

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS

TESIS

**LA CULTURA FINANCIERA Y SU IMPACTO EN LA GESTIÓN
CREDITICIA DE LA AGENCIA EL TAMBO DE LA CMAC
HUANCAYO EN EL AÑO 2014**

PRESENTADA POR:

YULIANA MARGARITA BLANCAS VEGA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

HUANCAYO – PERÚ

2016

ASESOR:

Mg. Gumercindo Albino Núñez Solís

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, mi madre y a mis hermanas; por su apoyo, incondicional en mi formación profesional.

ÍNDICE

ASESOR

DEDICATORIA

ÍNDICE

RESUMEN

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

1.1.	DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA	11
1.2.	DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	18
1.2.1.	DELIMITACIÓN TEÓRICA	18
1.2.2.	DELIMITACIÓN GEOGRÁFICA	18
1.2.3.	DELIMITACIÓN DE FINANCIAMIENTO	18
1.2.4.	DELIMITACIÓN TEMPORAL	18
1.3.	PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN	18
1.3.1.	PROBLEMA PRINCIPAL	18
1.3.2.	PROBLEMAS SECUNDARIOS	18
1.4.	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	19
1.4.1.	OBJETIVO GENERAL	19
1.4.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	19
1.5.	HIPÓTESIS Y VARIABLES DE INVESTIGACIÓN	19
1.5.1.	HIPÓTESIS GENERAL	19
1.5.2.	HIPÓTESIS SECUNDARIOS	19
1.5.3.	VARIABLES	20
1.5.3.1.	VARIABLES DE LA HIPÓTESIS GENERAL	20
1.5.3.2.	VARIABLES DE LA HIPÓTESIS SECUNDARIOS	20
1.6.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	21
1.6.1.	TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN	21
1.6.1.1.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	21
1.6.1.2.	NIVEL DE INVESTIGACIÓN	21
1.6.2.	MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	21
1.6.2.1.	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	21
1.6.2.2.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	21
1.6.3.	POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN	22
1.6.3.1.	POBLACIÓN	22
1.6.3.2.	MUESTRA	22
1.6.4.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	23
1.6.4.1.	TÉCNICAS	23

1.6.4.2.	INSTRUMENTOS	23
1.6.5.	JUSTIFICACIÓN, IMPORTANCIA Y LIMITACIONES	23
1.6.5.1.	JUSTIFICACIÓN	23
1.6.5.2.	IMPORTANCIA	24
1.6.5.3.	LIMITACIONES	25

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.	ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	26
2.1.1.	ANTECEDENTES	26
2.2.	BASES TEÓRICAS	29
2.3.	DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	30
2.3.1.	CULTURA FINANCIERA	30
2.3.1.1.	CONCEPTO	30
2.3.1.2.	BENEFICIOS	31
2.3.1.3.	CARACTERÍSTICAS	32
2.3.2.	RIESGO	32
2.3.2.1.	CONCEPTO DE RIESGO	32
2.3.2.2.	RIESGO EN CRÉDITOS	33
2.3.2.3.	TIPOS DE RIESGO	34
2.3.2.4.	RIESGO PAÍS	35
2.3.2.5.	CENTRALES DE RIESGO	40
2.3.2.6.	CLASIFICACIÓN DEL DEUDOR	40
2.3.3.	MICROCRÉDITOS	41
2.3.3.1.	HISTORIA	41
2.3.3.2.	CONCEPTO	43
2.3.3.3.	CARACTERÍSTICAS	43
2.3.3.4.	TIPOS DE CRÉDITOS	44
2.3.3.5.	TIPOS DE MICROCRÉDITOS	45
2.3.3.6.	CARTERA DE CRÉDITOS	47
2.3.3.7.	COMITÉ DE CRÉDITOS	48
2.3.3.8.	MOROSIDAD DE CRÉDITOS	48
2.3.3.9.	PROVISIÓN DE CARTERA	48
2.3.3.10.	GARANTÍAS	50
2.3.4.	GESTIÓN CREDITICIA	51
2.3.4.1.	CONCEPTO	51
2.3.4.2.	FASES	51
2.4.	ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA ORGANIZACIÓN	53
2.4.1.	GENERALIDADES DE LA EMPRESA	53
2.4.2.	DIRECTORIO	54
2.4.3.	RESEÑA HISTÓRICA	55

2.4.4.	DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	56
2.4.5.	RED DE OFICINAS	57
2.4.6.	ESTADO DE SITUACIÓN AL 31.12.2013	59
2.4.7.	ESTADO DE RESULTADOS AL 31.12.2013	60
2.4.8.	INMUEBLES, MAQUINARIA Y EQUIPOS	61
2.4.9.	DEPOSITOS DE INSTITUCIONES FINANCIERAS EN LA CMAC HUANCAYO	61
2.4.10.	OBLIGACIONES FINANCIERAS DE LA CMAC HUANCAYO	62
2.4.11.	CUENTAS POR PAGAR DE LA CMAC HUANCAYO	62
2.4.12.	PATRIMONIO DE LA CMAC HUANCAYO	62
2.4.13.	UTILIDAD POR ACCION DE LA CMAC HUANCAYO	63
2.4.14.	INGRESOS POR INTERESES DE LA CMAC HUANCAYO	63
2.4.15.	GASTOS POR INTERESES DE LA CMAC HUANCAYO	64
2.4.16.	GASTOS EN PERSONAL DE LA CMAC HUANCAYO	64
2.4.17.	CLASIFICACION DE CARTERA DE LA CMAC HUANCAYO	64
2.4.18.	RESUMEN DE GARANTIAS DE CREDITOS DE LA CMAC HUANCAYO	65
2.4.19.	CREDITOS VENCIDOS POR DIAS DE ATRASO DE LA CMAC HUANCAYO	65
2.4.20.	COLABORADORES POR REGION DE LA CMAC HUANCAYO	65
2.4.21.	COLABORADORES POR EDAD DE LA CMAC HUANCAYO	66
2.4.22.	COLABORADORES POR GÉNERO DE LA CMAC HUANCAYO	66
2.4.23.	EVOLUCION DE LAS COLOCACIONES DE LA CMAC HUANCAYO	66
2.4.24.	ESTRUCTURA DE COLOCACIONES POR TIPO DE PRODUCTO DE LA CMAC HUANCAYO	67
2.4.25.	EVOLUCION DEL NUMERO DE CLIENTES DE LA CMAC HUANCAYO	67
2.4.26.	ESTRUCTURA DE CLIENTES POR TIPO DE PRODUCTO DE LA CMAC HUANCAYO	68
2.4.27.	EVOLUCION DE LAS CAPTACIONES DE LA CMAC HUANCAYO	68
2.4.28.	ESTRUCTURA DE LAS CAPTACIONES POR TIPO DE PRODUCTO DE LA CMAC HUANCAYO	69
2.4.29.	EVOLUCION DEL ACTIVO TOTAL DE LA CMAC HUANCAYO	69
2.4.30.	EVOLUCION DEL PASIVO TOTAL DE LA CMAC HUANCAYO	70
2.4.31.	EVOLUCION DEL PATRIMONIO NETO DE LA CMAC HUANCAYO	70
2.4.32.	EVOLUCION DE LA UTILIDAD NETA DE LA CMAC HUANCAYO	71
2.4.33.	EVOLUCION DEL INDICE DE MOROSIDAD DE LA CMAC HUANCAYO	71
2.4.34.	PARTICIPACION DEL MERCADO EN COLOCACIONES DE LA CMAC HUANCAYO	72
2.4.35.	PARTICIPACION DEL MERCADO EN CAPTACIONES DE LA CMAC HUANCAYO	73

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE LA RESULTADOS OBTENIDOS

3.1.	ANÁLISIS DE LA ENCUESTA SOBRE LA VARIABLE CULTURA FINANCIERA.....	75
3.2.	ANÁLISIS DE LA FICHA DE TRABAJO SOBRE LA VARIABLE GESTIÓN	

CREDITICIA	97
3.3. ANÁLISIS COMPARATIVO	109

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

RESUMEN

En esta investigación se ha pretendido estudiar como la cultura financiera o el conocimiento financiero que presentan los clientes de la CMAC Huancayo ha repercutido en la gestión crediticia de la Agencia El Tambo. El objetivo general fue Determinar el impacto de la cultura financiera en la gestión crediticia de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014, la hipótesis general trabajada fue Existe un impacto alto de la cultura financiera en la gestión crediticia de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014.

El tipo de investigación fue cuantitativa, el nivel descriptivo correlacional, el método usado fue el general, el diseño que se aplicó fue el diseño cuasi experimental, la población fue conformada por 3,944 créditos de los clientes, la muestra se seleccionó de acuerdo al método de muestreo aleatorio simple y se trabajó con 242 créditos de los clientes.

Palabras clave: cultura, cultura financiera, finanzas, créditos, tecnología crediticia, gestión crediticia, central de riesgos, micro y pequeñas empresas, crédito individual y grupal, recuperación.

INTRODUCCIÓN

Los últimos tiempos han estado marcados por numerosos y profundos cambios en las organizaciones, estos cambios como la creciente complejidad de la economía, interdependencia de los mercados, altos niveles de competitividad, incorporación de nuevas tecnologías, entre otros, han afectado al mundo del trabajo y de las organizaciones.

Son estas transformaciones las que paulatinamente han obligado a las organizaciones del sector financiero a establecer estrategias claras y bien definidas respecto al personal, por ello la competencia en el aspecto laboral entre las empresas del sector financiero son extremadamente especiales, ya que hoy un trabajador puede estar en una caja municipal y si por algún motivo no se siente satisfecho laboralmente, puede encontrar alternativas laborales en otras instituciones como cajas, edpymes, bancos, financieras, entre otras.

A mi entender la cultura financiera resulta un aspecto muy importante y fundamental en la respuesta de los clientes frente a sus obligaciones financieras, créditos, ahorros, seguros, entre otros, ya que si un cliente demuestra desde su hogar la forma como ha sido creado, se le inculcaron valores, responsabilidades y sobre todo se le dio a entender desde muy pequeño que el valor del dinero es fundamental, de grande no tendrá problemas en el aspecto financiero, lo que repercute en los resultados de las instituciones financieras.

La presente tesis se interesa en conocer cuál es el nivel de influencia de la cultura financiera en la gestión crediticia de la agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014, siguiendo los lineamientos metodológicos pertinentes y teniendo en cuenta la estructura básica para el desarrollo de la tesis, es necesario señalar que se ha estructurado el presente trabajo en tres capítulos para su mejor comprensión.

En el Capítulo I se presenta el planteamiento metodológico donde se ha considerado el planteamiento, definición y formulación del problema de investigación, así como la justificación y limitaciones, también se consideró diseño metodológico tales como el tipo y nivel de investigación, método de investigación y técnicas e instrumentos de recolección de datos.

En el Capítulo II se presenta el marco teórico, teorías desarrolladas sobre el tema influencia de la cultura financiera en la gestión crediticia de la agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014 y el análisis de la organización donde se consideró los datos generales de la institución, direccionamiento estratégico y situación económica y financiera.

En el Capítulo III se presentan los resultados obtenidos con su correspondiente análisis e interpretación.

Finalmente se presenta las respectivas conclusiones y sugerencias en relación a los objetivos planteados y los resultados obtenidos.

Yuliana

CAPÍTULO I
PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

El tema para la presente investigación viene a ser la cultura financiera y su impacto en la gestión crediticia de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014. La Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014, en adelante CMAC Huancayo, es una de las instituciones con mayor número de créditos colocados y con el mayor número de captaciones de ahorros. No obstante, debido a la demanda de créditos a largo plazo, existe un problema de liquidez para cubrir la demanda debido a que las captaciones se realizan para períodos promedio de corto tiempo y las cancelaciones anticipadas de ahorros a plazo fijo, lo que origina costos para la empresa.

TABLA N° 01
NÚMERO DE EMPRESAS DEL SISTEMA FINANCIERO

TIPOS	NÚMERO DE EMPRESAS
Banca Múltiple	16
Empresas Financieras	12
Entidades Microfinancieras No Bancarias	
Cajas municipales (CM)	13
Cajas rurales de ahorro y crédito (CRAC)	9
Entidades de Desarrollo de la Pequeña y Microempresa (EDPYME)	9
Empresas de Arrendamiento Financiero	2
Banco de la Nación	1
Banco Agropecuario (Agrobanco)	1
TOTAL	63

Fuente. Superintendencia de Banca, Seguros y AFPs - 2014

Elaboración. Propia

Nota al pie. Ninguna

Las empresas bancarias tienen el 81,1% de los activos del sistema financiero peruano, con un saldo de S/. 261 317 millones, en tanto las empresas financieras e instituciones microfinancieras no bancarias (CMACs, CRACs y EDPYMEs) representan el 3.8% y el 6,2% del total de activos, respectivamente.

TABLA N° 02
ACTIVOS POR EMPRESAS DEL SISTEMA FINANCIERO

TIPOS	ACTIVOS	
	MONTO (MILES S/.)	%
Banca Múltiple	261,316,830	81.1
Empresas Financieras	12,240,383	3.8
Entidades Microfinancieras No Bancarias		
Cajas municipales (CM)	16,362,955	5.1
Cajas rurales de ahorro y crédito (CRAC)	2,393,981	0.7
Entidades de Desarrollo de la Pequeña y Microempresa (EDPYME)	1,198,510	0.4
Empresas de Arrendamiento Financiero	585,952	0.2
Banco de la Nación	27,020,299	8.4
Banco Agropecuario (Agrobanco)	942,212	0.3
TOTAL	322,061,122	100

Fuente. Superintendencia de Banca, Seguros y AFPs - 2014

Elaboración. Propia

Nota al pie. Ninguna

Los créditos servicios financieros en el Perú, o conocido también como la bancarización, sigue siendo un nivel muy mínimo, es decir, en nuestro país las personas prefieren trabajar con dinero en efectivo y no con medios de pago.

TABLA N° 03
INDICADOR DEL USO DE SERVICIOS FINANCIEROS EN EL PERÚ, CRÉDITOS Y AHORROS

DEPARTAMENTO	DIC 2008	DIC 2013
Amazonas	5.41	12.91
Ancash	14.25	22.69
Apurímac	7.34	14.07
Arequipa	26.63	41.94
Ayacucho	7.20	14.71
Cajamarca	8.91	18.48
Callao	10.90	24.82
Cusco	11.50	23.57
Huancavelica	3.76	8.72
Huánuco	5.90	17.95
Ica	22.76	39.78
Junín	16.09	29.63
La Libertad	19.59	29.31
Lambayeque	22.63	32.55
Lima	45.32	47.83
Loreto	11.79	16.12
Madre de Dios	19.30	33.51
Moquegua	19.09	29.75
Pasco	7.11	15.94

Piura	23.54	33.48
Puno	11.22	22.73
San Martín	10.38	19.87
Tacna	18.79	36.21
Tumbes	20.58	33.99
Ucayali	12.94	25.25
TOTAL	15.32	25.83

Fuente. Superintendencia de Banca, Seguros y AFPs - 2014

Elaboración. Propia

Nota al pie. Porcentaje basado en número de deudores entre la población adulta

De igual manera podemos mencionar también los créditos y depósitos que se tienen en el sistema financiero, lo que nos dará un mejor panorama de los que remos hacer en este trabajo de investigación.

TABLA N° 04
CRÉDITOS POR EMPRESAS DEL SISTEMA FINANCIERO PERUANO

TIPOS	CRÉDITOS	
	MONTO (MILES S/.)	%
Banca Múltiple	169,555,458	85.2
Empresas Financieras	9,730,771	4.9
Entidades Microfinancieras No Bancarias		
Cajas municipales (CM)	12,433,550	6.2
Cajas rurales de ahorro y crédito (CRAC)	1,650,742	0.8
Entidades de Desarrollo de la Pequeña y Microempresa (EDPYME)	1,015,711	0.5
Empresas de Arrendamiento Financiero	466,877	0.2
Banco de la Nación	3,292,522	1.7
Banco Agropecuario (Agrobanco)	824,355	0.4
TOTAL	198,969,986	100

Fuente. Superintendencia de Banca, Seguros y AFPs - 2014

Elaboración. Propia

Nota al pie. Ninguna

TABLA N° 05
DEPÓSITOS POR EMPRESAS DEL SISTEMA FINANCIERO PERUANO

TIPOS	DEPÓSITOS	
	MONTO (MILES S/.)	%
Banca Múltiple	170,320,148	80.3
Empresas Financieras	4,813,497	2.3
Entidades Microfinancieras No Bancarias		
Cajas municipales (CM)	12,814,663	6.0
Cajas rurales de ahorro y crédito (CRAC)	1,780,988	0.8
Entidades de Desarrollo de la Pequeña y Microempresa (EDPYME)	-	-
Empresas de Arrendamiento Financiero	-	-
Banco de la Nación	22,375,355	10.5
Banco Agropecuario (Agrobanco)	-	-
TOTAL	212,104,651	100

Fuente. Superintendencia de Banca, Seguros y AFPs - 2014

Elaboración. Propia

Nota al pie. Ninguna

Los deudores en el Perú se vienen incrementando, es decir, cada vez hay más personas que vienen tomando créditos en las diferentes instituciones financieras de nuestra nación, por ello el nivel de endeudamiento se viene incrementando.

