGA MIBANCO – PUNO A LOS MICROEMPRESARIOS ESTA EN FUNCION A LOS NIVELES DE DEMANDA ALTA Y BAJA QUE SE PRESENTAN EN TEMPORADAS O CAMPAÑAS DURANTE EL PERIODO 2015”

Como hemos observado en los cuadros 1, 5, 6, 7 y 8 se ha demostrado que el comportamiento del tipo de crédito que otorga Mibanco a los microempresarios está en función a los niveles de demanda que se presentan de acuerdo a temporadas y campañas demostrando que son significativos los resultados:

- Pudiéndose notar, que según los tipos de créditos que Mibanco otorga a los Microempresarios, existe una mayor cantidad de demanda en los créditos que se otorgan por temporadas o campañas reflejándose más los créditos MES con 748 préstamos en la Campaña Navideña y CONSUMO con 84 créditos en Campaña Escolar, según el Cuadro N° 5; debido a que los clientes prefieren obtener créditos en campañas por los siguientes motivos: obsequios en la promoción, la rapidez en la atención con los clientes recurrentes, bajos interés en los préstamos y por la facilidad de obtención de un crédito sin la necesidad de estar presentando documentos, que muchas veces son innecesarios, creando ciertas molestias a los clientes y al mismo tiempo su deserción de la Institución, por lo tanto se acepta la hipótesis planteada en el presente trabajo de investigación, quedando confirmada la Hipótesis Especifica 1.

5.4.2. Hipótesis específica 2

“LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL CUMPLIMIENTO DEL PAGO DE CRÉDITOS OTORGADOS A LOS MICROEMPRESARIOS ES POR LA EXISTENCIA DE ALTOS NIVELES DE MOROSIDAD QUE SE VE REFLEJADO EN LA CARTERA MOROSA DE MIBANCO – PUNO, PERIODO 2015”

Como hemos observado en los cuadros 10, 11, 13, 14 y gráficos 11 y 12 se ha demostrado que en los tipos de créditos otorgados, existen altos niveles de morosidad como consecuencia de la falta de capacidad de

pago por parte de los clientes, demostrando que son significativos los resultados obtenidos:

Pudiéndose notar, que muchas veces los clientes no cumplen con los pagos en forma oportuna de sus créditos, conllevando a altos niveles de morosidad que posee la Institución, siendo significativas en los meses de Agosto (cartera morosa) y Diciembre (cartera vencida) según Gráficos 11 y 12. Además, en el momento de otorgar el crédito no se analiza adecuadamente la capacidad de pago de los clientes por parte de los analistas de créditos, por lo que existe una significativa cartera vencida mayor a 30 días, al no poder cumplir con sus obligaciones de pago puntual de sus préstamos; en la mayoría de los casos en un gran porcentaje es por sobreendeudamiento con otras instituciones financieras, siendo este un factor determinante ya que muchos de los asesores de créditos no realizan una evaluación consciente, contrastado con la realidad, al mismo tiempo de conocer la real rentabilidad y revisar su sobre endeudamiento de sus clientes; por lo que podemos afirmar que la capacidad de pago influye en la morosidad, quedando aceptada la hipótesis planteada para el presente trabajo de Investigación, de esta manera se confirma la Hipótesis Específica 2.

CONCLUSIONES

Según el trabajo de investigación realizado se ha podido llegar a las siguientes conclusiones:

Primera.- Los tipos de créditos que otorga Mibanco son de mucha importancia para los clientes, porque les permitirá determinar el tipo de crédito que desean solicitar de acuerdo a las demandas que existen a nivel de los micro empresarios en el mercado financiero, sus necesidades que existen en los diferentes segmentos con medios y bajos recursos, siendo una alternativa para los clientes la obtención de préstamos en temporadas o campañas que ofrece la institución, llegando a que el 38.64 % demuestra que regularmente los clientes conocen el tipo de préstamo, seguido del 37.12% que indica que si conocen el tipo de crédito que se les otorga, adicionalmente tenemos el 21.21% que indican que muy poco conocen del tipo de crédito otorgado clasificándose en este rubro los clientes nuevos y clientes recurrente, y obviamente el 3.03% indica que no conoce el tipo de crédito que se le otorga, estando dentro de este rubro los clientes nuevos que tienen desconocimiento de los créditos que otorga Mibanco.

Segunda.- En los tipos de créditos que se otorgan a los microempresarios, existen altos niveles de morosidad como consecuencia de la falta de capacidad de pago y conciencia crediticia por parte de los clientes, demostrando que la mayoría tiene problemas para pagar sus cuotas al no pagar oportunamente sus créditos por tener deudas de otras instituciones crediticias (sobre endeudamiento), afectando así la capacidad de pago de cada uno, por lo que ésta incide directamente a la cartera de Mibanco. La mayoría de los clientes por la actividad tanto del comercio como trabajos dependientes optan por los créditos a MICROEMPRESA o créditos MES en un 45.45%, por los crédito de CONSUMO o créditos personales en un 33.33% por los créditos comerciales en un 9.85 % y el 11.36% a los crédito hipotecarios.

Tercera.- La propuesta de lineamientos tanto de información y evaluación de créditos, permitirá desarrollar un análisis más adecuado y se dará mayor información para la toma de decisiones en el otorgamiento de los créditos, específicamente en los que respecta al cumplimiento del pago, esto conlleva a que se alcancen los objetivos en cuanto a una mejor evaluación y aprobación de los créditos realizándose de manera justa y eficiente en el otorgamiento de dichos préstamos, analizando todos los aspectos necesarios por parte de los funcionarios de negocios de Mibanco. De otro lado es necesario considerar el análisis de los motivos del crédito y características del mercado, es decir la ubicación del establecimiento, ventajas competitivas, antigüedad del negocio, y otros que crea conveniente el analista de crédito para una mejor evaluación.

RECOMENDACIONES

De acuerdo a las conclusiones alcanzadas podemos determinar las siguientes Recomendaciones.

Primera.- Se deberá brindar mayor información a los clientes, por parte de todo el personal de Mibanco, es decir, deberá partir de los trabajadores tener conocimientos básicos de todos los productos y créditos con los que cuenta la Institución, esto se puede dar con capacitaciones constantes que la Institución puede dar a sus colaboradores, sobre los actuales y nuevos productos, créditos, tasas de interés y requisitos necesarios que se requiera para el otorgamiento de un préstamo en Mibanco, ya que esto contribuirá a mejorar la información que el cliente requiere y necesita para que así éste pueda elegir la mejor opción en el mercado financiero, que conlleve a la satisfacción de sus necesidades.

Segunda.- Además se recomienda a la Institución, que para tener más captaciones de clientes, tanto nuevos como recurrentes, internamente el Area de Marketing de Mibanco deberá programar de manera más adecuada considerando las temporadas que correspondan a cada campaña que

durante todo el año Mibanco tiene para sus clientes, con el objetivo de evitar confusiones con los clientes en cuanto a la duración de cada campaña, debido a que actualmente se dan con anticipación y al mismo tiempo lograr un mejor número de créditos desembolsados por cada una de las campañas.

Tercera.- Se recomienda a Mibanco la aplicación de la propuesta presentada en el presente trabajo de investigación por que permitirá tomar adecuadamente las decisiones, respecto a reducir el riesgo y mejorar la capacidad de pago de los clientes, donde se recomienda realizar una serie de acciones orientadas a escoger y evaluar los créditos de la mejor forma por parte de los analistas de crédito tomando en consideración todos los aspectos importantes y necesarios como son los de capacidad de pago, capacidad de endeudamiento, etc. Además de propiciar a todos los clientes de Mibanco conciencia y cultura crediticia para que así se contribuya al mejoramiento y reducción de la mora con la que actualmente cuenta Mibanco.

BIBLIOGRAFÍA

- Calderon, R. S. (2013). *titulado "La gestión del riesgo crediticio y su "Influencia En El Nivel De Morosidad De La Caja Municipal De Ahorro Y Crédito De Trujillo"*.
- Charaja, F. (2003). *INVESTIGACIÓN CIENTIFICA*. PUNO: Editorial UNA-Puno.
- Flores, A. E. (2015). *"Evaluación De Los Estados Financieros Para Otorgar Créditos A Pequeñas Y Microempresas En La Financiera Edyficar Y Como Trasciende El Sistema Financiero En Los Clientes, Juliaca – 2015"*.
- Larico, Z. M. (2015). *"Incidencia De La Gestión Crediticia En La Recuperación De Créditos De La Caja Rural De Ahorro Y Créditos Los Andes S.A. Distrito De Juliaca Periodos 2013 A 2014*. Juliaca.
- Mamani, Y. (2015). *Analisis de las colocaciones e Indices de Morosidad de la Coopac San Salvador periodo 2012-2013*. Puno.

- Medina, A. (2009). *"Administración de Riesgos en el Sistema Financiero"*
Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima Perú.
- Meza, G. (2003). *Medición Del Riesgo En La Evaluación Del Crédito A La
Microempresa. Pag. 25. Lima: Del Autor.*
- Mibanco. (2014). *Manual De Creditos Y Recuperaciones De Mibanco (Man-
Neg-038.). Lima.*
- Palomino, P. (2001). *Metodología Diseño y técnicas de Investigación, Editorial
Titikaka FCEDUC. PUNO.*
- Superintendencia de Banca y Seguros y AFPs. (2014). *Memoria Anual SBS.*
Lima.
- Torres, J. R. (2012). *El Crédito Financiero En La Gestión De Cartera Mypes De
La Financiera Edyficar – Provincia De Huancané.*
- Urrutia, C. (1997). *Como Hacer La Tesis Y La Investigación Social. LIMA.*

WEBGRAFÍA

- Diccionario abc. (2014). *Recuperado de*
<http://www.definicionabc.com/derecho/obligaciones.php>.
- Ley N° 28015. (2003). *Ley De Promoción Y Formalización De La Micro Y
Pequeña Empresa Recuperado*
<http://blog.pucp.edu.pe/blog/conciliacion/2010/12/14/ley-n-28015-ley-de-promocion-y-formalizacion-de-la-micro-y-pequena-empresa/>.
- Mibanco. (2015). *Memoria Anual de Mibanco Recuperado*
<http://www.mibanco.com.pe/categoria/memoria>. Lima.

Mibanco. (2016). *Manual de Procedimientos de Riesgo Crediticio Recuperado*

<http://www.mibanco.com.pe/>. Lima.

WWW.riesgofinanciero.com. (s.f.). *Instituto del riesgo financiero*.

WWW.sbs.gob.pe. (s.f.). *Superintendencia De Banca Y Seguros*. Perú.

ANEXOS

Anexo 1. Evaluación de los tipos de créditos otorgados a los microempresarios, y su incidencia en la cartera morosa de Mibanco - Puno periodo 2015.

INTERROGANTES	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES
<p>GENERAL ¿De qué manera los tipos de créditos otorgados a los microempresarios Inciden en la cartera morosa de MIBANCO – Puno, periodo 2015?</p> <p>ESPECIFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo es el comportamiento de los tipos de créditos que otorga Mibanco - Puno a los microempresarios en temporadas, campañas de demanda alta y baja, durante el Periodo 2015? • ¿Qué factores influyen en el cumplimiento de pago de créditos otorgados a los microempresarios, que se ve reflejado en la cartera morosa de MIBANCO – Puno, periodo 2015? 	<p>GENERAL Analizar los tipos de créditos otorgados a los microempresarios y su incidencia en la cartera morosa de MIBANCO - Puno, periodo 2015</p> <p>ESPECIFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluar el comportamiento de los tipos de créditos que otorga Mibanco - Puno a los microempresarios que está en función a los niveles de demanda alta y baja en temporadas, campañas, durante el periodo 2015. • Determinar los factores que influyen en el cumplimiento de pagos de créditos otorgados por los microempresarios por la existencia de altos nivel de morosidad, que se ve reflejado en la cartera morosa de MIBANCO – Puno, periodo 2015? • Proponer nuevos lineamientos de evaluación para la concesión de préstamos a los clientes, que contribuyan a establecer mecanismos de control que garanticen la recuperación del crédito otorgado. 	<p>GENERAL Los tipos de créditos otorgados a los microempresarios, incide negativamente en la cartera morosa de Mibanco - Puno, periodo 2015</p> <p>ESPECIFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • El comportamiento de los tipos de crédito que otorga Mibanco - Puno a los microempresarios está en función a los niveles de demanda alta y baja que se presentan en temporadas, campañas, durante el periodo 2015. • Los factores que influyen en el cumplimiento de pago de créditos otorgados por los microempresarios es por la existencia de altos nivel de morosidad, que se ve reflejado en la cartera morosa de MIBANCO – Puno, periodo 2015? 	<p>V.I. Tipos de crédito</p> <p>V.D. Cartera Morosa.</p> <p>V.I.. Tipos de Credito</p> <p>V.D. Niveles de demanda</p> <p>V.I. Capacidad de pago.</p> <p>V.D. Niveles de Morosidad.</p>	<p>Solicitudes de crédito.</p> <p>Niveles de demanda</p> <p>Índice de morosidad.</p>

Anexo 2. Encuesta dirigida a los clientes de Mibanco.