TABLA N° 06
INDICADOR DE NÚMERO DE DEUDORES EN EL PERÚ

DEPARTAMENTO	DEUDORES	% PERÚ
Amazonas	129	2.00
Ancash	227	3.52
Apurímac	141	2.18
Arequipa	419	6.49
Ayacucho	147	2.28
Cajamarca	185	2.87
Callao	248	3.84
Cusco	236	3.65
Huancavelica	87	1.35
Huánuco	180	2.79
Ica	398	6.16
Junín	296	4.58
La Libertad	293	4.54
Lambayeque	326	5.05
Lima	478	7.40
Loreto	161	2.49
Madre de Dios	335	5.19
Moquegua	297	4.60
Pasco	159	2.46
Piura	335	5.19
Puno	227	3.52
San Martín	199	3.08
Tacna	362	5.61
Tumbes	340	5.27
Ucayali	252	3.90
TOTAL	6,457	100.00

Fuente. Superintendencia de Banca, Seguros y AFPs - 2014
Elaboración. Propia
Nota al pie. Número de deudores por cada 1,000 habitantes de la población adulta

En lo que respecta a las micro y pequeñas empresas el crecimiento ha sido sostenido en el tiempo, y como se indicó líneas arriba, el crecimiento en promedio ha sido del 20%.

TABLA N° 07
INDICADOR DE DEUDA DE PERSONAS NATURALES CON MYPES EN EL PERÚ

RANGOS DE DEUDA	DIC 2008		DIC 2013		VARIACION		
	NUMERO DE DEUDORES (MILES)	MONTO EN US\$ (MILLONES)	NUMERO DE DEUDORES (MILES)	MONTO EN US\$ (MILLONES)	NUMERO DE DEUDORES (MILES)	%	
0	500	407	100	536	134	129	17.11
501	1,000	212	154	318	229	106	14.06
1,001	3,000	285	504	475	839	190	25.20
3,001	7,000	146	665	267	1,221	121	16.05
7,001	10,000	43	363	89	746	46	6.10
10,001	30,000	68	1,088	181	3,020	113	14.99

30,001	A MAS	3	123	52	2,663	49	6.50
TOTAL		1,164	2,997	1,918	8,852	754	100.00

Fuente. Superintendencia de Banca, Seguros y AFPs - 2014

Elaboración. Propia

Nota al pie. El tipo de cambio al 21/12/2013 fue de S/. 2.79

De igual modo, así como las personas naturales de las empresas

TABLA N° 08
INDICADOR DE DEUDA DE PERSONAS JURIDICAS CON MYPES EN EL PERÚ

RANGOS DE DEUDA	DIC 2008			DIC 2013		VARIACION	
	NUMERO DE DEUDORES (MILES)	MONTO EN US\$ (MILLONES)	NUMERO DE DEUDORES (MILES)	MONTO EN US\$ (MILLONES)	NUMERO DE DEUDORES (MILES)	%	
0	500	2	0	15	1	13	24,39
501	1,000	1	1	1	1	0	0,87
1,001	3,000	4	8	4	9	1	1,03
3,001	7,000	6	31	7	36	1	1,91
7,001	10,000	4	31	5	42	1	2,37
10,001	30,000	13	221	24	458	11	21,64
30,001	A MAS	2	108	27	1,948	25	47,79
TOTAL		32	400	84	2,493	52	100.00

Fuente. Superintendencia de Banca, Seguros y AFPs - 2014

Elaboración. Propia

Nota al pie. El tipo de cambio al 21/12/2013 fue de S/. 2.79

Así como se ha incrementado la cantidad de créditos en las personas y micro y pequeñas empresas, de la misma manera se ha incrementado el nivel de morosidad en nuestro país.

TABLA N° 09
MOROSIDAD POR DEPARTAMENTO DEL SISTEMA FINANCIERO PERUANO

Departamento	Banca Múltiple	Empresas Financieras	Cajas Municipales	Cajas Rurales de Ahorro y Crédito	EDPYMES	Empresas de Arrendamiento Financiero	Banco de la Nación	Agrobanco
Amazonas	6.7	2.0	6.7	-	7.9	-	1.0	1.3
Ancash	4.1	4.5	11.8	18.9	5.2	-	0.8	1.0
Apurímac	3.8	3.5	4.5	4.3	5.7	-	0.8	1.8
Arequipa	2.3	5.3	6.0	12.8	7.9	-	0.4	2.7
Ayacucho	6.1	4.0	6.2	5.4	3.6	-	1.4	1.2
Cajamarca	5.0	4.6	5.5	7.9	13.2	-	0.6	2.0
Callao	2.7	4.8	7.6	-	6.7	-	0.9	-
Cusco	2.8	3.7	4.5	3.3	3.1	-	0.9	1.0
Huancavelica	1.5	1.6	2.7	15.2	-	-	1.2	-
Huánuco	3.5	5.0	6.2	35.2	3.6	-	1.1	1.8
Ica	3.4	7.4	6.3	12.9	6.5	-	0.8	0.6
Junín	4.1	4.8	4.0	12.0	5.5	-	1.0	1.6
La Libertad	3.4	5.5	6.5	13.7	5.1	-	0.6	6.9
Lambayeque	3.6	6.3	5.2	19.4	5.4	-	0.4	2.8
Lima	2.0	6.1	8.4	5.8	3.7	1.9	0.8	1.9

Loreto	4.6	5.6	8.0	-	5.0	-	1.9	2.5
Madre de Dios	6.5	5.9	9.0	-	-	-	1.6	-
Moquegua	3.8	4.1	5.8	-	4.3	-	0.8	-
Pasco	4.2	2.5	3.7	-	1.6	-	1.0	0.7
Piura	5.3	6.0	7.4	-	5.9	-	1.5	2.8
Puno	4.7	4.6	7.6	3.8	7.4	-	0.9	1.5
San Martín	9.5	11.4	9.3	21.8	10.6	-	0.8	1.7
Tacna	3.4	5.8	7.2	-	7.7	-	0.6	3.2
Tumbes	6.7	6.9	7.9	-	2.6	-	0.5	0.3
Ucayali	5.9	5.3	7.2	20.1	6.5	-	2.1	1.8

Fuente. Superintendencia de Banca, Seguros y AFPs - 2014

Elaboración. Propia

Nota al pie. Información al 31.03.2014

Ahora presento la información de morosidad por sector económico y por tipo de empresa del sistema financiero.

TABLA N° 10
MOROSIDAD POR SECTOR ECONÓMICO DEL SISTEMA FINANCIERO PERUANO

Departamento	Banca Múltiple	Empresas Financieras	Cajas Municipales	Cajas Rurales de Ahorro y Crédito	EDPYMES	Empresas de Arrendamiento Financiero	Banco de la Nación	Agrobanco
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	3.1	5.1	12.4	12.6	6.1	-	2.0	3.1
Pesca	1.4	5.2	13.5	20.8	3.7	-	3.0	1.4
Minería	0.4	12.5	21.2	3.8	9.4	4.2	-	0.4
Industria manufacturera	1.3	6.1	9.0	11.1	8.0	0.3	-	1.3
Suministro de electricidad, gas y agua	0.1	0.7	1.7	18.5	8.9	-	-	0.1
Construcción	4.0	5.8	10.1	3.7	6.3	3.2	-	4.0
Comercio	3.4	5.1	8.8	10.2	7.2	1.0	-	3.4
Hoteles y restaurantes	2.1	3.8	6.8	8.0	6.8	-	-	2.1
Transporte y comunicaciones	2.3	5.0	9.7	10.9	6.3	2.4	-	2.3
Intermediación financiera	0.1	1.3	2.2	0.1	15.4	-	-	0.1
Inmobiliarias y empresariales	1.9	4.6	5.7	4.7	5.5	1.8	-	1.9
Administración pública y defensa	0.2	5.3	9.7	4.7	11.9	-	-	0.2
Enseñanza	0.5	3.6	2.0	3.2	2.9	-	-	0.5
Servicios sociales y de salud	1.2	3.5	3.4	5.7	6.9	-	-	1.2
Otras actividades de servicios comunitarios	2.0	6.1	8.4	5.8	3.7	1.9	0.8	1.9

Servicio doméstico y org. extraterritoriales	4.6	5.6	8.0	-	5.0	-	1.9	2.5
Fuente.	Superintendencia de Banca, Seguros y AFPs - 2014							
Elaboración.	Propia							
Nota al pie.	Información al 30.04.2014							

De igual modo, podemos observar que la morosidad por tipos de créditos del sistema financiero también se ha incrementado de manera sistemática en nuestro país.

TABLA N° 11
MOROSIDAD POR TIPOS DE CRÉDITO DEL SISTEMA FINANCIERO PERUANO

INDICADORES	INDICADORES				
	ABR-10	ABR-11	ABR-12	ABR-13	ABR-14
Créditos atrasados / Créditos directos (%)	2.19	1.95	2.17	2.52	2.84
- Cartera corporativa atrasada / Cartera corporativa (%)	-	0.01	0.00	0.01	0.00
- Cartera grande empresa atrasada / Cartera grande empresa (%)	-	0.25	0.36	0.47	0.56
- Cartera mediana empresa atrasada / Cartera mediana empresa (%)	-	2.69	2.58	3.19	4.16
- Cartera pequeña empresa atrasada / Cartera pequeña empresa (%)	-	5.40	5.83	6.93	8.60
- Cartera microempresa atrasada / Cartera microempresa (%)	-	4.66	4.58	5.15	5.65
- Cartera consumo atrasada / Cartera consumo (%)	3.01	2.47	2.81	3.13	3.43
- Cartera tarjetas de crédito atrasada / Cartera tarjetas de crédito (%)	4.29	3.22	3.95	4.53	4.97
- Cartera hipotecaria atrasada / Cartera hipotecaria (%)	0.95	0.93	0.87	0.88	1.15

Fuente. Superintendencia de Banca, Seguros y AFPs - 2014
Elaboración. Propia
Nota al pie. Ninguna

Las causas de este problema vienen a ser la fuga de créditos por las ofertas que ofrece la competencia, asimismo la falta de promoción de créditos, la disminución de solicitudes de créditos y la alta tasa de morosidad en el sistema financiero.

Por todas estas consideraciones, se trabajó con la cultura financiera y la gestión crediticia.

1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1. DELIMITACIÓN TEÓRICA

La información de la empresa debido a la escasa documentación presentada, para ello se tendrá que hacer un respectivo uso de instrumentos para la obtención de información.

1.2.2. DELIMITACIÓN GEOGRÁFICA

El trabajo de investigación se encontró delimitado a su desarrollo en el distrito de El Tambo, provincia de Huancayo, departamento y región de Junín.

1.2.3. DELIMITACIÓN DE FINANCIAMIENTO

El financiamiento que se requiere en la realización de la investigación se realizara con aportes propios, lo que limitara el avance de la misma.

1.2.4. DELIMITACIÓN TEMPORAL

Se considera una limitación debido al tiempo disponible para realizar dicha investigación en la empresa y la recolección de datos de los clientes ya que no todos cuentan con la predisposición para brindar información.

1.3. PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN

1.3.1. PROBLEMA PRINCIPAL

¿Cuál es el impacto de la cultura financiera en la gestión crediticia de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014?

1.3.2. PROBLEMAS SECUNDARIOS

- a. ¿Cómo influye la cultura financiera en la evaluación de créditos de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014?
- b. ¿De qué manera contribuye la cultura financiera en el crecimiento de la cartera de clientes de créditos de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014?

- c. ¿Cuál es la relación entre la cultura financiera y la morosidad de créditos de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014?

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar el impacto de la cultura financiera en la gestión crediticia de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a. Describir la influencia de la cultura financiera en la evaluación de créditos de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014.
- b. Establecer en qué medida la cultura financiera contribuye en el crecimiento de la cartera de clientes de créditos de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014.
- c. Determinar cuál es la relación entre la cultura financiera y la morosidad de créditos de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014.

1.5. HIPÓTESIS Y VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

1.5.1. HIPÓTESIS GENERAL

Existe un impacto alto de la cultura financiera en la gestión crediticia de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014.

1.5.2. HIPÓTESIS SECUNDARIOS

- a. La cultura financiera influye significativamente en la evaluación de créditos de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014.
- b. La cultura financiera contribuye satisfactoriamente en el crecimiento de la cartera de clientes de créditos de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014.
- c. Existe una correlación entre la cultura financiera y la morosidad de créditos de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014.

1.5.3. VARIABLES

1.5.3.1. VARIABLES DE LA HIPÓTESIS GENERAL

VARIABLES	SIMBOLO	UNIDAD DE MEDIDA
Independiente (X)		
Cultura financiera	TC	# de tarjetas de crédito
	D	% de deudas
	E	% de endeudamiento
	FC	% de flujo de caja
Dependiente (Y)		
Gestión crediticia	RC	% de reducción de costos
	R	% de rapidez
	C	% de colocaciones
	RM	% de reducción de mora

1.5.3.2. VARIABLES DE LA HIPÓTESIS SECUNDARIOS

VARIABLES	SIMBOLO	UNIDAD DE MEDIDA
Independiente (X)		
Cultura financiera	TC	# de tarjetas de crédito
	D	% de deudas
	E	% de endeudamiento
	FC	% de flujo de caja
Dependiente (Y₁)		
Evaluación de créditos	E	% de eficiencia
	R	% de rapidez
	IC	% de incremento de créditos
Independiente (X)		
Cultura financiera	TC	# de tarjetas de crédito
	D	% de deudas
	E	% de endeudamiento
	FC	% de flujo de caja
Dependiente (Y₂)		
Cartera de clientes de créditos	CN	% de clientes nuevos
	CC	% de cancelaciones de créditos
	EC	% de evolución de colocaciones
	CM	% de créditos en mora
Independiente (X)		
Cultura financiera	TC	# de tarjetas de crédito
	D	% de deudas
	E	% de endeudamiento
	FC	% de flujo de caja
Dependiente (Y₃)		
Recuperaciones	R	% de rapidez
	RC	% de reducción de costos
	RN	% de recuperaciones normales
	RM	% de recuperaciones en mora

1.6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para la metodología de la presente investigación, fue fundamentalmente basada en el trabajo presentado por Roberto Hernández Sampieri.

1.6.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

1.6.1.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Según Hernández Sampieri, al ser una investigación que establecerá relaciones y medirá el impacto de la cultura financiera en la gestión crediticia de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo, se encuentra dentro del tipo de investigación cuantitativa.

1.6.1.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación está considerada como una investigación correlacional, ya que describe, explica y relaciona el impacto de la cultura financiera en la gestión crediticia de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo.

1.6.2. MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.2.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Se empleará el método descriptivo, asimismo centraremos la información de manera estadística, analítica, sintética, entre otros.

1.6.2.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación pertenece al diseño de investigación cuasi experimental, ya que se manipulará una variable para y se establecerá una relación entre el impacto de la cultura financiera y la gestión crediticia de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo.

1.6.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.3.1. POBLACIÓN

La población está conformada por 3, 944 créditos de clientes.

1.6.3.2. MUESTRA

Para la elección correcta de la muestra para la presente investigación se seleccionó de acuerdo al método de muestreo aleatorio simple, de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$n = \frac{S^2}{\frac{\varepsilon^2}{Z^2} + \frac{S^2}{N}}$$

Dónde:

- n : tamaño de la muestra
- N : tamaño población
- Z : margen de confiabilidad
- s2 : varianza
- S : desviación estándar (raíz cuadrada de s2)
- E : error de diferencia

Por lo tanto, teniendo como datos los siguientes:

- n : tamaño de la muestra : ?
- N : tamaño población : 3,944
- Z : margen de confiabilidad : 95% = 1.96
- s2 : varianza : 0.16
- S : desviación estándar : 0.41
- E : error de diferencia : 5% = 0.05

$$n = \frac{0.41^2}{\frac{0.05^2}{1.96^2} + \frac{0.41^2}{3,3944}}$$

$$n = 242.43 \cong 242$$

De donde rescatamos que la muestra fueron 242 elementos, en nuestro caso créditos de los clientes.

1.6.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

1.6.4.1. TÉCNICAS

a. TÉCNICAS PARA ACOPIO DE INFORMACIÓN

Las técnicas usadas fueron la aplicación del scoring de riesgo en la evaluación de créditos, así como entrevistas, observación y análisis de documentos.

b. TÉCNICAS PARA EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Dentro de estas técnicas se usaron la clasificación y el ordenamiento de toda la información recolectada en el desarrollo de la investigación.

c. TÉCNICAS PARA LA INTERPRETACIÓN

Para poder interpretar los resultados obtenidos de esta investigación se utilizó la modelación y también se utilizará la simulación a través del movimiento de datos estadísticos.

1.6.4.2. INSTRUMENTOS

Los instrumentos usados fueron las tablas de evaluación de créditos denominadas tablas de puntuación, así como las fichas de entrevista y observación.

1.6.5. JUSTIFICACIÓN, IMPORTANCIA Y LIMITACIONES

1.6.5.1. JUSTIFICACIÓN

Esta investigación se justifica en varios aspectos, primero que el

problema de estudio procura abordar un tema latente en las empresas del sistema financiero de hoy que es el problema del incremento de morosidad.