Señor(a) le suplicamos que sus respuestas sean proporcionadas con toda honestidad por que permitirá obtener la información más veraz. Le agradecemos su gentil colaboración.

MARQUE UD. LA RESPUESTA CON UNA "X"**1.- Conoce Ud. Los tipos de créditos que ofrece MIBANCO?**

- a) Si ()
- b) Muy Poco ()
- c) Regularmente. ()
- d) No ()

2.- Cuando Ud. Obtiene un préstamo ¿Cuál es el tipo de crédito que solicita?

- a) Créditos a Microempresas (Mes) ()
- b) Créditos Comerciales ()
- c) Créditos Hipotecarios mi vivienda ()
- d) Créditos Consumo ()

3.- Por qué solicita este tipo de crédito?

- a) Más fácil de obtener el préstamo ()
- b) Por la tasa de interés ()
- c) Por negocio ()
- d) Menos requisitos ()

4.- Considerando los tipos de crédito que ofrece MIBANCO ¿Qué crédito le gustaría obtener?

- a) Créditos por campaña ()
- b) Créditos normales (Mes) ()

5.- ¿Cómo considera las tasas de interés que ofrece MIBANCO

- a) Son Altas ()
- b) Son regulares ()
- c) Son bajas ()
- d) Son preferenciales. ()

6.- ¿Cómo considera Ud. Los requisitos que solicita MIBANCO para obtener un préstamo?

- a) Son muchos ()
- b) Son necesarios ()
- c) Son básicos ()

7.- Tomando en cuenta todos los aspectos ¿A qué periodo de tiempo le gustaría obtener un préstamo?

- a) Seis meses. ()
- b) Un año ()
- c) Dos años ()
- d) Más de tres años ()

Muchas Gracias.

Anexo 3. Encuesta dirigida a los trabajadores de Mibanco.

Señor(a) le suplicamos que sus respuestas sean proporcionadas con toda honestidad por que permitirá obtener la información más veraz. Le agradecemos su gentil colaboración.

MARQUE UD. LA RESPUESTA CON UNA "X"**1.- ¿Sus clientes pagan puntualmente sus cuotas de crédito?**

- a) Si ()
- b) No ()
- c) A veces. ()
- d) Casi siempre. ()

2.- ¿Cuál es el promedio de pago puntual de sus clientes? Del 100%

- A 0- 20% ()
- b) 21- 50% ()
- c) 51 – 80% ()
- d) 81 – 100% ()

3.- Sus clientes ¿Cuántos días en promedio se retrasan en pagar?

- a) 1- 8 días ()
- b) 9-15 días ()
- c) 15- a más días ()

4.- Sus clientes que tipo de actitudes de pago cree usted que poseen?

- a) De Responsabilidad ()
- b) De Puntualidad ()
- c) Por renovación de crédito. ()
- d) Desinterés. ()

5.- ¿Cuándo sus clientes no pueden pagar sus cuotas de crédito, porque motivos cree usted?

- a) Por endeudamiento en otras instituciones ()
- b) Por problemas Familiares ()
- c) Porque se olvida ()
- d) Falta de Dinero en efectivo ()

6.- ¿Cuáles son los niveles de rentabilidad de los negocios de sus clientes?

- a) 10% -30% ()
- b) 31% - 50% ()
- c) Más del 50% ()

7.- ¿En qué porcentaje sus clientes refinancian sus créditos?

- a) 1 – 20 % ()
- b) 21 – 50% ()
- c) 51% a mas ()

GRACIAS.

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - PUNO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES

ARTÍCULO CIENTÍFICO

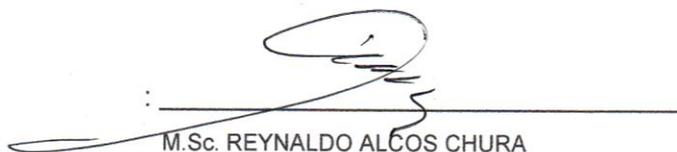
**TIPOS DE CRÉDITOS OTORGADOS A LOS MICROEMPRESARIOS Y
SU INCIDENCIA EN LA CARTERA MOROSA DE MIBANCO - PUNO
PERIODO 2015**

TYPES OF CREDITS GRANTED TO MICROENTERPRISES AND ITS IMPACT
ON MIBANCO MOROSA PORTFOLIO - PUNO PERIODO 2015

PRESENTADO POR:

PATRICIA ROXANA VENEGAS GUEVARA

DIRECTOR DE TESIS


M.Sc. REYNALDO ALCÓS CHURA

COORDINADOR DE INVESTIGACIÓN


Dr. PERCY QUISPE PINEDA

PUNO – PERÚ

2018

**TIPOS DE CREDITOS OTORGADOS A LOS MICROEMPRESARIOS Y
SU INCIDENCIA EN LA CARTERA MOROSA DE MIBANCO - PUNO
PERIODO 2015**

TYPES OF CREDITS GRANTED TO MICROENTERPRISES AND ITS IMPACT
ON MIBANCO MOROSA PORTFOLIO - PUNO PERIODO 2015

PATRICIA ROXANA VENEGAS GUEVARA

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - PUNO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES

TIPOS DE CREDITOS OTORGADOS A LOS MICROEMPRESARIOS Y SU INCIDENCIA EN LA CARTERA MOROSA DE MIBANCO - PUNO PERIODO 2015

TYPES OF CREDITS GRANTED TO MICROENTERPRISES AND ITS IMPACT ON MIBANCO MOROSA PORTFOLIO - PUNO PERIODO 2015

AUTOR: PATRICIA ROXANA VENEGAS GUEVARA

CORREO ELECTRONICO: patriciavenegas@hotmail.com

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES

RESUMEN

El trabajo de investigación lleva por título: “TIPOS DE CREDITOS OTORGADOS A LOS MICROEMPRESARIOS Y SU INCIDENCIA EN LA CARTERA MOROSA DE MIBANCO - PUNO PERIODO 2015”, ha permitido evaluar los tipos de créditos que Mibanco concede a los pequeños y microempresarios del departamento de Puno y su incidencia en la cartera de Mibanco, siendo esta una herramienta que permitió mejorar tanto el análisis como la evaluación de dichos créditos en segmentos con medios y bajos recursos económicos que conlleven a la buena toma de decisiones en cuanto al otorgamiento de un crédito. La determinación de los tipos de créditos que Mibanco otorga a los microempresarios permitió conocer los niveles de demanda alta y baja que se presentan en temporadas o campañas demostrándose que el 38.64 % de clientes conocen regularmente el tipo de préstamo, seguido del 37.12% que indica que si conocen el tipo de crédito que se les otorga, adicionalmente tenemos el 21.21% que indican que muy poco conocen del tipo de crédito otorgado clasificándose en este rubro los clientes nuevos y clientes recurrente, y obviamente el 3.03% indica que no conoce el tipo de crédito que se le otorga, así como el mejoramiento de los lineamientos de evaluación para el otorgamiento de los créditos. En la actualidad este tema no ha sido desarrollado en forma puntual y al realizar la propuesta será de utilidad para la Institución. Desde el punto de vista académico el presente trabajo de investigación permitirá mejorar y desarrollar los conocimientos referentes al micro crédito y otras disciplinas relacionadas a ello, asimismo permitirá contribuir con una nueva fuente de estudio para otros tipos de investigación relacionadas al área en estudio. Para el logro de los objetivos propuestos se utilizaron los siguientes métodos: descriptivo, inductivo y analítico; del mismo modo se aplicó técnicas e instrumentos básicos como: Observación directa, análisis documental, que permitió analizar toda la

documentación existente referido a los créditos otorgados a los microempresarios de Mibanco, de igual modo se utilizó la entrevista y las encuestas a los clientes y trabajadores de Mibanco, obteniendo resultados validos que permitieron desarrollar el presente trabajo de Investigación. Para finalizar el desarrollo de los objetivos, se proponen lineamientos de evaluación para la concesión de préstamos, tomando como referencia la situación actual de la Institución. En la ejecución del presente trabajo de investigación se arribaron a las siguientes conclusiones:

Palabras clave: Créditos, evaluación, morosidad, pagos, riesgos.

ABSTRACT

The research work is entitled: "TYPES OF CREDITS GRANTED TO MICROENTRADIERS AND THEIR INCIDENCE IN THE MOROSA PORTFOLIO OF MIBANCO - PUNO PERIOD 2015", has allowed the evaluation of the types of credits that Mibanco grants to small and micro entrepreneurs in the department of Puno and its impact on the Mibanco portfolio, this being a tool that allowed improving both the analysis and evaluation of these loans in segments with medium and low economic resources that lead to good decision making regarding the granting of a loan. The determination of the types of credits that Mibanco grants to microentrepreneurs allowed to know the high and low demand levels that are presented in seasons or campaigns, demonstrating that 38.64% of clients regularly know the type of loan, followed by 37.12% that indicates that if they know the type of credit that is granted, we also have 21.21% that indicate that they know very little about the type of credit granted classified in this area new customers and recurring customers, and obviously 3.03% indicates that they do not know the type of credit credit that is granted to him, as well as the improvement of the evaluation guidelines for the granting of credits. At present, this topic has not been developed in a timely manner and when the proposal is made, it will be useful for the Institution. From the academic point of view, this research work will improve and develop knowledge about micro credit and other disciplines related to it, it will also allow contributing with a new source of study for other types of research related to the area under study. In order to achieve the proposed objectives, the following methods were used: descriptive, inductive and analytical; In the same way, basic techniques and instruments were applied such as: Direct observation, documentary analysis, which allowed to analyze all the existing documentation referring to the credits granted to the microentrepreneurs of Mibanco, in the same way the interview and the surveys to the clients and workers were used. of Mibanco, obtaining valid results that allowed to develop the present research work. To finalize the development of the objectives, evaluation guidelines for the granting of loans are

proposed, taking as a reference the current situation of the Institution. In the execution of the present research work, the following conclusions were reached:

Key words: Credits, evaluation, delinquency, payments, risks.

INTRODUCCIÓN

El Sistema Financiero de un país es un elemento determinante del desarrollo integral, es por ello que la eficiente canalización de los recursos financieros hacia los sectores del comercio, producción y de servicios, es tarea prioritaria que asumen las instituciones del mercado financiero. El sector bancario actualmente tiene que cumplir con muchas exigencias de parte de los clientes, hoy en día la tecnología y la globalización provocaron cambios, los cuales convierten a los clientes en seres cada vez más exigentes y por tal motivo las instituciones financieras configuran sus procedimientos y la manera como se relacionan con sus clientes, los criterios y prácticas de marketing relacional tienen una incidencia directa dentro del sistema financiero. Las micro finanzas en la actualidad, desarrollan el papel más importante que es formalizar los créditos de la micro empresa, ya que contribuyen una importante fuente de ingresos y empleo de un gran sector de la población, especialmente de los más pobres.

En la actualidad muchos se dedican a actividades de comercio, producción y servicios, en particular las instituciones que están otorgando créditos a los sectores de bajo recursos económicos, como las organizaciones no gubernamentales de desarrollo (ONG), están enfrentadas permanentemente a los problemas de riesgos y costos de un sector que presenta particulares características, es importante que estas instituciones cuente con los instrumentos necesarios que permitan reducir el riesgo financiero. Por consiguiente se formula el problema general ¿De qué manera los tipos de créditos otorgados a los microempresarios inciden en la cartera morosa de Mibanco – Puno, periodo 2015?, la investigación tiene por objetivo general Analizar los tipos de créditos otorgados a los microempresarios y su incidencia en la cartera de Mibanco - Puno, periodo 2015, y la hipótesis planteada fue Los tipos de créditos otorgados a los microempresarios, incide negativamente en la cartera de Mibanco - Puno, periodo 2015. De los cuales se propone lineamientos de evaluación para la concesión de préstamos y que estos contribuyan a la toma de decisiones en el otorgamiento de dichos créditos.