Este incremento de la mora se basa fundamentalmente a que la mayoría de créditos que caen en demora es porque han sido mal evaluados, por ello se justifica el desarrollo del mismo.

Otra razón que hace que el estudio sea prioritario es que el sector financiero en el Perú, es un sector que en los últimos años viene teniendo un crecimiento sostenido y es por ello que muchas empresas se han aventurado a trabajar en este rubro, contribuyendo al desarrollo económico de la región y del país.

Otra relevancia que podemos ver es que en esta investigación se aplica la experiencia del investigador, como consecuencia del trabajo que se realiza en el sector microfinanciero de nuestra localidad.

1.6.5.2. IMPORTANCIA

La justificación del presente trabajo se basa en que la mayoría de peruanos desconocemos los conceptos básicos de finanzas toda la vida, como por ejemplo el valor del dinero, el ahorro, el crédito, el seguro, las centrales de riesgos, etc., es decir, hoy en día no existe la cultura financiera y educación financiera que nos permita ser formados como “ciudadanos económicos”.

Esto nos ayudará a que las personas conozcan mejor los temas financieros básicos y puedan tomar las mejores decisiones en sus finanzas personales y familiares.

Por tanto, para la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo es muy importante porque vera como influye la educación financiera en su gestión crediticia.

Por todo lo explicado este trabajo de investigación será beneficioso tanto para los clientes, colaboradores, los socios y la empresa.

1.6.5.3. LIMITACIONES

Las limitaciones de la presente investigación fueron fundamentalmente las económicas, ya que se necesita inversión y será íntegramente costeada por el investigador.

Existieron también limitaciones de tiempo, debido a que por motivos laborales, se reduce la inversión de tiempo en la ejecución del trabajo.

También se presentó como limitación la no existencia de bibliotecas especializadas que nos puedan brindar información sobre los temas investigados.

Por último, la limitación geográfica o de distancias entre los clientes de nuestra institución, ya que, al ser de diferentes zonas alejadas del distrito, se tuvo que realizar las visitas en sus localidades.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. ANTECEDENTES

2.1.1.1. Rozalino Acosta S. y José Montoya T. (2006) en su trabajo de tesis **“Determinantes de la Rentabilidad en las Instituciones Microfinancieras No Bancarias del departamento de Junín durante el periodo 2001-2005”**, concluyen que:

- a. A nivel del sistema microfinanciero no bancario del departamento de Junín, la eficiencia influye de manera positiva en un 034% en la variación de la rentabilidad durante el periodo 2001-2005, lo que significa que ante una mayor eficiencia en las operaciones financieras se logrará incrementar la rentabilidad.
- b. En la Caja Municipal la eficiencia y la morosidad influyen en un 0.37% y 0.46% respectivamente, la variación de la rentabilidad durante el horizonte temporal especificado.
- c. En Edpyme Confianza la eficiencia y la morosidad determinan en un 0.17% y -0.21% respectivamente la variación de la rentabilidad durante el horizonte temporal 2001-2005.
- d. En la Caja Municipal y Edpyme Confianza han tenido un

crecimiento importante en el número de agencias y productos crediticios.

- e. A nivel del departamento de Junín la caja Municipal ocupa el primer lugar con un 40.8% de nivel de preferencia en créditos pymes, luego el banco de Crédito con un 19.5%, en tercer lugar está el Banco del Trabajo con un 10%, seguido de Edpyme Confianza con un 9.5% y finalmente Mi Banco con un 7.3% de preferencia.
- f. A nivel de posicionamiento en la mente de los clientes la Caja Municipal lidera las estadísticas con un 43.6%, seguido del Banco de Crédito con un 24.2%, a continuación, se ubica el banco del Trabajo con un 9.9%, seguido de Edpyme Confianza con un 7.1% y finalmente; Mi Banco con un 6.9% de posicionamiento.

2.1.1.2. Abel Aguirre R. y Rodolfo Ccencho P. (2005) en su trabajo de tesis **“Propuesta de Implementación del Modelo Iso-9001:2000 para el Área de Créditos de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Huancayo”**, concluyen que:

- a. La Caja Municipal no cuenta con estándares de calidad internacional que garanticen su crecimiento y desarrollo.
- b. El servicio de calidad en la Caja Municipal se encuentra rezagado debido a la falta de un manual de calidad que oriente a todos los trabajadores a brindar un buen servicio de calidad y por ende lograr la satisfacción del cliente, ya que este es la razón de ser de la empresa.
- c. Los procesos realizados para otorgar el crédito en la Caja Municipal son realizados sin sistema de monitoreo del cumplimiento de procesos.
- d. Las normas Iso 9001:2000 permiten lograr el adelanto tecnológico, desarrollo empresarial y un buen servicio de calidad a los clientes, también asegura un alto nivel de calidad en productos y servicios, aumentando su productividad en la empresa.

- e. El sistema de gestión de calidad basado en el modelo Iso 9001:2000 es el sistema de gestión que permitirá dirigir y controlar la calidad de servicios en el área de créditos y a la vez dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad.

2.1.1.3. Carlos Jara A (2004.) en su informe profesional **“Gestión como Administrador en la CMAC Huancayo S:A. Agencias La Oroya, Tarma y Huánuco”**, concluye que:

- a. El sistema de Cajas Municipales aporta a la economía nacional S/. 1,272'116,055 nuevos soles en colocaciones, del total colocado, el 61% se destina a créditos de micro y pequeñas empresas, el 29% se dirige a créditos personales, el 6% a créditos agrícolas y el 3% a créditos prendarios.
- b. Los depósitos recibidos por el sistema de Cajas Municipales asciende a S/. 1,141'214,782 nuevos soles, lo que denota la enorme confianza que tiene el público de las provincias a sus Cajas Municipales.
- c. Las metas logradas en la agencia La Oroya en ahorro y crédito son consecuencia de la propaganda, atención personalizada, créditos en 24 horas y las tasas de interés que se pagaban por ahorros y se cobraban por créditos fueron bastante competitivas.
- d. La Agencia Tarma tuvo un crecimiento de 6.18% en créditos y 46.18% en ahorros, lo cual fue el resultado de promocionar por emisoras radiales las ventajas de tener créditos en la Caja, ya que otorgamos créditos paralelos, libres de amortización y damos facilidades de pago.
- e. Para fines de 2003, la Agencia Huánuco logra ocupar el segundo lugar entre las agencias de la Caja Municipal.

2.1.1.4. Elida Ortega B. (2004) en su informe de experiencia profesional **“Gestión en el Área de Operaciones en la Oficina Principal de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo”**, concluyen que:

- a. La competitividad actualmente constituye una exigencia fundamental para la supervivencia de las empresas. El logro de sus objetivos se basa en el análisis de la eficiencia de los factores que contribuyan a ello.
- b. En el caso de la Caja Municipal la eficiencia adquiere un mayor interés en cuanto a brindar mejor calidad de servicio, sin descuidar la creación continua de valores que igualan o exceden necesidades y expectativas del cliente, para no caer en el costo de un cliente mal atendido.
- c. Es necesario recalcar que el cliente es la persona más importante de la empresa, no depende de nosotros, nosotros dependemos de él, es muy exigente, no es leal.
- d. El personal juega un papel muy importante ya que es el valor máspreciado de la empresa, debiendo realizar un autodiagnóstico de los procesos de atención de donde se debe obtener información sobre el grado de satisfacción del trabajo, de motivación, el nivel de las relaciones interpersonales y sobre todo el conocimiento de los que quieren los clientes con el propósito de lograr el principal objetivo de la entidad líder en la región.

2.2. BASES TEÓRICAS

El presente trabajo se fundamentó en la **Teoría del Desarrollo Económico**.

Joseph Schumpeter, fue el primero que describió cómo actúa realmente un empresario, fue uno de los principales gurúes de la economía del siglo XX. Es célebre por su innovadora teoría del empresario como factor del desarrollo económico

Nacido en 1883 en el Imperio Austro-húngaro (en una ciudad de la actual República Checa), Joseph Alois Schumpeter alternó la cátedra universitaria en Czernowitz, Graz, Bonn y Harvard con puestos públicos y privados.

En la "Teoría del Desarrollo Económico" (1934), Schumpeter investigó los ciclos económicos y realizó una innovadora caracterización del empresario capitalista. Para este eminente economista austriaco, el empresario desempeña un papel clave como motor del desarrollo económico. Él es quien aporta los componentes de innovación y

cambio tecnológico que hacen avanzar los negocios.

En este punto, su análisis contrasta con el poco realista empresario neoclásico, que toma los precios como dados y se limita a adaptar su producción.

Con Schumpeter, por el contrario, renace el empresario real, el empresario ubicado en el centro del proceso productivo con su importante papel de creador de nuevos productos, nuevas formas de organización y nuevos mercados.

Por un lado, el carácter intrínsecamente "antipático" del capitalismo ha creado una atmósfera en su contra. Por el otro, una serie de causas internas también conducirían ineluctablemente a la debacle. Particularmente, Schumpeter menciona el fenómeno de la difuminación de la propiedad.

En la corporación moderna, los dirigentes suelen no ser los dueños. Entonces, se produciría un cambio de actitud de los empresarios. En lugar de activos agentes en busca de oportunidades de negocios, se convertirían en burócratas sólo preocupados por sus intereses personales

2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

2.3.1. CULTURA FINANCIERA

2.3.1.1. CONCEPTO

La cultura financiera, es el proceso mediante el cual, tanto los consumidores como los inversionistas financieros logran un mejor conocimiento de los diferentes productos financieros, sus riesgos y beneficios, y que, mediante la información o instrucción, desarrollan habilidades que les permiten una mejor toma de decisiones, lo que deriva en un mayor bienestar económico.

La cultura financiera es más importante en el momento actual, que, en épocas pasadas, debido al acelerado crecimiento de los mercados financieros y a la existencia de productos financieros más numerosos y más complejos.

La cultura financiera permite el acceso de las personas a información y herramientas sobre el funcionamiento del complejo mundo de la economía y las finanzas; y su incidencia e

importancia en la vida diaria, otorgando la confianza que da el conocimiento, en la toma de decisiones.

2.3.1.2. **BENEFICIOS**

- Ayuda a desarrollar las habilidades necesarias para evaluar riesgos y considerar las ganancias potenciales de una operación financiera; en definitiva, ayuda a saber poner en una balanza tanto la parte positiva como la negativa de una situación y decidir los pasos a seguir.

- La cultura financiera beneficia a los individuos en todas las etapas de su vida: a los niños, haciéndoles comprender el valor del dinero y del ahorro; a los jóvenes, preparándolos para el ejercicio de una ciudadanía responsable; a los adultos, ayudándoles a planificar decisiones económicas cruciales como la compra de una vivienda o la preparación de la jubilación. Asimismo, contribuye a que las familias puedan ajustar sus decisiones de ahorro e inversión a su perfil de riesgo y a sus necesidades, lo que favorece la confianza y la estabilidad del sistema financiero. Igualmente, potencia el desarrollo de nuevos productos y servicios de calidad, la competencia y la innovación financiera.

- A medida que aumenten los conocimientos financieros de la sociedad, la consecuencia lógica será una mejora de la actuación de las instituciones, al haber una clientela cada vez más responsable, informada y exigente. Además, la educación financiera ayuda a los usuarios a requerir a las entidades servicios que se ajusten a sus necesidades y preferencias, lo que hace que los intermediarios financieros tengan que conocer mejor las necesidades de sus clientes, posibilitando una mayor oferta de productos y servicios financieros, y, con ello, un aumento de la competencia y la innovación del sistema financiero.

- Por otra parte, si todos los agentes participantes en una economía tienen un buen nivel de conocimientos financieros, esto revertirá en un mayor grado de desarrollo y eficiencia del mercado, favoreciendo así un comportamiento

informado de todos los agentes y la mayor aportación de liquidez a los mercados financieros. Según revela la experiencia internacional, los individuos con un mayor nivel de cultura financiera tienden a ahorrar más, lo que normalmente se traduce en mayores niveles de inversión y crecimiento de la economía en su conjunto.

2.3.1.3. **CARACTERÍSTICAS**

- Un contexto como el que se vive actualmente es un momento idóneo para que aparezcan estafadores y usureros.
- La familia promedio peruana tiene hoy más recursos a su disposición que hace cinco o más años. No debe sorprender entonces la información que libera el día de hoy la SBS, según la cual hasta la mitad de los peruanos estaría recurriendo a mecanismos informales para acceder a financiamiento, los cuales aplican tasas de interés considerablemente mayores a las que aplica la banca formal.
- Buena parte de la culpa la tiene una falta de educación financiera que lleva a que las familias creen que pagar 10% diario con un informal es mejor que pagar 40% anual en la banca formal.

2.3.2. **RIESGO**

2.3.2.1. **CONCEPTO DE RIESGO**

El concepto de riesgo está íntimamente relacionado al de incertidumbre, o falta de certeza, de algo pueda acontecer y generar una pérdida del mismo.

Desde el punto de vista técnico, puede decirse que el riesgo es la posibilidad de que por azar ocurra un evento, futuro e incierto, de consecuencias dañosas susceptibles de crear una necesidad patrimonial.

Riesgo es un conjunto de circunstancias que representan una posibilidad de pérdida económica o la eventualidad del suceso cuya realización ha de obligar al asegurador a efectuar la prestación que le corresponde.

Al analizar cada una de estas definiciones se puede constatar que aunque son de diferentes autores, todas coinciden cuando expresan que el riesgo es la incertidumbre asociada con la posibilidad de que se produzca una situación que no nos permita cumplir con nuestros objetivos.

Se puede afirmar que la necesidad de asegurarse surge cuando se está frente a la posibilidad de que ocurra un evento dañoso, pudiendo decir que el riesgo actúa como móvil.

2.3.2.2 RIESGO EN CRÉDITOS

Es la posibilidad de incurrir en pérdidas debido al incumplimiento de la promesa de pago del cliente.

El riesgo financiero se refiere a la probabilidad de ocurrencia de un evento que tenga consecuencias financieras negativas para una organización.

El concepto debe entenderse en sentido amplio, incluyendo la posibilidad de que los resultados financieros sean mayores o menores de los esperados.

De hecho, habida la posibilidad de que los inversores realicen apuestas financieras en contra del mercado, movimientos de éstos en una u otra dirección pueden generar tanto ganancias o pérdidas en función de la estrategia de inversión.

Hace referencia a las incertidumbres en operaciones financieras derivadas de la volatilidad de los mercados financieros y de crédito.

Por ejemplo, a la incertidumbre asociada al rendimiento de la inversión debida a la posibilidad de que la empresa no pueda hacer frente a sus obligaciones financieras (pago de los intereses,

amortización de las deudas). Es decir, el riesgo financiero es debido a un único factor: las obligaciones financieras fijas en las que se incurre.

El riesgo financiero está estrechamente relacionado con el riesgo económico puesto que los tipos de activos que una empresa posee y los productos o servicios que ofrece juegan un papel importantísimo en el servicio de su endeudamiento.

2.3.2.3. TIPOS DE RIESGO

En el Perú, según la Superintendencia de Banca Seguros y AFPs, clasifica a los riesgos en tres tipos, riesgo de crédito, riesgo de mercado o financiero y riesgo de operación.

a) RIESGO DE CRÉDITO

El riesgo de crédito es la posible pérdida que asume un agente económico como consecuencia del incumplimiento de las obligaciones contractuales que incumben a las contrapartes con las que se relaciona. El concepto se relaciona habitualmente con las instituciones financieras y los bancos, pero afecta también a empresas y organismos de otros sectores.

Los riesgos son los soportados por particulares o personas naturales, los soportados por empresas o personas jurídicas, los soportados por instituciones financieras frente a clientes particulares y los soportados por instituciones financieras frente a clientes corporativos.

b) RIESGO DE MERCADO O FINANCIERO

El riesgo de que un activo disminuya de valor debido a cambios en las condiciones del mercado, tales como variaciones en los tipos de interés y de cambio o fluctuaciones en los precios de valores y productos.

También denominado riesgo sistemático o no diversificable, en una inversión en activos financieros, riesgo que no puede

ser eliminado ni siquiera mediante la diversificación, ya que procede de las variaciones del conjunto del mercado. Es, por tanto, el grado en que afecta al valor de la inversión un cambio en el valor agregado de todos los activos de la economía, el cual está representado por el coeficiente beta, de forma que la rentabilidad exigida de una inversión aumenta linealmente con su beta.

c) RIESGO DE OPERACIÓN

El riesgo operativo es la posibilidad de ocurrencia de pérdidas financieras, originadas por fallas o insuficiencias de procesos, personas, sistemas, procedimientos inadecuados, tecnología, controles inadecuados y en la presencia de eventos imprevistos como los fraudes.

Las pérdidas asociadas a este tipo de riesgo pueden originarse en fallas de los procesos, en la tecnología, en la actuación de la gente, y también, debido a la ocurrencia de eventos extremos externos.

2.3.2.4. RIESGO PAÍS

a) CONCEPTO DE RIESGO PAÍS

El riesgo país, como su nombre lo indica, es un sinónimo de posible daño aplicado a variables económicas de inversión en un determinado país como créditos, inversiones, bonos, decisiones de compra, entre otras.

En tanto que las condiciones económicas, sociales y políticas son distintas en cada país (muestran una evolución distinta), éstas resultan ser elementos determinantes en la rentabilidad de una inversión.

Entonces, el riesgo de invertir en cualquiera de estos países es también diferente. Es decir, las distintas condiciones determinarán el riesgo específico de invertir en cada uno de los países, lo que convertido en indicador se le conoce como riesgo país.

Así, de acuerdo a las características particulares de cada país se puede establecer una clasificación de riesgo, logrando identificar países más riesgosos que otros.

Esta información resulta importante debido a que permite a los inversionistas o financistas decidir (tomando en cuenta información adicional que tuvieran disponible), si es que la rentabilidad que esperan por su inversión cubre o no los riesgos de invertir en un país.

Así, el riesgo país, se define como una medida cuantitativa.

b) CÁLCULO DE RIESGO PAÍS

Si bien, existen distintas formas de medirlo, la más usada de ellas compara la tasa de interés de un bono de un país X, que tienen cierto nivel de riesgo, con la tasa de interés de un bono emitido por el Tesoro Americano, que se supone es un bono libre de riesgo.

En principio se supone que el riesgo de que los bonos emitidos por Estados Unidos no sean pagados es muy baja (más baja que cualquier otra en el mundo) y por tanto su riesgo de no pago es casi cero.

Además, sabemos que el interés que se pagan por cualquier bono es el equivalente al premio (ganancia) por la inversión realizada en dicho bono durante un periodo determinado.

Si este premio por la espera es igual para ambos bonos, entonces la diferencia entre las tasas de interés de los bonos del país X y los bonos estadounidenses reflejará el “riesgo” de invertir en el país X.

$$\begin{array}{ccccc}
 9.5\% & - & 5.0\% & = & 4.5\% \\
 \downarrow & & \downarrow & & \downarrow \\
 \text{Tasa de interés} & & \text{Tasa de interés} & & \text{Riesgo} \\
 \text{de bonos} & & \text{de bonos} & & \text{país} \\
 \text{en el Perú} & & \text{en EEUU} & &
 \end{array}$$

Como podemos ver, si la tasa de interés de un bono peruano es de 9.5%, y la tasa de interés de un bono emitido por EEUU es de 5.0% se puede decir que el riesgo país del Perú es de 4.5%.

c) FACTORES QUE INFLUYEN EN EL RIESGO PAÍS

Aspectos económicos, el crecimiento de la economía y la tasa de inflación en el tiempo, el equilibrio de las cuentas fiscales, la sostenibilidad de la deuda externa, la evolución de las reservas internacionales, entre otras.

Aspectos sociales y políticos, posiciones frente a la inversión extranjera y nacional de la población y de sus representantes.

Aspectos institucionales, la debilidad institucional, complejidad regulatoria y la burocracia son puntos fundamentales a ser considerados. Además de las restricciones a la movilidad de fondos o convertibilidad de la moneda (política de prohibiciones de salida total o parcial de capitales del país), la prohibición de convertir libremente la moneda local al dólar cuando más le convenga, etc.

El contagio regional, entendido como la percepción que tiene un inversionista sobre países de características similares (por relación de cercanía geográfica o de intercambio comercial).

d) RIESGO PAÍS Y EL RIESGO SOBERANO

El riesgo soberano es sólo otra forma de medir el riesgo de

un país. Si bien ambos ofrecen un indicador sobre el mismo concepto, el riesgo soberano, a diferencia del riesgo país, es una clasificación cualitativa que difiere dependiendo de la agencia de riesgo que evalúa al país.

Entre las principales agencias clasificadoras de riesgo tenemos a Moody's, Standard & Poor, Fitch Ratings, JP Morgan, entre otras.

TABLA N° 12
PRINCIPALES AGENCIAS CLASIFICADORAS DE RIESGO

Grado de inversión	Standard &			
	Poor's	Moody's	Rtch-BCA	Duff-Phelps
Máxima calidad	AAA	Aaa	AAA	AAA
	AA+	Aa1	AA+	AA+
Alta calidad	AA	Aa2	AA	AA
	AA-	Aa3	AA-	AA-
Fuerte capacidad de pago	A+	A1	A+	A+
		A	A	A
	A-	A3	A-	A-
Capacidad adecuada de pago	BBB+	Baa1	BBB+	BBB+
	BBB	Baa2	BBB	BBB
	BBB-	Baa3	BBB-	BBB-
Inversiones especulativas				
Pago probable pero incierto	BB+	Ba1	BB+	BB+
	BB	Ba2	BB	BB
	BB-	Ba3	BB-	BB-
Alto riesgo	B+	B1	B+	B+
	B	B2	B	B
	B-	B3	B-	B-
Dudosa probabilidad de pago oportuno	CCC+	Caa1		
	CCC	Caa2		
	CCC-	Caa3	CC	CCC
Incumplimiento	CC	Ca		
	C	C		
	D		DD	DD

Fuente. Banco Central de Reserva del Perú

Elaboración. Propia

Nota al pie. Las clasificadoras de riesgo más importantes del mundo

Al hacer la clasificación, se suele ordenarlos usando el alfabeto, donde la letra A denota una apreciación positiva (de riesgo pequeño), mientras que la letra D denota a aquellos que tienen riesgo de incumplimiento.

Al mismo tiempo, se suele diferenciar dos grupos de países: aquellos que tienen el grado de inversión (es decir, en los

cuales se pueden realizar inversiones con cierto nivel de previsión y seguridad) y aquellos donde se realizan inversiones especulativas.

Los indicadores de clasificación repercuten directamente en los países ya que con una mejor clasificación de riesgo podremos acceder a mejores condiciones de crédito, así como atraer nuevas inversiones.

En el caso del Perú, hemos mejorado nuestra posición crediticia en los mercados internacionales en los últimos años, fundamentalmente, del buen desempeño de la economía peruana. Producto de ello, hemos mejorado nuestra clasificación de riesgo soberano alcanzando el Grado de Inversión al igual que México, Chile, Brasil y Colombia.

**TABLA N° 13
CLASIFICACIÓN CREDITICIA POR PAÍSES**

País	Riesgo país	Fitch & Ratings	Standard & Poor's	Moodv's
Chile	175	A+	A+	Aa3
México	247	BBB		Baa1
Perú	250	BBB-	BBB	Baa3
Brasil	253	BBB		Baa2
Colombia	219	BBB-	BBB-	Baa3
Argentina	941	B	B	B3
Ecuador	888	B-	B-	Caa2
Venezuela	1389	B+	B+	B2

Fuente. Banco Central de Reserva del Perú

Elaboración. Propia

Nota al pie. Las calificadoras de riesgo más importantes del mundo

Si bien es cierto que las clasificadoras Fichs Ratings y Standard Poor's nos otorgaron el grado de inversión en el 2008; en diciembre del 2009, también nos lo otorgó la clasificadora Moody's, al calificar a los bonos soberanos peruanos con Baa3 (primer escalón del grado de inversión). Así, hoy en día, nuestra clasificación indica que somos considerados un país con capacidad de pago de su deuda.

El haber logrado el grado de inversión, en términos sencillos, implica poder ser considerado en el mercado internacional como un país en el cual las inversiones tienen

mayor certidumbre acerca de su futuro, contribuyendo así a dinamizar la economía, en beneficio de la producción, el empleo y en general el desarrollo del Perú.

2.3.2.5. CENTRALES DE RIESGO

Toda persona que participa del sistema financiero, tiene un historial de comportamiento de pago denominado o conocido como el historial de crediticio.

El historial de crédito es un instrumento en la toma de decisión de la entidad financiera para el otorgamiento del crédito, por ello, la importancia de mantener un buen comportamiento de pago.

Una central de riesgo es un registro o una base de datos que mantiene información actualizada sobre los deudores, incluyendo datos demográficos, pautas de pago de distintos tipos de obligación de crédito y registros de deudas incobrables y otros.

a) TIPOS DE CENTRALES DE RIESGOS

En el Perú existen dos tipos de centrales de riesgos: la Central de Riesgos de la SBS y las Centrales Privadas de Información de Riesgos (CEPIRS), cada una de ellas tiene una regulación específica, así como procedimientos particulares que permiten a los titulares de información la defensa y exigencia de sus derechos.

Entre las centrales de riesgo la pública es la de la SBS y las privadas tenemos a Equifax, Exchange Perú, y hasta el año 2013 existió Informa del Perú, la que fue absorbida por Equifax.

2.3.2.6. CLASIFICACIÓN DEL DEUDOR

Según la SBS en el Perú existen cinco tipos de clasificación del deudor, esta clasificación es para los clientes que tienen créditos de pequeña empresa, microempresa, de consumo revolviente y no revolviente y créditos hipotecarios.

**TABLA N° 14
CLASIFICACIÓN DEL DEUDOR EN EL PERÚ**

Categoría	N° de categoría	Créditos		
		Corporativos, grandes y medianas empresas	Pequeñas, microempresas	Hipotecarios
Normal	0	0	Hasta 8 días	Hasta 30 días
Con problemas potenciales (CPP)	1	Entre 1 y 60 días	Entre 9 y 30 días	Entre 31 y 60
Deficiente	2	Entre 61 y 120 días	Entre 31 y 60 días	Entre 61 y 120
Dudoso	3	Entre 121 y 265 días	Entre 61 y 120 días	Entre 121 y 365 días
Pérdida	4	Más de 365 días	Más de 120 días	Más de 365

Fuente. Superintendencia de Banca, Seguros y AFPs - 2014

Elaboración. Propia

Nota al pie. Base legal Resolución SBS N° 11356-2008

2.3.3. MICROCRÉDITOS

2.3.3.1. HISTORIA

Quien comenzó su lucha contra la pobreza en 1974 durante la hambruna que padeció la población de su tierra natal, Bangladesh, uno de los países más pobres del planeta fue Muhammad Yunus, que descubrió que cada pequeño préstamo podía producir un cambio sustancial en las posibilidades de alguien sin otros recursos para sobrevivir.

El primer préstamo que dio fueron 27 dólares de su propio bolsillo para sacar de una situación desesperante a un grupo de 42 aldeanos que eran víctimas de la explotación por parte de usureros.

El primer caso que impulsó a Yunus a prestar dinero a los pobres fue el de una mujer que hacía muebles de bambú, que por no disponer de un dólar y medio para comprar el bambú era víctima de los explotadores.

A través de esta actividad, la mujer podía sustentarse a sí misma y a su familia. Sin embargo, los bancos tradicionales no estaban interesados en hacer este tipo de préstamos, porque consideraban que había un alto riesgo de no conseguir la devolución del dinero prestado.

En 1976, Yunus fundó el Banco Grameen para hacer préstamos a los más necesitados en Bangladesh. Desde entonces, el Banco Grameen ha distribuido más de tres mil millones de dólares en préstamos a 2,4 millones de prestatarios.

Para asegurarse la devolución de los préstamos, el banco usa un sistema de "grupos de solidaridad"; pequeños grupos informales que solicitan préstamos en conjunto y cuyos miembros actúan para garantizar la devolución del préstamo y se apoyan los unos a los otros en el esfuerzo de mejorar económicamente.

Según el proyecto ha ido creciendo, el Banco Grameen ha desarrollado otros sistemas alternativos de crédito para servir a los necesitados. Además de los microcréditos, ofrece préstamos para la vivienda, así como financiación para proyectos de riego, textiles, pesca y otras actividades.

A mediados de los 70s, los primeros organismos que comenzaron a dar o a organizar microcréditos fueron las ONGs. A principio de los 80s estos organismos comenzaron a ver frutos de este proceso, muchos de ellos comenzaron a darse cuenta que este esfuerzo podría ser sostenible porque la recuperación de cartera (deudas) era casi perfecta.

A partir de que estas organizaciones encuentran el punto de equilibrio (suficientes microcréditos para pagar los costos fijos) el crecimiento de estos programas explota.

En los 70s el modelo era sostenido a través de donaciones de filántropos alrededor del mundo y la coordinación era a través de ONGs. En los 80s el modelo cambió un poco; las ONGs crearon alianzas estratégicas con bancos locales para que estos proporcionasen el financiamiento mientras que ellos proporcionarían las garantías y la coordinación de los recursos.

A partir de los 90s este último modelo también evolucionó. Los bancos involucrados en el proceso se dieron cuenta que era un negocio rentable y comenzaron a desarrollar mecanismos para servir este mercado.

2.3.3.2. **CONCEPTO**

Los microcréditos son pequeños préstamos realizados a personas humildes o pobres a los que no conceden préstamos los bancos tradicionales.

Los microcréditos posibilitan, especialmente en países en vías de desarrollo, que muchas personas sin recursos puedan financiar proyectos laborales, por su cuenta que les reviertan unos ingresos.

El microcrédito es la parte esencial del campo de la microfinanciación, dentro del que se encuentran otros servicios tales como los microseguros, ahorros u otros.

2.3.3.3. **CARACTERÍSTICAS**

a) **LOS ALTOS COSTOS DEL CRÉDITO**

En términos reales, como consecuencia de la segmentación y fragmentación del mercado del microcrédito. Los intermediarios cobran tasas en dólares que fluctúan entre 26% y 36% al año, mientras que en soles varían entre 56% y 138% (frente a una inflación local del 3,7% anual en 1999). Estos altos costos perjudican a las microempresas y a su capacidad de mejorar sus niveles de empleo e ingresos.

b) **LA LIMITADA COBERTURA**

En el segmento de la microempresa rural, que registra un menor acceso al crédito por su precaria rentabilidad, dispersión geográfica y mayor exposición a los riesgos naturales y de mercado.

c) **LA POCA PROFUNDIDAD DEL MERCADO**

Cuenta con escasos recursos de mediano y largo plazo para la financiación de activos fijos de las microempresas y para el apoyo a la construcción progresiva de viviendas, que representan muchas veces la inversión más considerable en

este mercado.

d) LA FALTA DE UN AMPLIO PROGRAMA DE REFORMA INSTITUCIONAL

Que permita superar los cuellos de botella que enfrenta el desarrollo de las IMF. Solo de esta forma se podrá reforzar una base institucional capaz de ampliar a escala masiva el crédito a la microempresa y reducir sus costos financieros y de transacción, permitiendo así que la clientela se beneficie de las mejoras de productividad y eficiencia alcanzadas por los intermediarios.

2.3.3.4. TIPOS DE CRÉDITOS

Los tipos de créditos en el Perú de acuerdo a la SBS están clasificados en ocho (8) tipos, cuya base legal es la Resolución N° 11356-2008 y sus normas modificatorias.

Se considera el endeudamiento total en el sistema financiero a la suma de los créditos directos, avales, cartas fianza, aceptaciones bancarias y cartas de créditos que posee un deudor en el sistema financiero, sin incluir los créditos castigados.

**TABLA N° 15
TIPOS DE CRÉDITO EN EL PERÚ**

Tipo de crédito	Característica
Corporativos	Ventas anuales mayores a S/. 200 millones de nuevos soles
Grandes empresas	Ventas anuales entre S/. 200 y S/. 20 millones de nuevos soles
Medianas empresas	Ventas anuales entre S/. 20 millones y S/. 300 mil nuevos soles
Pequeñas empresas	Ventas anuales entre S/. 300 y S/. 20 mil nuevos soles
Microempresas (MES)	Ventas anuales no mayor a S/. 20 mil nuevos soles
Consumo revolvente	Saldos pendientes fluctúan en función de las propias decisiones del deudor
Consumo no revolvente	Saldos pendientes no fluctúan en función de las propias decisiones del deudor
Hipotecarios	De acuerdo a la capacidad de pago de la unidad familiar y características de la compra

Fuente. Superintendencia de Banca, Seguros y AFPs
- 2014

2.3.3.5. TIPOS DE MICROCRÉDITOS

a) INDIVIDUAL

Son los créditos solicitados por una sola persona, que tiene la obligación de responder por el monto prestado y por los intereses. Los créditos individuales suelen ser montos mayores que los que se ofrecen en los grupos solidarios y en los bancos comunales.

Generalmente los fondos de estos créditos son utilizados para el uso en capital de trabajo y la adquisición de activos fijos. Los créditos individuales suelen ser de montos entre S/. 500 y S/. 2,000.00 soles, con plazos de entre uno y doce meses para capital de trabajo; y entre S/. 800 y S/. 3,000.00 nuevos soles con plazos de hasta veinticuatro meses para la compra de activos fijos.

Una de las principales filosofías que se aplican a este tipo de créditos es la importancia de la capacitación como complemento al crédito. Así, el crédito es considerado como un aspecto complementario para un programa de capacitación y asesoría que tiene como finalidad el desarrollo de la microempresa.

Las garantías que se suelen solicitar son prendarias –un objeto de valor, como una joya, una televisión- o fiduciarias –una avalista que responda del crédito en caso de impago-. Es un tipo de crédito que suele otorgarse a personas de la micro empresa de las áreas urbanas, pues resulta muy costoso ofrecer este servicio en las áreas rurales, por los costos de transacción y desplazamiento.

b) GRUPOS SOLIDARIOS

Esta metodología de crédito consiste en un grupo de personas que solicitan y tramitan un crédito y responden solidariamente por el mismo. Generalmente, los grupos

suelen estar conformados por personas de la misma comunidad, ya que en el momento en que una de estas personas falle, las demás deben responder por él.