MÉTODOS Y MATERIALES

MÉTODOS:

Método descriptivo

Consiste en describir e interpretar todo el conjunto de hechos relacionados al tema de investigación.

Se tomó este método para describir el análisis estadístico, en la que permitió explicar la situación de Contesta Puno, lo que hizo lograr describir la satisfacción de los usuarios del sistema de Información.

Método inductivo

Es un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de la investigación, tomando como referencias las premisas verdaderas.

Este método nos ayudó a partir de la observación de las situaciones reales que se presentan en Mibanco. De manera que los resultados logrados será la base teórica sobre las cuales se fundamenten las observaciones.

Método analítico

Proceso de conocimientos que se inicia por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad, de esa manera se establece la relación causa-efecto entre los elementos que componen el objeto de investigación.

TÉCNICAS

OBSERVACIÓN

Esta técnica permitió conocer de cerca por la experiencia laboral, se pudo observar los hechos fenómenos que acontecen en el otorgamiento de préstamos según los tipos de créditos.

ENTREVISTA PERSONAL

La entrevista personal se define como una conversación cara a cara, donde el entrevistador preguntará a los entrevistados (Asesores de Créditos) y recibe de este las respuestas pertinentes a la hipótesis de la investigación.

ENCUESTA

Mediante estas técnicas se logró obtener información de una muestra representativa de una determinada población. Es un proceso a través del cual conseguimos datos de información primaria que nos permitió explicar el problema, el mismo que se aplicó a los clientes y asesores de créditos.

POBLACIÓN Y MUESTRA

POBLACION

Está comprendida por la institución Mi banco, que otorga créditos en el Departamento de Puno, por lo que se ha considerado, a la Oficina Especial de Bellavista, que cuenta con un total de 3,200 clientes prestamistas.

MUESTRA

Para desarrollar el presente trabajo de investigación se consideró a los clientes de Mibanco, Oficina Especial de Bellavista en un número de 13.

MATERIALES

Los materiales utilizados en el presente trabajo son: solicitudes de crédito, niveles de demanda e índices de morosidad de MIBANCO

RESULTADOS

Se desarrolla el análisis de los resultados de la investigación, lo que ha permitido es evaluar los tipos de créditos otorgados a los micro empresarios, luego se propone lineamientos de evaluación para la concesión de préstamos a establecer mecanismos de control que garanticen la recuperación del crédito, ello se efectuó en base a las dos primeras partes, así como información de los directivos y analistas de créditos, haciendo la contratación de hipótesis específicas.

Tabla 1. Percepción de los tipos de crédito.

¿Conoce Ud. los tipos de créditos que ofrece Mibanco?		
ALTERNATIVAS	N°	%
SI	49	37.12%
MUY POCO	28	21.21%
REGULARMENTE	51	38.64%
NO	4	3.03%
TOTAL	132	100.00%

Fuente: Encuesta.

Como podemos observar, en el presente cuadro el 38.64 % demuestra que regularmente los clientes conocen el tipo de préstamo, seguido del 37.12% que indica que si conocen el tipo de crédito que se les otorga, adicionalmente tenemos el 21.21% que indican que muy poco conocen del tipo de crédito otorgado clasificándose en este rubro los clientes nuevos y clientes recurrente, y obviamente el 3.03% indica que no conoce el tipo de crédito que se le otorga, estando dentro de este rubro los clientes nuevos que tienen desconocimiento de los créditos que otorga Mibanco, siendo una gran preocupación para la institución en cuanto a la información del crédito otorgado; por lo que se tendrá que brindar más información en cuanto a que tipos de crédito pueden acceder los clientes.

Tabla 2. Tipos de crédito que ofrece.

Cuándo Ud. obtiene un préstamo ¿Cuál es el tipo de crédito que solicita?		
ALTERNATIVAS	N°	%
CREDITOS A MICROEMPRESA	60	45.45%
CREDITOS COMERCIALES	13	9.85%
CREDITOS HIPOTECARIOS	15	11.36%
CREDITOS DE CONSUMO	44	33.33%
TOTAL	132	100.00%

Fuente: Encuesta.

En este cuadro podemos observar que la mayoría de los clientes por la actividad tanto del comercio como trabajos dependientes optan por los créditos a MICROEMPRESA o créditos MES en un 45.45%, por los crédito de CONSUMO o créditos personales en un 33.33% por los créditos comerciales en un 9.85 % y el 11.36% a los crédito hipotecarios, siendo todos estos tipos de crédito una gran alternativa de otorgar préstamos a los clientes ya que debido a la demanda por temporadas, campañas y competencia actual del mercado permitirá a los prestatarios una correcta elección de su préstamo dependiendo de la actividad, trabajo y/o negocio que realizan.

Tabla 3. Accesibilidad para la obtención de préstamos.

¿Por qué solicita ese tipo de crédito?		
ALTERNATIVAS	N°	%
MAS FACIL DE OBTENER EL PRESTAMO	43	32.58%
POR LA TASA DE INTERES	36	27.27%
POR EL NEGOCIO	31	23.48%
MENOS REQUISITOS	22	16.67%
TOTAL	132	100.00%

Fuente: Encuesta.

En la tabla 3 , podemos observar que los clientes eligen su tipo de crédito por la facilidad de obtener el préstamo en un 32.58%, el 27.27% indican que es por la tasa de interés, dándose en este rubros con frecuencia los créditos a microempresarios, el 23.48% indica que es por la actividad del negocio y el 16.67% de los clientes indican que es por la menor cantidad de requisitos que se solicita, por lo que podemos

observar que es de mucha importancia para la institución tener en cuenta todos estos criterios para la evaluación y el otorgamiento de un nuevo préstamo al cliente, debido a que éste, esté en la posibilidad de elegir entre otras ofertas del mercado

Tabla 4. Tipos de créditos que ofrece Mibanco.

¿Considerando los tipos de crédito que ofrece Mibanco ¿Qué crédito le gustaría obtener?