Por esto es recomendable que todos los miembros del grupo se conozcan y confíen unos en otros. Esta metodología fue implementada por primera vez por el Grameen Bank en Bangladesh, en los años setenta.

Al igual que en los Bancos Comunales, la metodología de estos grupos para definir el crédito es la siguiente: el grupo decide la cantidad a prestar a cada miembro, el monto total es autorizado y prestado por la institución, y los miembros del grupo responden solidariamente del mismo.

Luego de devuelto el monto total, el grupo puede optar a un nuevo crédito. Los trámites suelen ser sencillos. Las cantidades prestadas suelen ser pequeñas con períodos de amortización cortos, y los solicitantes son personas de la micro empresa o personas que realizan actividades generadoras de ingresos.

c) BANCOS COMUNALES

Suelen ser asociaciones informales, prácticamente gestionadas por la propia comunidad, con el fin de obtener crédito y ahorro. Entre los principales objetivos están: fomentar el ahorro de los miembros, facilitar el acceso a la comunidad a servicios financieros y formar grupos de auto ayuda.

Los bancos comunales facilitan las herramientas necesarias para que las personas puedan mejorar su condición económica.

Un Banco Comunal se inicia cuando la institución promotora presta un capital inicial. Los montos varían dependiendo de las condiciones del grupo. Los préstamos pueden ser incrementados únicamente después de la devolución del primero.

Para organizar un Banco Comunal se necesita de una organización local –normalmente una ONG-, la cual se responsabiliza de la organización del Banco Comunal, de apoyar a la junta directiva y de dar capacitaciones constantes. Las socias del Banco Comunal suelen ser mujeres del área rural.

La mayor parte de las instituciones que han impulsado la puesta en marcha de bancos comunales se ha basado en el modelo diseñado por John Hatch, fundador de Finca Internacional.

No obstante, la metodología de los bancos comunales ha ido evolucionando y adaptándose a las necesidades de cada lugar.

Un 18% opta por otorgar créditos individuales y un 32% utiliza un modelo mixto, concediendo préstamos grupales e individuales. Así un 82% de los programas de microcrédito confían en el modelo grupal.

La zona del mundo que tiene un mayor porcentaje de préstamos grupales es Asia, con un 89%. Le sigue África, con un 83%, Latinoamérica, con un 75%, y finalmente Europa y Norteamérica, con un 54%.

2.3.3.6. **CARTERA DE CRÉDITOS**

La cartera de créditos que se trabajan en cada institución financiera, y no solo financiera sino cualquier institución comercial, viene a ser aquella relación o listado debidamente ordenado y clasificado de los clientes que tengamos en la institución.

En la cartera que se gestionan en las instituciones financieras, se toman en cuenta los créditos clasificados de acuerdo a lo visto en ítems anteriores, sobre como la SBS clasifica a los tipos de créditos en ocho (8) tipos de acuerdo a la Resolución N° 11356-2008 y sus normas modificatorias.

2.3.3.7. **COMITÉ DE CRÉDITOS**

El comité de créditos viene a ser aquel grupo de personas que está integrado por todos los asesores de créditos y es liderado por el Jefe de Créditos o Jefe de Agencia, salvo en algunos casos excepcionales y solo por motivos de fuerza mayor, será el asesor de máxima jerarquía el que lidere este comité.

Dependiendo del grado de complejidad de las operaciones y según disponibilidad de los asesores, se tienen diferentes niveles de comités de créditos, en los cuales, de acuerdo a la naturaleza del crédito o complejidad del problema, deberán participar otros funcionarios, directivos del nivel estratégico o incluso los socios de la empresa si el caso lo amerita.

Los comités de créditos funcionan de acuerdo a horarios y periodicidad de las reuniones, acorde a las necesidades de los clientes y a la operatividad y liquidez de la institución, de mas esta decir que los créditos deberán ser aprobados de preferencia por unanimidad, sin embargo, es factible también la aprobación por mayoría absoluta, es decir con la aprobación de los dos tercios de los miembros con voz y voto.

2.3.3.8. **MOROSIDAD DE CRÉDITOS**

La morosidad de créditos o conocida también como la morosidad crediticia, vienen a conformarlo todos los créditos que se encuentren atrasados en por lo menos una cuota de pago, conocida también como la cartera pesada, por cuanto los clientes han incumplido su compromiso de pago; la morosidad es consecuencia de una mala calificación del crédito, en cuanto a información, garantías y análisis del sujeto de crédito.

2.3.3.9. **PROVISIÓN DE CARTERA**

De forma general, la definición formal de provisión es un apunte contable que se hace en el pasivo, en gastos, como reconocimiento de un riesgo tanto cierto como incierto.

En el Perú, la provisión de la cartera es un gasto, que la institución

tiene que asumir de manera obligatoria a exigencia de la SBS, que afecta directamente a la utilidad de la empresa. Este gasto es destinado a acumular una reserva que será utilizada en caso los créditos sean irrecuperables.

**TABLA N° 16
CLASIFICACIÓN DEL DEUDOR EN EL PERÚ**

Categoría	N° de categoría	Créditos descubiertos o sin garantía o garantías no preferidas	Provisión	
			Créditos con garantías preferidas	Créditos con garantías de muy rápida realización
Normal	0	1%	1%	1%
Con problemas potenciales (CPP)	1	5%	2.5%	1.5%
Deficiente	2	25%	12.5%	6.25%
Dudoso	3	60%	30%	15%
Pérdida	4	100%	60%	30%

Fuente. Superintendencia de Banca, Seguros y AFPs - 2014

Elaboración. Propia

Nota al pie. Base legal Resolución SBS N° 11356-2008

a) PORQUE SE PROVISIONA LA CARTERA DE CRÉDITOS

- Porque las instituciones financieras en su negocio de intermediación financiera toman los depósitos del público y lo colocan en préstamos. Asimismo, reciben fondos de entidades como Cofide, Mi vivienda y otros Bancos e institucionales nacionales e internacionales.
- Los préstamos, tienen que tener una calidad que garantice el retorno, de modo tal que las entidades financieras puedan honrar en cualquier momento a sus ahorristas y deudores.
- Una mala cartera de crédito significa que no habrá retorno de los depósitos y la entidad financiera presentará "insolvencia".
- Las provisiones de cartera constituyen el instrumento más apropiado para determinar preventivamente la

solvencia, mitigando el impacto de los créditos morosos en la situación económica y financiera de las entidades financieras.

- Por este motivo la SBS, en su responsabilidad de garantizar los depósitos del público, tiene especial cuidado en supervisar las provisiones de la cartera crediticia.

2.3.3.10. **GARANTÍAS**

Una garantía es cualquier situación que otorgue una mayor seguridad o respaldo al cumplimiento de una obligación o pago de una deuda.

Una garantía es un negocio jurídico mediante el cual se pretende dotar de una mayor seguridad al cumplimiento de una obligación o pago de una deuda.

Las garantías son muy importantes para los consumidores. Permiten tener la certeza de que, en caso de vicios o defectos que afecten el correcto funcionamiento del producto, los responsables se harán cargo de su reparación para que el producto vuelva a reunir las condiciones óptimas de uso.

Existe también la garantía contractual, adicional a la anterior, que es la que voluntariamente ofrece el productor o vendedor, y que generalmente suele ser de seis meses, un año, o más. Es muy importante, al ser voluntaria, conocer sus condiciones, alcance y extensión. Esto surge de la propia oferta y del certificado de garantía que obligatoriamente se le debe suministrar al comprador.

a) **TIPOS DE GARANTÍAS**

Existen diferentes clasificaciones de garantías, en el sector financiero se usa el siguiente esquema:

- ◆ Reales
 - Mobiliarias
 - Dinero

- Vehicular
- Inventarios
- Cuentas por cobrar
- Maquinarias
- Inmobiliarias
 - Inmuebles
 - Terrenos
 - ◆ Personales
- Fianza
- Aval
- Fideicomisos

2.3.4. GESTIÓN CREDITICIA

2.3.4.1. CONCEPTO

La gestión crediticia es el proceso mediante el cual se desarrollan las cinco fases: planificación, promoción, evaluación, aprobación y recuperación de créditos.

2.3.4.2. FASES

a. Planificación

Implica que el analista de crédito, al inicio del día, deberá elaborar una hoja de ruta donde debe indicar las labores que desarrollará durante todo el día, la que tendrá que contar obligatoriamente con visitas de promoción, evaluación y recuperación. Lo que significa que ya no podrá salir al campo a la deriva, a la espera de que "se le presente la virgen". La improvisación ya no es parte del día a día.

b. Promoción

Lo constituyen las visitas de oferta de productos a clientes potenciales o recurrentes, para lo cual deberá ir con todas las herramientas necesarias: merchandising, calculadora, tarjetas de presentación, etc.

c. **Evaluación**

La evaluación comprende el levantamiento de información de la unidad económico – familiar del potencial prestatario y la visita a la garantía.

d. **Aprobación**

La aprobación es la sustentación de la operación crediticia ante el Comité de Créditos, la cual es analizada, a fin de detectar las deficiencias que, dígase de paso, parten de la mala Evaluación del cliente.

e. **Recuperación**

La recuperación es la visita a los clientes en mora, desde el primer día de vencimiento, pudiendo ser antes del vencimiento, para el caso de los clientes “difíciles”.

El seguimiento del cumplimiento del proceso crediticio lo llevan a cabo los Supervisores de Agencia, quienes acompañan día a día a los Analistas de Crédito en sus labores de campo, a efecto de aleccionarlos. Al final de la semana, los Supervisores elaboran un Informe que es elevado a la Gerencia correspondiente. Informe que forma parte del file de evaluación del Analista de Crédito.

2.4. ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA ORGANIZACIÓN

2.4.1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA

DENOMINACIÓN SOCIAL: CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CRÉDITO DE HUANCAYO S.A.

RUC: 20130200789

DIRECCIÓN: Calle Real N° 341-343, Huancayo.

TELEFONO: (064) 481000

FAX: (064) 481000, Anexo 5001.

PAGINA WEB: www.cajahuancayo.com.pe

CORREO ELECTRONICO: atenciondeconsultas@cajahuancayo.com.pe

TIPO DE SOCIEDAD: Sociedad Anónima.

CAPITAL SOCIAL: El Capital Social es de S/.161,442,100.00 (Ciento Sesenta y Un Millones Cuatrocientos Cuarenta y Dos Mil Cien y 00/100 Nuevos Soles) representado por 16´144,210 acciones nominativas de un valor nominal de S/. 10.00 (Diez y 00/100 Nuevos Soles) cada una, las mismas que fueron suscritas y pagadas íntegramente por la Municipalidad Provincia de Huancayo.

CLASES DE ACCIONES: No hay clases de acciones. Todas las acciones son nominativas.

NÚMERO Y VALOR NOMINAL DE LAS ACCIONES: 16´144,210 acciones nominativas de un valor nominal de S/. 10.00 (Diez y 00/100 Nuevos Soles) cada una, las mismas que fueron suscritas y pagadas íntegramente por la Municipalidad Provincia de Huancayo.

2.4.2. DIRECTORIO

La Caja Huancayo, busca hacer de la Incontrastable y de toda la zona central del país, una ciudad y regiones productivas y modernas, impulsar su desarrollo, fortalecer la economía de los pobladores y para ello, debe realizar grandes esfuerzos para que los micro y pequeños empresarios cumplan eficientemente sus funciones de producción y distribución de bienes, servicios y éstos deben ser competitivos en el ámbito nacional e internacional. La Caja Huancayo inició sus operaciones el 08 de agosto de 1988 por autorización de la Superintendencia de Banca y Seguros.

Desde el inicio de sus operaciones no ha descuidado su más importante objetivo estratégico como es la democratización del crédito, tal es así que se brindó atención especial a los sectores tradicionalmente marginados por la banca tradicional.

Uno de los rubros más importantes para la Caja Huancayo es el crédito a la micro y pequeña empresa orientado a la utilización de capital en trabajo, para la adquisición de bienes de capital, del comercio, producción y servicios.

El Directorio está conformado por 06 representantes designados por instituciones representativas:

- 03 representantes de la Municipalidad Provincial de Huancayo
- 01 representante de la Cámara de Comercio de Huancayo
- 01 representante del Arzobispado de Huancayo
- 01 representante de COFIDE

La Gerencia Mancomunada está integrada por tres Gerencias:

- Gerencia de Administración
- Gerencia de Créditos
- Gerencia de Operaciones y Finanzas

2.4.3. RESEÑA HISTÓRICA

Las Cajas Municipales de Ahorro y Créditos en los Concejos Provinciales del país, se crean el 14 de mayo de 1980, al amparo del Decreto Ley N° 23039. Sin embargo, el 4 de junio de 1986, mediante el Decreto Supremo N°191-86-EF se dictan las medidas para el cumplimiento de los objetivos fundamentales de la Cajas Municipales de Ahorro y Crédito.

Se constituye por Resolución Municipal N° 917-87-AMPH, del 17 de octubre de 1987, otorgándose la Escritura Pública de Constitución el 28 de Abril de 1988, inscrito en el registro de Personas Jurídicas, con Partida Electrónica N° 11003478, de los Registros Públicos de Huancayo.

Luego se emite la Resolución N° 599-88 del 25 de julio de 1988 de la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS) autorizando el funcionamiento de la Caja Huancayo, iniciando sus operaciones el 8 de agosto del mismo año y constituyéndose en un importante instrumento financiero de desarrollo económico.

Actualmente, es una entidad con autonomía administrativa, económica y financiera, regulada por el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), controlada y supervisada por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones (SBS) y la Contraloría General de la República.

Desde el inicio de sus operaciones no ha descuidado su más importante objetivo estratégico como es la democratización del crédito, tal es así, que se brindó atención especial a los sectores usualmente marginados por la banca tradicional.

Uno de los rubros más importantes para la Caja Huancayo, es el crédito a la Micro y Pequeña Empresa, orientado a la utilización de capital de trabajo, para la adquisición de bienes de capital, del comercio, producción y servicios.

2.4.4. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

a. VISIÓN

"Ser la Institución líder en soluciones financieras integrales, comprometidos con la inclusión financiera".

b. MISIÓN

"Contribuir al desarrollo de nuestros clientes, brindando soluciones financieras con rapidez y calidad".

c. VALORES

Los valores definidos para la CAJA HUANCAYO S.A. son:

c.1. COMPROMISO

Disposición del colaborador para atender las necesidades de los grupos de interés.

c.2. RESPETO

Reconocimiento, apreciación, valoración a las normas y grupos de interés.

c.3. EMPATÍA

Resulta como esencia de las relaciones humanas y trabajo en equipo, exige un trato amable, cortes.

c.4. ÉTICA

A través de una conducta profesional recta, imparcial y honesta, dentro y fuera de la entidad.

c.5. RESPONSABILIDAD

Desempeño de funciones asignadas con valor agregado de manera eficiente y eficaz

2.4.5. RED DE OFICINAS

La Red de Agencias de Caja Huancayo ha continuado expandiéndose y culminó el año inaugurando seis oficinas nuevas durante el 2013. Al cierre del año, Caja Huancayo cuenta con un total de 66 Oficinas compuesta por 64 Agencias, una Oficina Especial en convenio con el Banco de la Nación y una Oficina Principal, distribuidas en 10 regiones del país.