ALTERNATIVAS	N°	%
CREDITOS POR CAMPAÑA O TEMPORADAS	75	56.82%
CREDITOS NORMALES	57	43.18%
TOTAL	132	100.00%

Fuente: Encuesta.

En la tabla 4, muestra que cuando obtienen los clientes un préstamo el 56.8% de los clientes prefieren solicitar los créditos por periodos, temporadas o campañas ya que son más fáciles de obtener tomando en consideración aspectos como: la rapidez de atención y la tasa de interés proporcionados a los clientes y el monto; el 43.20% prefieren obtener créditos normales considerándose en este aspecto el monto de préstamo que desean obtener los clientes, ya que en su mayoría son las empresas con personería jurídica quienes solicitan de este tipo de crédito. Siendo esta una gran alternativa de otorgar créditos por campaña a los clientes.

Tabla 5. Percepción de las tasas de interés que ofrece.

¿Cómo considera las tasas de interés que ofrece Mibanco?

ALTERNATIVAS	N°	%
SON ALTAS	22	16.67%
SON REGULARES	46	34.85%
SON BAJAS	27	20.45%
SON PREFERENCIALES	37	28.03%
TOTAL	132	100.00%

Fuente: Encuesta.

Esta pregunta es importante porque permite conocer como los clientes consideran las tasas de interés que Mibanco aplica a los créditos que otorga, considerando como regular el 34.85%, preferenciales el 28.03%, bajas el 20.45 % y Altas el 16.67%, Podemos notar que la mayoría considera de regular a preferenciales las tasas de interés que se aplican a los créditos otorgados por la institución, lo cual permitirá establecer parámetros y criterios en cuanto a la evaluación y determinación de las tasas de interés tomando en consideración a clientes nuevos y recurrentes en el otorgamiento de préstamos.

Tabla 6. Percepción de los requisitos que se solicita.

¿Cómo considera Ud. los requisitos que solicita Mibanco para obtener un préstamo?		
ALTERNATIVAS	N°	%
SON MUCHOS	33	25.00%
SON NECESARIOS	48	36.36%
SON BASICOS	51	38.64%
TOTAL	132	100.00%

Fuente: Encuesta.

Como podemos observar para los clientes en un 38.64% los requisitos que solicita Mibanco son básicos, el 36.36% considera que el requerimiento de los requisitos son necesarios para la obtención de los créditos y el 25.00% de los clientes opina que son muchos los requisitos solicitados por la institución, dándose esto con más frecuencia en créditos solicitados por personas jurídicas por importes de préstamos mayores o considerables que ofrece la institución, debido a que por la cantidad de dinero que se otorga se requiere de garantías y de documentos válidos para que puedan acceder a un préstamo.

Tabla 7. Percepción del periodo de tiempo para obtener préstamo.

¿A qué periodo de tiempo le gustaría obtener un préstamo?		
ALTERNATIVAS	N°	%
SEIS MESES	27	20.45%
UN AÑO	44	33.33%
DOS AÑOS	40	30.30%
MAS DE TRES AÑOS	21	15.91%
TOTAL	132	100.00%

Fuente: Encuesta.

Tomando en consideración todos los factores el 33.33% de los clientes desearían obtener un préstamo a un año, el 30.30% opina que le gustaría pagar un préstamo a dos años, el 20.45% de los clientes indica que pagaría su préstamo en 6 meses, y por último el 15.91% de los clientes desearían solicitar préstamos a más de tres años, siendo esta más utilizada por los clientes que solicitan prestamos por montos considerables, ya que se consideran aspectos como la capacidad de pago, la rentabilidad en sus negocios como también los ingresos mensuales en caso de créditos personales, ya que este es un factor importante que se considera en la evaluación de los analistas para el otorgamiento de préstamos.

Tabla 8. Percepción de pagos puntuales de créditos.

¿Sus clientes pagan puntualmente sus cuotas de crédito?		
ALTERNATIVAS	N°	%
SI	2	11.11%
NO	1	5.56%
A VECES	10	55.56%
CASI SIEMPRE	5	27.78%
TOTAL	18	100.00%

Fuente: Encuesta.

En la tabla 8 observamos, que según los trabajadores de Mibanco el 55.56% de sus clientes pagan a veces sus cuotas de crédito, es decir, esporádicamente o tienen problemas para cancelar sus créditos, seguido del 27.78% que indican que casi siempre paga puntualmente sus cuotas, el 11.11% de los analistas indican que sus clientes si pagan sus créditos en la fecha fijada siendo esta una pequeña proporción del total clientes que cumplen efectivamente con los pagos de sus cuotas, el 5.56% indican que sus clientes no pagan puntualmente sus cuotas, teniendo problemas de capacidad de pago, esta información según los trabajadores de Mibanco, demostrando que existe morosidad en los pagos de los clientes, ya que generalmente hay que enviarles notificaciones para que cumplan con sus pagos en la fecha oportuna.

Tabla 9. Promedio de pago puntual de sus clientes.

¿Cuál es el promedio de pago puntual de sus clientes? Del 100		
ALTERNATIVAS	N°	%
1 - 20 %	1	5.56%
21 - 50 %	2	11.11%
51 - 80 %	10	55.56%
81 - 100%	5	27.78%
TOTAL	18	100.00%

Fuente: Encuesta.

Vemos en la tabla 9, que el 55.56% de los trabajadores de Mibanco opinan que sus clientes activos pagan puntual en un porcentaje del 51 al 80%, un 27.78% de los analistas indican que sus clientes pagan puntual de un 81 a 100 %, por lo que demuestra en gran porcentaje la existencia de morosidad en los clientes, el 11.11% de los analistas opinan que sus clientes pagan puntualmente entre 21 a 50% y el 5.56% de los analistas opinan que sus clientes pagan puntualmente entre 1 a 20%, siendo este un factor determinante para la institución el cual ayudara a implementar

métodos y técnicas para el cobro y recuperación de los créditos, ya que el no pago oportuno de sus cuotas conlleva a niveles altos de mora que posee la institución.

Tabla 10. Días en promedio de retraso en pagar.

Sus clientes ¿Cuántos días en promedio se retrasan en pagar?		
ALTERNATIVAS	N°	%
1 - 8 DIAS	13	72.22%
9 - 15 DIAS	4	22.22%
15 A MAS	1	5.56%
TOTAL	18	100.00%

Fuente: Encuesta.

Como podemos observar en la tabla 10 que el 72.22% de los trabajadores opina que sus clientes se demoran en pagar sus cuotas de créditos entre 1 a 8 días, seguido del 22.22% que indican que sus clientes activos pagan entre los 9 a 15 días promedio, y el 5.56% opina que sus clientes pagan las cuotas con retraso por más de 15 días, por lo que se puede determinar que es significativo para la institución el no pago oportuno de las cuotas de los créditos otorgados, así se demuestre el retraso de pagos hasta por un día de la fecha pactada, esta es considerada como cartera morosa.

DISCUSION

Para lograr una adecuada gestión del riesgo crediticio todo el personal desde los niveles más altos como el directorio y las gerencias hasta los niveles que están directamente relacionados con el proceso del otorgamiento de crédito deben estar involucrados activamente en la gestión de riesgo crediticio.

En el contexto actual de la alta competitividad de las empresas financieras y de los clientes cada vez más exigentes y volubles, la fidelización de los clientes es cada vez necesaria para minimizar la morosidad, por lo cual el personal responsable en la evaluación crediticia debe poner mucho énfasis e interés en el proceso del análisis cualitativo y cuantitativo de la información y documentación proporcionada por el cliente con la finalidad de disminuir el riesgo. (Calderon, 2013)

Mamani Canaza, Mirian en su tesis Análisis del crédito financiero en la gestión de cartera MYPES de la financiera EDYFICAR de la provincia de Huancané periodo 2012, se ha planteado “Conocer los procesos de colocación del crédito financiero para determinar la gestión de cartera MYPES de la financiera EDYFICAR de la provincia de Huancané periodo 2012” y concluye que el análisis del crédito financiero es fundamental para la toma de decisiones en una organización financiera.

Torres Soncco, Ruth en su tesis Analisis del crédito financiero y su incidencia en la toma de desiciones en la caja Arequipa en el periodo 2014 concluye que los procesos de colocación del crédito financiero, están debidamente estructuradas y van acorde a la necesidad de lograr un mejor desempeño en la gestión de la cartera Mypes, sin embargo, el problema radica en que no hay un crecimiento gradual y paulatino de todas las zonas de atención debido a la creciente competencia del mercado financiero, segunda. De acuerdo a los reportes de los índices de recuperación del crédito financiero, permitieron conocer que una eficiente recuperación del crédito financiero califica a la gestión de la cartera Mypes de la OE Huancané y tercera.

Una deficiente gestión crediticia se da por proceder incorrectamente con las etapas para el otorgamiento de un crédito primeramente por que no se lleva a cabo una correcta evaluación crediticia que es la primera etapa del préstamo, seguidamente se colocan créditos sin las garantías necesarias, aceptando clientes que no reúnen los requisitos necesarios para otorgárseles un crédito incumpliendo con el manual de procedimientos y políticas del Crac. Los andes S.A. permitiendo así que muchos de los créditos otorgados a los clientes, tengan pocas probabilidades de ser recuperados o en casos ya son irrecuperables por consecuencia de un crédito mal colocado

La primera etapa de la gestión crediticia es fundamental para que un crédito sea recuperable, todo empieza bien si se hace una correcta y eficiente evaluación crediticia, ya que mediante esta etapa del crédito podemos asegurar el stock máximo de garantía para cubrir su riesgo de pérdida. (Larico, 2015)

Realizar siempre una buena verificación insitu de los negocios de las pequeñas y microempresas de la ciudad de Juliaca, para de esta manera poder determinar hasta que monto y a qué plazo se les puede otorgar el crédito.

Tener en cuenta siempre su endeudamiento pues así como Financiera Edyficar simplifico sus requisitos la mayoría de las cajas municipales, pymes, bancos, entre otros también lo hicieron siendo así muy fácil que un cliente se sobre endeude. (Flores, 2015)

CONCLUSIONES

Según el trabajo de investigación realizado se ha podido llegar a las siguientes conclusiones: Que el 38.64 % demuestra que regularmente los clientes conocen el tipo de préstamo, seguido del 37.12% que indica que si conocen el tipo de crédito que se les otorga, adicionalmente tenemos el 21.21% que indican que muy poco conocen del tipo de crédito otorgado clasificándose en este rubro los clientes nuevos y clientes recurrente, y obviamente el 3.03% indica que no conoce el tipo de crédito que se le otorga, estando dentro de este rubro los clientes nuevos que tienen desconocimiento

de los créditos que otorga Mibanco. Los tipos de créditos que otorga Mibanco son de mucha importancia para los clientes, porque les permitirá determinar el tipo de crédito que desean solicitar de acuerdo a las demandas que existen a nivel de los micro empresarios en el mercado financiero, sus necesidades que existen en los diferentes segmentos con medios y bajos recursos, siendo una alternativa para los clientes la obtención de préstamos en temporadas o campañas que se ofrece la institución. Ya que en la actualidad muchos se dedican a actividades como el comercio, producción y servicios, están enfrentadas permanentemente a los problemas de riesgos y costos de un sector que presenta particulares características, por eso es de mucha importancia que Mibanco cuente con los instrumentos necesarios que permitan reducir la deserción de sus clientes. En los tipos de créditos que se otorgan a los microempresarios, existen altos niveles de morosidad como consecuencia de la falta de capacidad de pago y conciencia crediticia por parte de los clientes, demostrando que la mayoría tiene problemas para pagar sus cuotas al no pagar oportunamente sus créditos por tener deudas de otras instituciones crediticias (sobre endeudamiento), pudiéndose notar que existe un gran porcentaje de clientes que esperan ser notificados para poder cumplir con sus obligaciones de pago y que en la actualidad el nivel de rentabilidad de los microempresarios aparentemente son buenos en los negocios de cada cliente, afectando así la capacidad de pago de cada uno, por lo que ésta incide directamente a la cartera de Mibanco.