a. RESUMEN NACIONAL

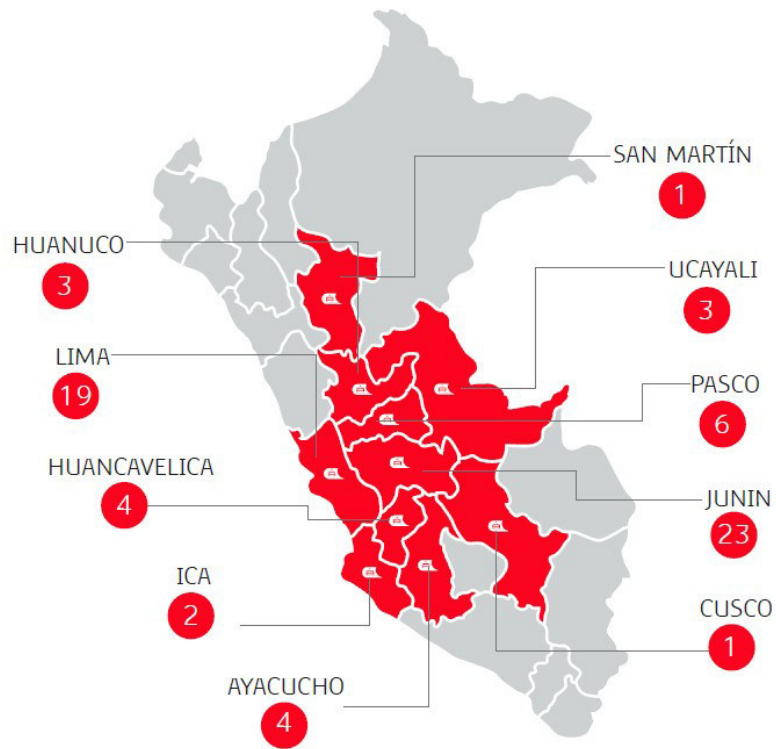


Grafico N° 01. Resumen nacional de agencias

b. RESUMEN POR REGIONES

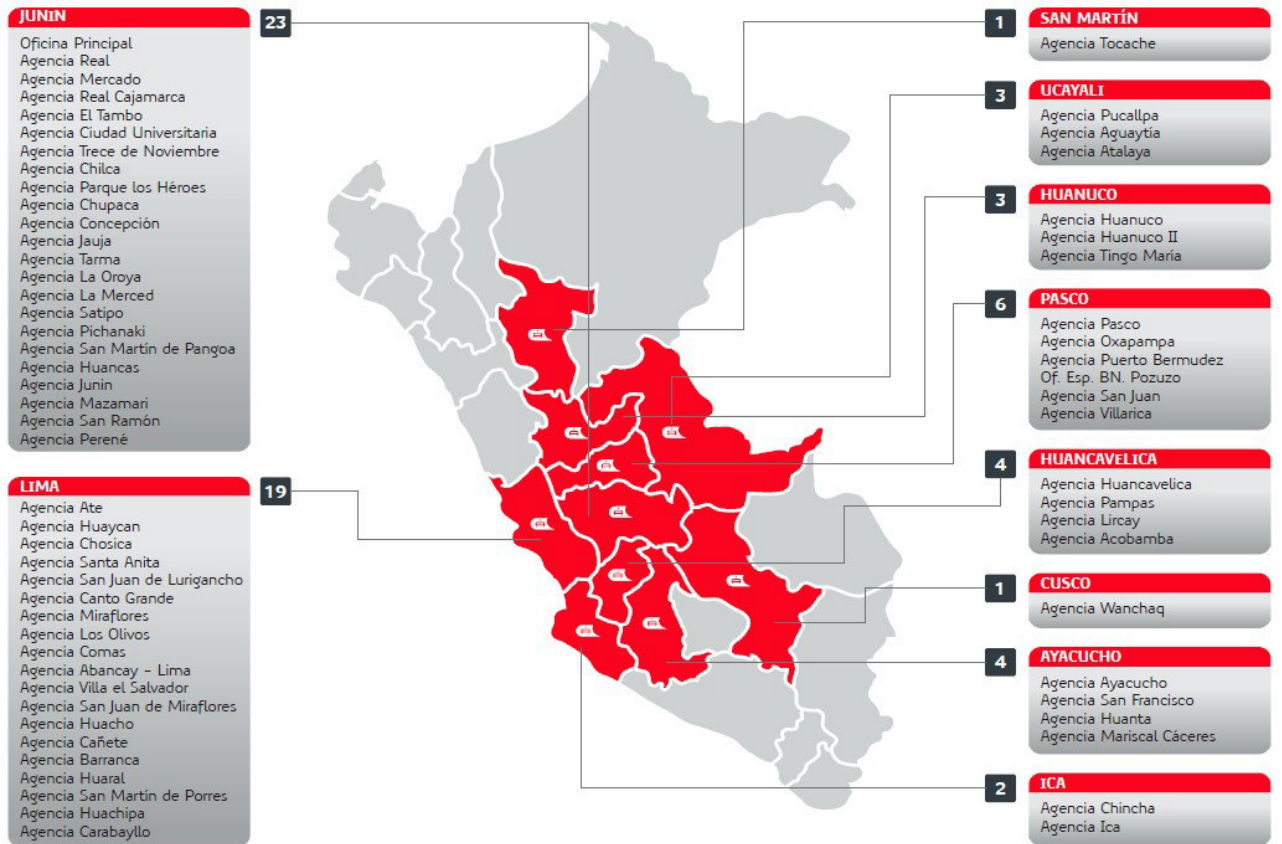


Grafico N° 02. Resumen regional de agencias

2.4.6. ESTADO DE SITUACIÓN AL 31.12.2013

ACTIVO	Notas	31 de Diciembre de:		PASIVO	Notas	31 de Diciembre de:	
		2013	2012			2013	2012
DISPONIBLE	5	310,964,733	172,492,800	OBLIGACIONES CON EL PÚBLICO	17	1,215,362,562	918,949,872
Caja		20,770,514	16,737,577	Obligaciones a la Vista		361,784	288,660
Banco Central de Reserva del Perú		193,209,652	141,339,712	Obligaciones por cuentas de Ahorro		241,426,427	193,218,174
Bancos y otras empresas del sistema financiero del país		95,364,421	13,847,759	Obligaciones por cuentas a Plazo		884,067,676	649,592,224
Canje		1,162,561	0	Otras Obligaciones		89,506,675	75,850,814
Otras Disponibilidades		457,585	567,752	DEPÓSITOS DE EMPRESAS DEL SISTEMA FINANCIERO Y C	18	3,049,992	9,385,482
INVERSIONES DISPONIBLES PARA LA VENTA	6	4,406,248	435,140	Depositos de Ahorro		2,297,470	839,568
Instrumentos Representativos de Capital		1,449,935	236,063	Depositos a Plazo		752,522	8,545,914
Instrumentos Representativos de Deuda		2,956,313	199,077	ADEUDOS Y OBLIGACIONES FINANCIERAS	19	148,637,923	95,063,138
INVERSIONES A VENCIMIENTO	7	363,350	330,830	Adeudos y Obligac.con Empresas e instituc.financieras del País		86,384,110	78,814,538
CARTERA DE CREDITOS	8	1,248,875,176	1,026,615,122	Adeudos y Obligac.con Emp.del exterior y Organismos Financ.Internac.		17,809,740	16,248,600
Cartera de Creditos Vigentes		1,267,705,641	1,043,339,093	Valores y Títulos		44,444,073	0
Cartera de Creditos Refinanciados		9,437,602	7,082,634	CUENTAS POR PAGAR	20	10,678,985	19,515,575
Cartera de Creditos Vencidos		14,036,575	13,161,750	PROVISIONES	21	979,774	2,739,680
Cartera de Creditos en Cobranza Judicial		30,403,242	23,049,911	Provision para créditos contingentes		293,100	227,056
- Provisiones para créditos		-72,707,884	-60,018,266	Provisión para litigios y demandas		686,674	2,512,624
CUENTAS POR COBRAR	9	3,384,823	2,454,774	OTROS PASIVOS	22	2,398,003	3,133,114
Otras Cuentas por Cobrar		3,384,823	2,454,774	TOTAL DEL PASIVO		1,381,107,239	1,048,786,861
BIENES REALIZABLES, RECIBIDOS EN PAGO Y ADJUDICADOS	10	1,245,476	1,796,852	PATRIMONIO			
Bienes Recibidos en Pago y Adjudicados		1,245,476	1,796,852	Capital Social		161,442,100	136,717,140
PARTICIPACIONES	11	2,968,234	2,968,234	Capital Adicional		0	0
INMUEBLES, MOBILIARIO Y EQUIPO	12	24,510,580	23,109,640	Reservas		23,372,152	19,709,197
ACTIVO INTANGIBLE	13	717,515	875,118	Ajustes al Patrimonio		3,888	-11
Otros Activos intangibles		717,515	875,118	Resultados Acumulados		0	0
IMPUESTOS CORRIENTES	14	1,500,781	2,088,173	Resultado Neto del Ejercicio		42,447,337	36,629,565
IMPUESTO DIFERIDO	15	7,650,021	6,426,364	TOTAL DEL PATRIMONIO	23	227,265,477	193,055,891
OTROS ACTIVOS	16	1,785,779	2,249,705	TOTAL DEL PASIVO Y PATRIMONIO		1,608,372,716	1,241,842,752
TOTAL DEL ACTIVO		1,608,372,716	1,241,842,752				
CUENTAS CONTINGENTES	24	17,429,116	11,449,343	RIESGOS Y COMPROMISOS CONTINGENTES	24	17,429,116	11,449,343
CUENTAS DE ORDEN DEUDORAS	24	845,956,110	721,323,907	CONTRA CUENTAS DE CTAS DE ORDEN DEUDORAS	24	845,956,110	721,323,907
CONTRA CUENTAS DE ORDEN ACREEDORAS	24	1,986,735,770	1,616,407,865	CUENTAS DE ORDEN ACREEDORAS	24	1,986,735,770	1,616,407,865
FIDEICOMISOS Y COMISIONES DE CONFIANZA DEUDORAS	24	21,165,189	17,179,858	FIDEICOMISOS Y COMISIONES DE CONFIANZA ACREED.	24	21,165,189	17,179,858

Grafico N° 03. Estado de Situación al 31.12.2013

2.4.7. ESTADO DE RESULTADOS AL 31.12.2013

		Por el Año Terminado el 31 de Diciembre de:	
		2013	2012
	Notas		
INGRESOS POR INTERESES	26	259,835,527	223,682,555
. Disponibles		4,641,243	3,139,046
. Inversiones Disponibles para la Venta		51,546	15,291
. Inversiones a Vencimiento		26,558	13,334
. Cartera de Créditos Directos		255,113,480	220,514,857
. Otros Ingresos Financieros		2,700	27
GASTOS POR INTERESES	27	-61,745,927	-48,706,871
. Obligaciones con el Público		-52,470,043	-41,610,077
. Depósitos de Empresas del Sistema Financiero y Org. Financieros		-223,465	-294,589
. Adeudos y Obligaciones Financieras		-9,051,959	-6,796,302
Adeudos y Obligaciones del Sistema Financiero del País		-6,323,134	-5,704,199
Adeudos y Oblig. con Instituc. Financieras del Ext. y Organ. Financ. Internac.		-973,476	-945,338
Comisiones y Otros Cargos por Adeudos y Obligaciones Financieras		-121,705	-146,765
Valores, Títulos y Obligaciones en Circulación		-1,633,644	0
. Otros gastos financieros		-460	-5,903
MARGEN FINANCIERO BRUTO		198,089,600	174,975,684
Provisiones para Créditos Directos		-21,073,970	-16,639,444
MARGEN FINANCIERO NETO		177,015,630	158,336,240
INGRESOS POR SERVICIOS FINANCIEROS		12,345,853	11,286,130
. Ingresos por Operaciones Contingentes		834,132	1,542,685
. Ingresos por Fideicomisos y Comisiones de Confianza		16,791	24,752
. Ingresos Diversos		11,494,930	9,718,693
GASTOS POR SERVICIOS FINANCIEROS		-12,180,089	-10,591,072
. Primas para el Fondo de Seguro de Depósitos		-2,774,037	-2,573,369
. Gastos Diversos		-9,406,052	-8,017,703
MARGEN FINANCIERO NETO DE INGRESOS Y GASTOS POR SERV.FINAN.		177,181,394	159,031,288
RESULTADO POR OPERACIONES FINANCIERAS (ROF)		1,019,049	1,270,387
. Inversiones a Valor Razonable con Cambios en Resultados		0	459
. Inversiones Disponibles para la Venta		24,923	98,103
. Ganancia (Pérdida) en Participaciones		50,314	52,627
. Utilidad-Pérdida en Diferencia de Cambio		1,447,081	1,151,588
. Otros		-503,269	-32,390
MARGEN OPERACIONAL		178,200,443	160,301,885
GASTOS DE ADMINISTRACION		-114,784,665	-102,797,970
. Gastos de Personal y Directorio	28	-72,717,557	-65,260,142
. Gastos por Servicios Recibidos de Terceros	29	-40,389,122	-36,148,293
. Impuestos y Contribuciones		-1,677,986	-1,389,535
DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES		-3,764,267	-4,381,918
MARGEN OPERACIONAL NETO		59,651,511	53,121,797
VALUACION DE ACTIVOS Y PROVISIONES		-2,141,327	-1,539,237
. Provisiones para Créditos indirectos		-65,303	-48,999
. Provisiones para incobrabilidad de Cuentas por Cobrar		-1,008,886	-828,758
. Provisiones para Bienes Realizab, Recib.en Pago, Recuperados y Adjudic.		-260,067	-680,740
. Deterioro de Inversiones		0	19,260
. Provisiones para Litigios y Demandas		-807,071	0
RESULTADO DE OPERACION		57,510,184	51,582,560
OTROS INGRESOS Y GASTOS		4,152,569	2,198,708
RESULTADOS DEL EJERCICIO ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA		61,662,753	53,781,268
. Impuesto a la Renta		-19,215,416	-17,151,703
RESULTADO NETO DEL EJERCICIO	23	42,447,337	36,629,565

Grafico N° 04. Estado de Resultados al 31.12.2013

2.4.8. INMUEBLES, MAQUINARIA Y EQUIPOS

RUBROS	2013			2012			TASAS %
	COSTO AL 2013.12.31 S/.	DEPRECIACIÓN ACUMULADA AL 2013.12.31 S/.	VALOR NETO AL 2013.12.31 S/.	COSTO AL 2012.12.31 S/.	DEPRECIACIÓN ACUMULADA AL 2012.12.31 S/.	VALOR NETO AL 2012.12.31 S/.	
Terrenos	5,434,803		5,434,803	5,434,803		5,434,803	
Edificios	8,233,125	(1,804,262)	6,428,863	8,195,254	(1,394,499)	6,800,755	5%
Instalaciones	433,007	(339,027)	93,980	597,956	(453,202)	144,754	10%
Mobiliario	3,238,065	(2,176,336)	1,061,729	3,531,453	(2,177,819)	1,353,634	10%
Equipos de computación	3,650,032	(1,834,779)	1,815,253	4,101,432	(1,951,093)	2,150,339	25%
Vehiculos	2,854,383	(1,521,489)	1,332,894	3,716,091	(2,013,776)	1,702,315	20%
Otros Activos	4,841,307	(2,313,440)	2,527,867	4,671,743	(1,841,078)	2,830,665	10%
Instalaciones en Bienes Alquilados	5,129,606	(351,970)	4,777,636	2,841,978	(175,255)	2,666,723	5%
Obras en Ejecución	1,037,555		1,037,555	25,652		25,652	
TOTAL	34,851,883	(10,341,303)	24,510,580	33,116,362	(10,006,722)	23,109,640	

2.4.9. DEPOSITOS DE INSTITUCIONES FINANCIERAS EN LA CMAC HUANCAYO

EMPRESAS Y ORGANISMOS FINANCIEROS	MONEDA NACIONAL		MONEDA EXTRANJERA			TOTAL S/.
	IMPORTE	T.E.A.	US \$	CONVERTIDO A S/.	T.E.A.	
DEPOSITOS DE AHORROS						
CMAC AREQUIPA	15,478	0.15%	14,399	40,247	0.30%	55,725
CMAC HUANCAYO	296,440	0.00%	21,439	59,921	0.20%	356,362
CMAC PAITA	22,478	0.15%	3,782	10,571	0.30%	33,048
CMAC PISCO	13,212	0.15%			0.30%	13,212
COOPERATIVA SAN CRISTOBAL DE HUAMANGA	1,085,857	0.11%	40,888	114,282	0.30%	1,200,139
COOPERATIVA SANTA MARIA MAGDALENA	416,652	0.00%	79,522	222,264	0.30%	638,916
CRAC LOS LIBERTADORES DE AYACUCHO	68	0.05%				68
SUB TOTAL IFIS	1,850,185		160,030	447,285		2,297,470
DEPOSITOS A PLAZO FIJO						
COOP. SAN CRISTOBAL DE HUAMANGA						
PLAZOS FIJOS EN NUEVOS SOLES	720,210					720,210
- Plazo Fijo 720 Dias S/. 219,469.94		3.92%				
- Plazo Fijo 720 Dias S/. 292,626.58		3.92%				
- Plazo Fijo 365 Dias S/. 208,113.36		3.92%				
SUB TOTAL IFIS	720,210					720,210
TOTAL DEPOSITOS DE IFIS	2,570,395			447,285		3,017,680
GASTOS POR PAGAR DEPOSITOS DE IFIS	32,312					32,312
TOTAL	2,602,707			447,285		3,049,992

2.4.10. OBLIGACIONES FINANCIERAS DE LA CMAC HUANCAYO

ENTIDAD	2013		
	CORTO PLAZO	LARGO PLAZO	TOTAL
	S/.	S/.	S/.
COFICASA	95,087	348,637	443,724
TECHO PROPIO	27,722	90,327	118,049
MI HOGAR	93,242	498,880	592,121
PFE-Producto Financiero	38,117	190,588	228,705
SUBORDINADO	2,160,000	8,640,000	10,800,000
RECURSOS PROPIOS	3,306,370	24,308,850	27,615,221
MI VIVIENDA	2,584,480	39,473,728	42,058,208
CAVALTI	437,156	4,062,844	4,500,000
TOTAL COFIDE	8,742,174	77,613,854	86,356,028
Valores y Títulos	42,810,429	-	42,810,429
INSTITUTO DE CREDITO OFICIAL DE ESPAÑA	-	17,809,740	17,809,740
Total	51,552,603	95,423,594	146,976,197
Gastos e Intereses por Pagar	28,082	-	28,082
Gastos por pagar por valores y Títulos	1,633,644	-	1,633,644
TOTAL GENERAL	53,214,329	95,423,594	148,637,923

2.4.11. CUENTAS POR PAGAR DE LA CMAC HUANCAYO

Al 31 de Diciembre, este rubro comprende:

RUBROS	31.12.2013 S/.	31.12.2012 S/.
Seguros por cuenta de prestatarios	102,107	57,689
Dividendos, Participaciones y Remuneraciones por Pagar	6,695,412	12,948,561
Proveedores por Pagar	755,222	1,900,571
Primas Fondo de Seguro de Depósito por Pagar	950,379	652,766
Obligaciones con Instituciones Recaudadoras de Tributos	1,327,562	3,284,797
Impuesto General a las Ventas	-	-
Cuentas por Pagar Diversas	63,154	104,741
Gastos por pagar de cuentas por pagar	785,149	566,450
TOTAL	10,678,985	19,515,575

2.4.12. PATRIMONIO DE LA CMAC HUANCAYO

RUBROS	SALDO AL 31.12.2013 S/.	SALDO AL 31.12.2012 S/.
Capital Social	161,442,100	136,717,140
Capital Adicional	-	-
Reserva Legal	23,372,152	19,709,197
Ajuste al Patrimonio - Fluctuación de Valor de Inversiones	3,888	-11
Resultado Neto del Ejercicio	42,447,337	36,629,565
TOTAL	227,265,477	193,055,891

2.4.13. UTILIDAD POR ACCION DE LA CMAC HUANCAYO

AÑO 2012		CAPITAL SOCIAL S/.	VALOR NOMINAL S/.	Nº DE ACCIONES	Nº DE DÍAS	PROMEDIO PON- DERADO Nº DE ACCIONES
Al inicio del periodo		116.769.660	10	11.676.966	365	11.676.966
Capitalización 2012		19.947.480	10	1.994.748	365	1.994.748
				Denominador 2012		13.671.714
UTILIDAD 2012	36,629,565				UPA	2.6792
AÑO 2013		CAPITAL SOCIAL S/.	VALOR NOMINAL S/.	Nº DE ACCIONES	Nº DE DÍAS	PROMEDIO PON- DERADO Nº DE ACCIONES
Al inicio del periodo		136.717.140	10	13.671.714	365	13.671.714
Capitalización 2013		24.724.960	10	2.472.496	365	2.472.496
				Denominador 2013		16.144,210
UTILIDAD 2013	42,447,337				UPA	2.6293

2.4.14. INGRESOS POR INTERESES DE LA CMAC HUANCAYO

DETALLE	AL 31.12.2013		AL 31.12.2012	
	S/.		S/.	
Disponible	4,641,243		3,139,047	
Intereses y Rendimiento por Depósitos en el Banco Central de Reserva del Perú	2,397,054		1,551,936	
Intereses y Rendimiento por Depósitos en Bancos y otras Emp. Del sistema Financiero	2,244,189		1,507,111	
Inversiones Disponibles para la venta	51,546		15,291	
Inversiones Disponibles para la venta	51,546		15,291	
Inversiones a Vencimiento	26,558		13,334	
Inversiones a Vencimiento	26,558		13,334	
Cartera de Créditos Directos	255,113,480		220,514,857	
Cartera de Créditos Directos	255,113,480		220,514,857	
Otros Ingresos Financieros	2,700		27	
Arrendamiento financiero - opción de compra	2,700		0	
Otros Ingresos Financieros	0		27	
TOTAL	259,835,527		223,682,555	

2.4.15. GASTOS POR INTERESES DE LA CMAC HUANCAYO

DETALLE	AL 31.12.2013	AL 31.12.2012
	S/.	S/.
Obligaciones con el Público	52,470,043	41,610,077
Intereses por obligaciones con el público por cuentas de ahorro	1,741,350	1,402,583
Intereses por obligaciones con el público por cuentas a plazo	50,728,693	40,207,494
Depósitos de Empresas del Sistema Financiero y Organismos Financieros Internacionales Adeudos y Obligaciones Financieras	223,465	294,589
Intereses por Depósitos de Ahorro de Empresas del Sistema Financiero y Org. Finan. Intern.	2,078	13,758
Intereses por Depósitos a plazo de Empresas del Sistema Financiero y Org. Finan. Internacionales	221,387	280,831
Adeudos y Obligaciones Financieras	9,051,959	6,796,302
Adeudos y Obligaciones del Sistema Financiero del País	6,323,134	5,704,199
Adeudos y Obligaciones con Instituciones Financieras del Exter. y Organ. Financ. Internac.	973,476	945,338
Comisiones y otros cargos por adeudos y obligaciones financieras	121,705	146,765
Valores, Títulos y Obligaciones en Circulación	1,633,644	-
Otros Gastos Financieros	460	5,903
Adeudos y Obligaciones del Sistema Financiero del País	460	5,903
TOTAL	61,745,927	48,706,871

2.4.16. GASTOS EN PERSONAL DE LA CMAC HUANCAYO

DETALLE	AL	AL
	31.12.2013	31.12.2012
	S/.	S/.
Remuneraciones	35,615,904	31,573,197
Bonificaciones	7,622,829	7,483,041
Asignaciones	631,142	526,133
Gratificaciones	7,542,762	6,924,918
Participación de los Trabajadores	3,585,802	3,263,643
Vacaciones	3,902,969	3,300,175
Seguro de Vida Ley	232,533	212,350
Seguridad y Previsión Social	4,209,720	3,790,374
Compensación por Tiempo de Servicios	4,109,171	3,765,966
Capacitación al Personal	508,078	440,748
Viáticos	705,970	718,247
Otros Gastos del Personal	2,937,165	2,339,646
Gastos de Directorio	1,113,512	921,704
TOTAL	72,717,557	65,260,142

2.4.17. CLASIFICACION DE CARTERA DE LA CMAC HUANCAYO

SALDOS EN S/.	NO MINORISTAS	PEQUEÑA Y MICROEMPRESAS	CONSUMO	HIPOTECARIOS	TOTAL	PARTICIP.%
Créditos Vigentes					1,247,176,505	95.80%
Normal	93,224,365	624,456,239	322,121,292	135,530,043	1,175,331,938	90.28%
Con Problemas potenciales	16,299,351	21,751,383	10,556,541	2,814,062	51,421,336	3.95%
Deficiente	2,145,614	2,060,509	4,548,241	1,450,770	10,205,135	0.78%
Dudoso	229,725	3,293,677	4,915,330	934,279	9,373,012	0.72%
Pérdida	-	522,929	207,344	114,811	845,084	0.06%

2.4.18. RESUMEN DE GARANTIAS DE CREDITOS DE LA CMAC HUANCAYO

GARANTÍA	S/
Garantías Preferidas Hipotecarias	145,264,271.26
Garantías Mobiliarias Joyas y metales preciosos	1,919,193.10
Garantías mobiliarias expl. agrop. Ind y minera	503,390.08
Garantías mobiliarias - medios de transporte	5,015,954.00
Garantías Preferidas autoliquidables	9,418,519.23
Garantías no preferidas	937,502,470.29
Garantías - avales y fianzas	884,289,975.41
TOTAL	1,983,913,773.37

2.4.19. CREDITOS VENCIDOS POR DIAS DE ATRASO DE LA CMAC HUANCAYO

TIPO DE CRÉDITO	MENOR A 30	31-60	61-90	MAYOR A 90	TOTAL
Mediana Empresa	367,712.98	229,148.68	-	42,752.54	639,614.20
Pequeña Empresa	-	1,763,224.72	948,199.93	2,009,036.45	4,720,461.10
Micro empresa	-	1,551,934.39	858,444.38	2,817,491.61	5,227,870.38
Consumo	-	294,100.96	413,896.76	2,647,793.07	3,355,790.79
Hipotecarios	-	32,283.49	36,365.89	29,798.58	98,447.97
	367,712.98	3,870,692.25	2,256,906.96	7,546,872.25	14,042,184.44

2.4.20. COLABORADORES POR REGION DE LA CMAC HUANCAYO

NUMERO DE COLABORADORES POR REGIÓN 2013	
REGION	Nº
AYACUCHO	67
CUSCO	14
HUANCAVELICA	66
HUANUCO	66
ICA	32
JUNIN	671
LIMA	308
PASCO	64
SAN MARTIN	8
UCAVALI	58
TOTAL	1354

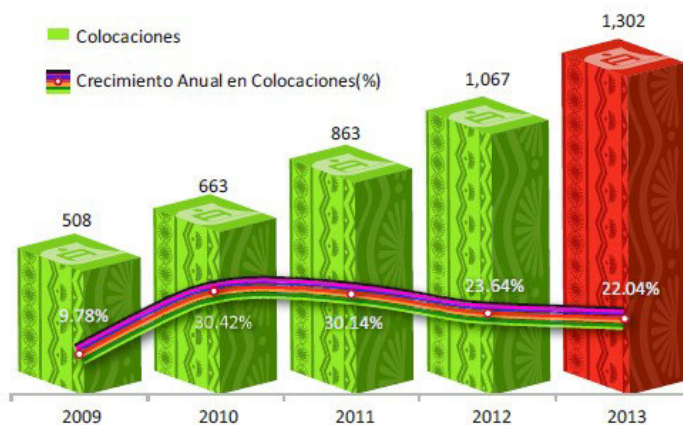
2.4.21. COLABORADORES POR EDAD DE LA CMAC HUANCAYO

COLABORADORES RANGO DE EDAD		
GRUPO DE EDADES	AÑO 2013	AÑO 2012
18 - 25 Años	245	222
26 - 30 Años	483	434
31 - 35 Años	360	294
36 - 40 Años	158	131
41 - 45 Años	44	71
Más de 45 Años	64	24
TOTAL	1354	1176

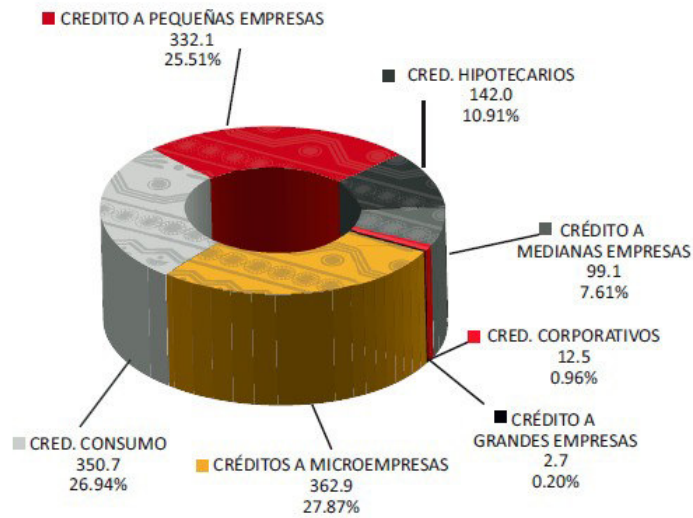
2.4.22. COLABORADORES POR GÉNERO DE LA CMAC HUANCAYO

COLABORADORES POR GÉNERO		
Genero	Al 31 de Diciembre 2013	Al 31 de Diciembre 2012
Colaboradores de Sexo Masculino	711	631
Colaboradores de Sexo Femenino	643	545
TOTAL	1354	1176

2.4.23. EVOLUCION DE LAS COLOCACIONES DE LA CMAC HUANCAYO



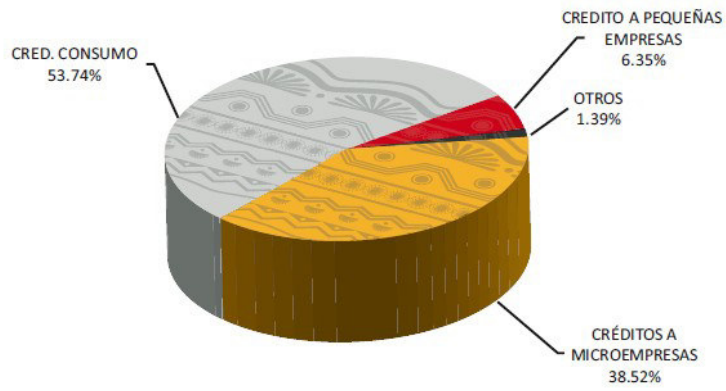
2.4.24. ESTRUCTURA DE COLOCACIONES POR TIPO DE PRODUCTO DE LA CMACHUANCAYO



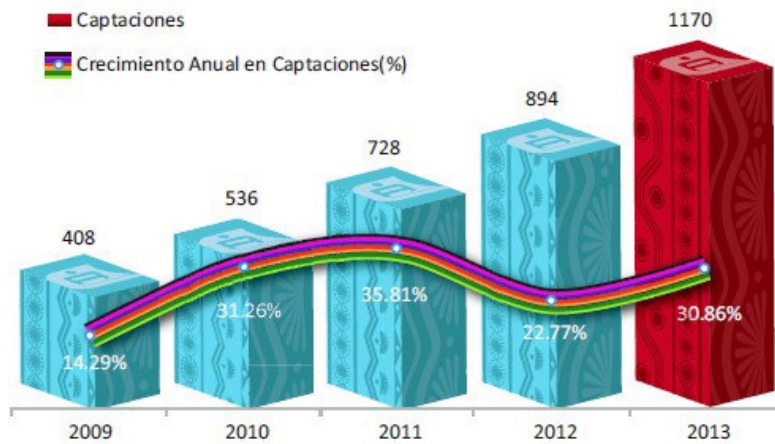
2.4.25. EVOLUCION DEL NUMERO DE CLIENTES DE LA CMAC HUANCAYO



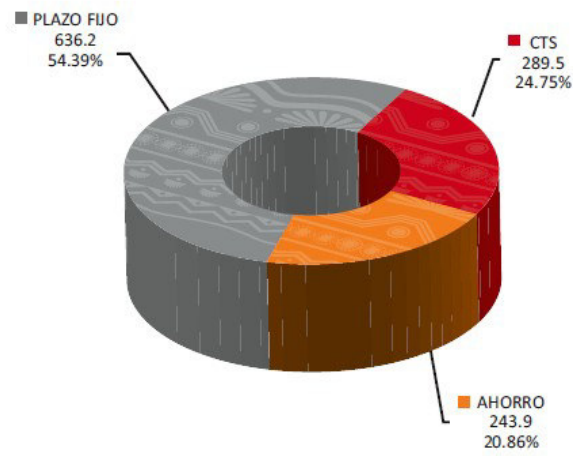
2.4.26. ESTRUCTURA DE CLIENTES POR TIPO DE PRODUCTO DE LA CMAC HUANCAYO



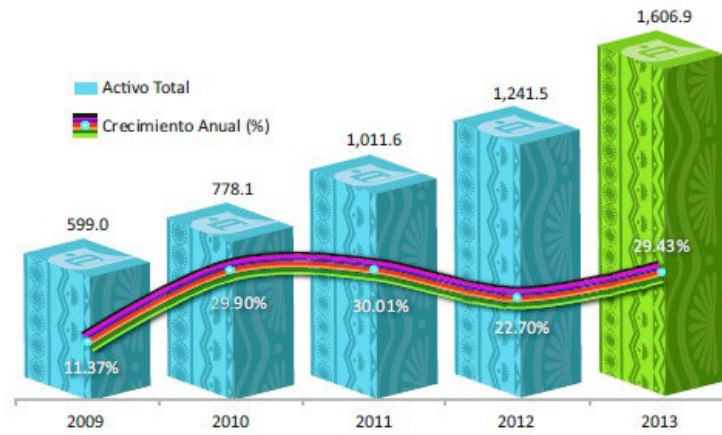
2.4.27. EVOLUCION DE LAS CAPTACIONES DE LA CMAC HUANCAYO



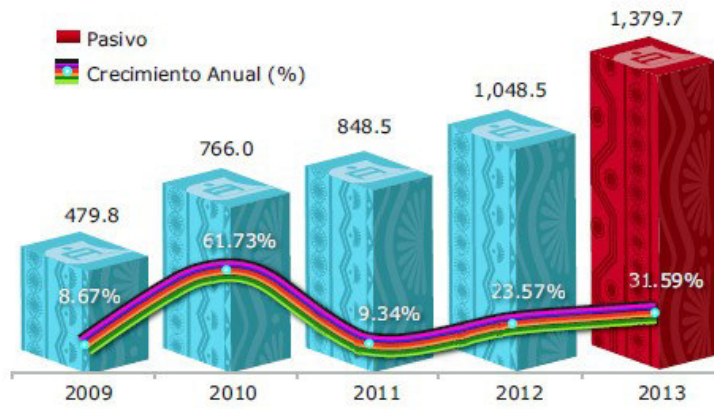
2.4.28. ESTRUCTURA DE LAS CAPTACIONES POR TIPO DE PRODUCTO DE LA CMAC HUANCAYO



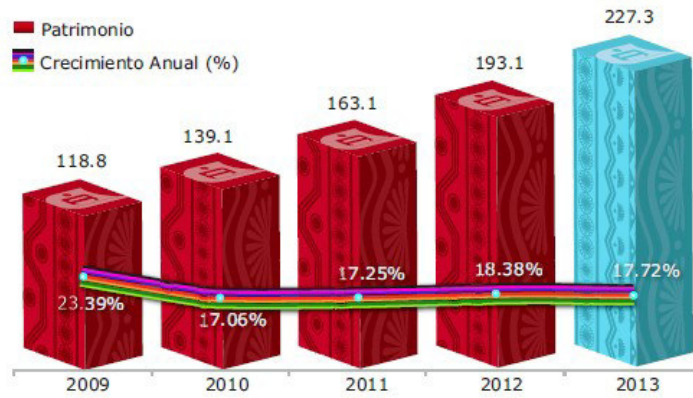
2.4.29. EVOLUCION DEL ACTIVO TOTAL DE LA CMAC HUANCAYO