BIBLIOGRAFÍA

- Calderon Espinola, R. S. (2013). *titulado "La gestión del riesgo crediticio y su Influencia En El Nivel De Morosidad De La Caja Municipal De Ahorro Y Crédito De Trujillo"*.
- Charaja Cutipa, F. (2003). *INVESTIGACIÓN CIENTIFICA*. PUNO: Editorial UNA-Puno.
- Flores Mamani, A. E. (2015). *"Evaluación De Los Estados Financieros Para Otorgar Créditos A Pequeñas Y Microempresas En La Financiera Edyficar Y Como Trasciende El Sistema Financiero En Los Clientes, Juliaca – 2015"*.
- Larico Pacco, Z. M. (2015). *"Incidencia De La Gestión Crediticia En La Recuperación De Créditos De La Caja Rural De Ahorro Y Créditos Los Andes S.A. Distrito De Juliaca Periodos 2013 A 2014"*. Juliaca.
- Mamani Rosas, Y. (2015). *Analisis de las colocaciones e Indices de Morosidad de la Coopac San Salvador periodo 2012-2013*. Puno.
- Medina Moreno, A. (2009). *"Administación de Riesgos en el Sistema Financiero"* Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima Perú.

- Meza Vasquez, G. (2003). *Medición Del Riesgo En La Evaluación Del Crédito A La Microempresa*. Pag. 25. Lima: Del Autor.
- Mibanco. (2014). *Manual De Creditos Y Recuperaciones De Mibanco (Man-Neg-038)*. Lima.
- Palomino Quispe, P. (2001). *Metodología Diseño y técnicas de Investigación*, Editorial Titikaka FCEDUC. PUNO.
- Superintendencia de Banca y Seguros y AFPs. (2014). *Memoria Anual SBS*. Lima.
- Torres Soncco, J. R. (2012). *El Crédito Financiero En La Gestión De Cartera Mypes De La Financiera Edyficar – Provincia De Huancané*.
- Urrutia Boloña, C. (1997). *Como Hacer La Tesis Y La Investigación Social*. LIMA.

WEBGRAFIA

- Diccionario abc. (2014). Recuperado de <http://www.definicionabc.com/derecho/obligaciones.php>.
- Ley N° 28015. (2003). *Ley De Promoción Y Formalización De La Micro Y Pequeña Empresa* Recuperado <http://blog.pucp.edu.pe/blog/conciliacion/2010/12/14/ley-n-28015-ley-de-promocion-y-formalizacion-de-la-micro-y-pequena-empresa/>.
- Mibanco. (2015). *Memoria Anual de Mibanco* Recuperado <http://www.mibanco.com.pe/categoria/memoria>. Lima.
- Mibanco. (2016). *Manual de Procedimientos de Riesgo Crediticio* Recuperado <http://www.mibanco.com.pe/>. Lima.
- WWW.riesgofinanciero.com. (s.f.). *Instituto del riesgo financiero*.
- WWW.sbs.gob.pe. (s.f.). *Superintendencia De Banca Y Seguros*. Perú.

ENCUESTA

Encuesta dirigida a los clientes de Mibanco.

Señor(a) le suplicamos que sus respuestas sean proporcionadas con toda honestidad por que permitirá obtener la información más veraz. Le agradecemos su gentil colaboración.

MARQUE UD. LA RESPUESTA CON UNA "X"**1.- Conoce Ud. Los tipos de créditos que ofrece MIBANCO?**

- e) Si ()
- f) Muy Poco ()
- g) Regularmente. ()
- h) No ()

2.- Cuando Ud. Obtiene un préstamo ¿Cuál es el tipo de crédito que solicita?

- e) Creditos a Microempresas (Mes) ()
- f) Créditos Comerciales ()
- g) Créditos Hipotecarios mi vivienda ()
- h) Créditos Consumo ()

3.- Por qué solicita este tipo de crédito?

- a) Más fácil de obtener el préstamo ()
- b) Por la tasa de interés ()
- c) Por negocio ()
- d) Menos requisitos ()

4.- Considerando los tipos de crédito que ofrece MIBANCO ¿Qué crédito le gustaría obtener?

c) Créditos por campaña ()

d) Créditos normales (Mes) ()

5.- ¿Cómo considera las tasas de interés que ofrece MIBANCO

e) Son Altas ()

f) Son regulares ()

g) Son bajas ()

h) Son preferenciales. ()

6.- ¿Cómo considera Ud. Los requisitos que solicita MIBANCO para obtener un préstamo?

d) Son muchos ()

e) Son necesarios ()

f) Son básicos ()

7.- Tomando en cuenta todos los aspectos ¿A qué periodo de tiempo le gustaría obtener un préstamo?

e) Seis meses. ()

f) Un año ()

g) Dos años ()

h) Más de tres años ()

Muchas Gracias.

ENCUESTA

Encuesta dirigida a los trabajadores de Mibanco.

Señor(a) le suplicamos que sus respuestas sean proporcionadas con toda honestidad por que permitirá obtener la información más veraz. Le agradecemos su gentil colaboración.

MARQUE UD. LA RESPUESTA CON UNA "X"**1.- ¿Sus clientes pagan puntualmente sus cuotas de crédito?**

- e) Si ()
- f) No ()
- g) A veces. ()
- h) Casi siempre. ()

2.- ¿Cuál es el promedio de pago puntual de sus clientes? Del 100%

- A 0- 20% ()
- b) 21- 50% ()
- c) 51 – 80% ()
- d) 81 – 100% ()

3.- Sus clientes ¿Cuántos días en promedio se retrasan en pagar?

- d) 1- 8 días ()
- e) 9-15 días ()
- f) 15- a más días ()

4.- Sus clientes que tipo de actitudes de pago cree usted que poseen?

- e) De Responsabilidad ()
- f) De Puntualidad ()
- g) Por renovación de crédito. ()
- h) Desinterés. ()

5.- ¿Cuándo sus clientes no pueden pagar sus cuotas de crédito, porque motivos cree usted?

- a) Por endeudamiento en otras instituciones ()
- b) Por problemas Familiares ()
- c) Porque se olvida ()
- d) Falta de Dinero en efectivo ()

6.- ¿Cuáles son los niveles de rentabilidad de los negocios de sus clientes?

- d) 10% -30% ()
- e) 31% - 50% ()
- f) Más del 50% ()

7.- ¿En qué porcentaje sus clientes refinancian sus créditos?

- d) 1 – 20 % ()
- e) 21 – 50% ()
- f) 51% a mas ()

GRACIAS.