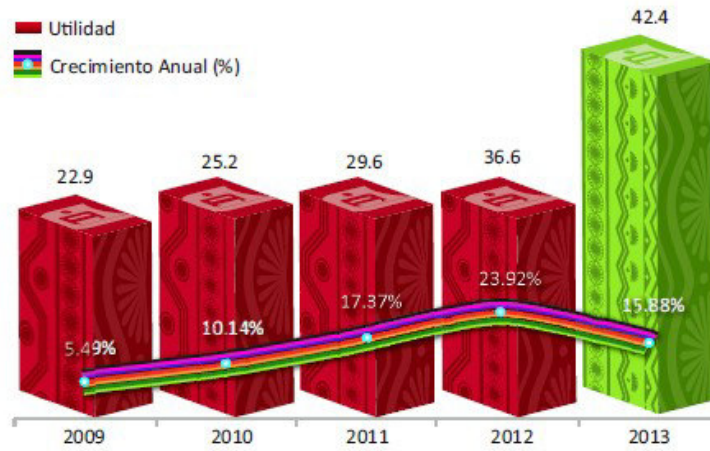
2.4.30. EVOLUCION DEL PASIVO TOTAL DE LA CMAC HUANCAYO



2.4.31. EVOLUCION DEL PATRIMONIO NETO DE LA CMAC HUANCAYO



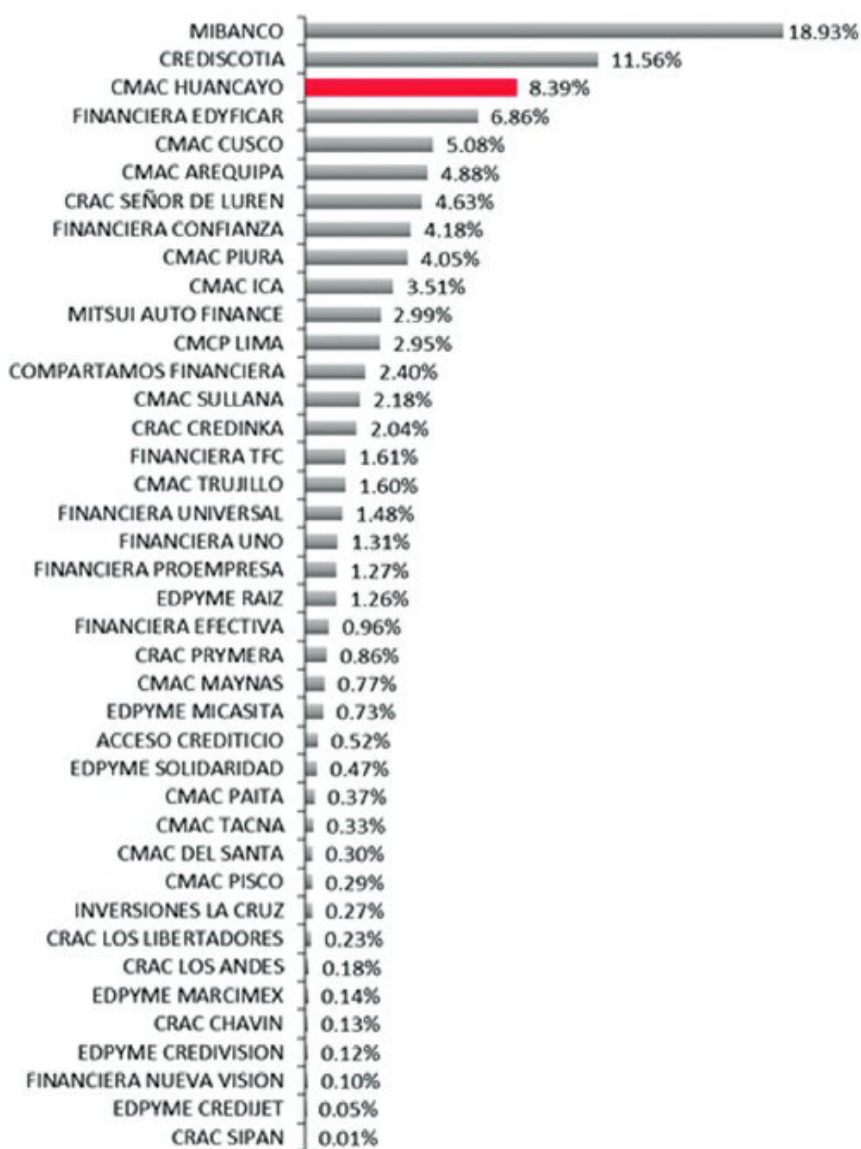
2.4.32. EVOLUCION DE LA UTILIDAD NETA DE LA CMAC HUANCAYO



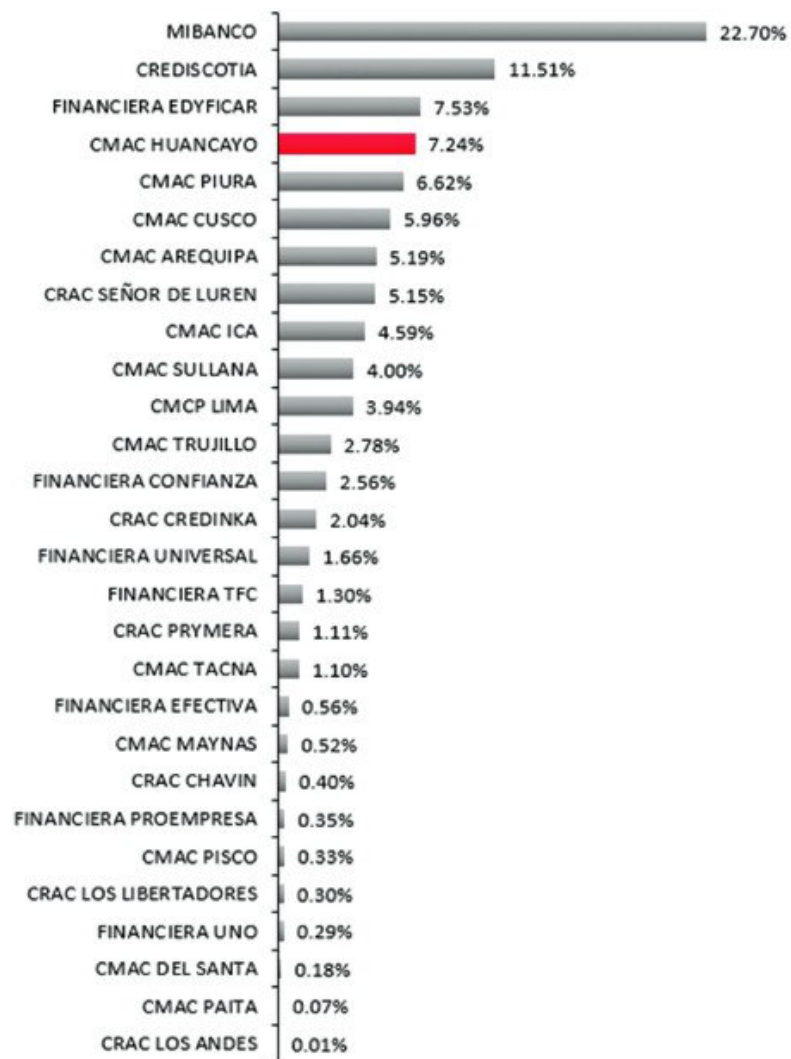
2.4.33. EVOLUCION DEL INDICE DE MOROSIDAD DE LA CMAC HUANCAYO



2.4.34. PARTICIPACION DEL MERCADO EN COLOCACIONES DE LA CMAC HUANCAYO



2.4.35. PARTICIPACION DEL MERCADO EN CAPTACIONES DE LA CMAC HUANCAYO



CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE LA RESULTADOS OBTENIDOS

A continuación, se presentan los resultados obtenidos por cada pregunta de la encuesta, así como una explicación y comentario sobre las preguntas y las respuestas de los encuestados; la encuesta se adjunta en el anexo del presente estudio, se ha diseñado teniendo en cuenta los siguientes aspectos y criterios para obtener la información:

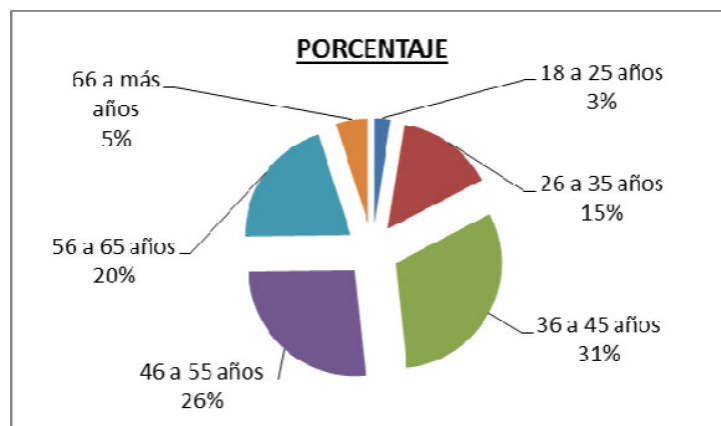
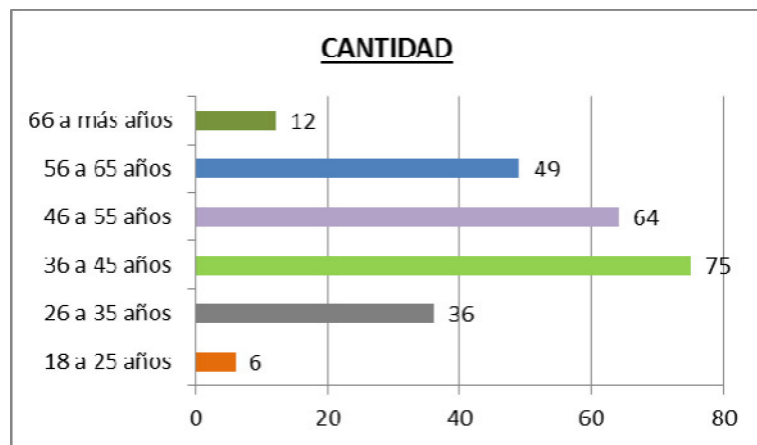
- Para sistematizar los datos obtenidos de la encuesta, se ha realizado conteo simple para las preguntas en general.
- Las preguntas elaboradas en la encuesta son de tipo cerrada, con la finalidad de facilitar la medición de las mismas.
- Las preguntas de la encuesta son para verificar el conocimiento sobre cultura financiera que tienen los clientes, se ha realizado el conteo simple por cada opción, y se ha hecho una tabla de distribución y sus gráficos representativos por cada pregunta a través del programa excel adicionando una explicación lógica de la variante en el total de encuestados.
- Luego analizamos las fichas de datos de cada uno de los clientes de acuerdo a la muestra y pudimos tener los resultados que se muestran también.

3.1. ANÁLISIS DE LA ENCUESTA SOBRE LA VARIABLE CULTURA FINANCIERA

3.1.1. Su edad está comprendida entre:

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
18 a 25 años	6	2.48%
26 a 35 años	36	14.88%
36 a 45 años	75	30.99%
46 a 55 años	64	26.45%
56 a 65 años	49	20.25%
66 a más años	12	4.96%
TOTAL	242	100.00%

La mayoría de los clientes de la agencia CMAC El Tambo cuentan con una edad promedio entre 36 a 45 años, lo que nos indica este resultado es la encuesta con un 30.99% de ellos que cuentan con esta edad.

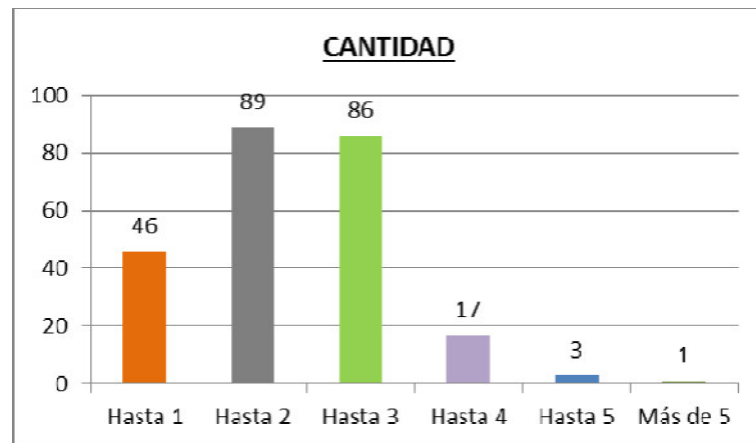


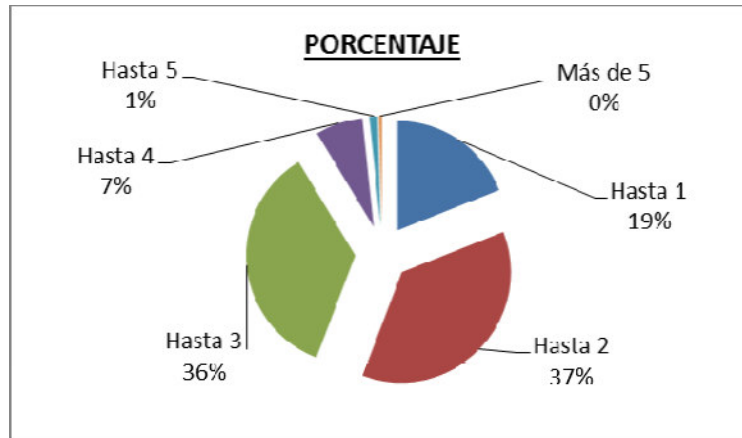
3.1.2. ¿En cuántas instituciones financieras tiene créditos usted?

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Hasta 1	46	19.01%
Hasta 2	89	36.78%
Hasta 3	86	35.54%
Hasta 4	17	7.02%
Hasta 5	3	1.24%
Más de 5	1	0.41%
TOTAL	242	100.00%

Los clientes de la agencia CMAC El Tambo, su gran mayoría tienen entre 2 y 3 créditos cada uno, es decir algunos cuentan con 2 créditos y otras personas cuentan hasta con 3 créditos, esto en diferentes instituciones financieras, siendo estos representados con un total de 36.78% y 35.54% respectivamente.

Algunos de ellos tienen incluso hasta más de 5 créditos, debemos de tener en cuenta que la caja solo otorga créditos a los clientes que tengan 3 créditos, los que tienen más de 3 están sujetos a otra evaluación mucho mas detallada.

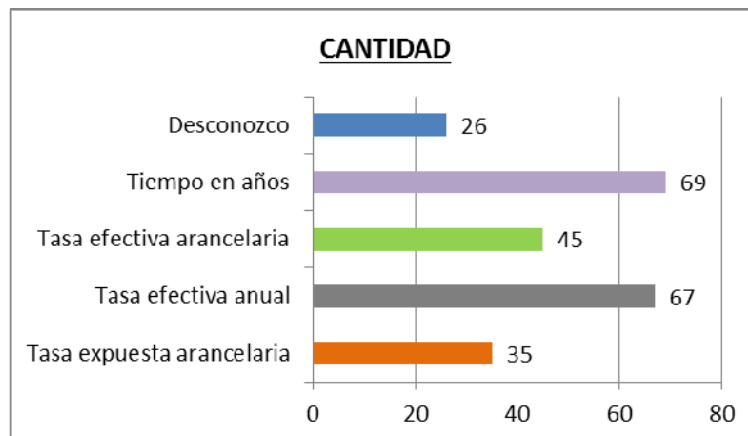


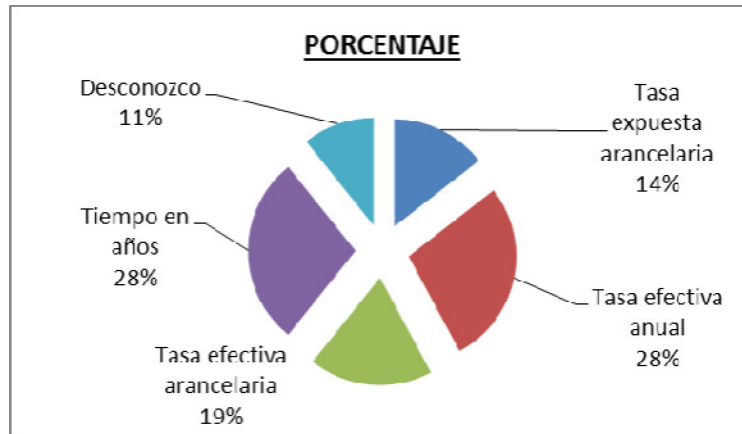


3.1.3. ¿Conoce usted el significado de TEA?

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Tasa expuesta arancelaria	35	14.46%
Tasa efectiva anual	67	27.69%
Tasa efectiva arancelaria	45	18.60%
Tiempo en años	69	28.51%
Desconozco	26	10.74%
TOTAL	242	100.00%

Podemos saber de los clientes de la agencia CMAC El Tambo, su gran mayoría desconoce su significado, siendo esto un gran aporte de lo que significa la cultura o educación financiera, esto se ve reflejado que con un 27.69% las personas si conocen lo que significa la TEA, en cambio la diferencia, es decir, 72.31% no conocen su significado y no le dan importancia al momento de sus créditos.

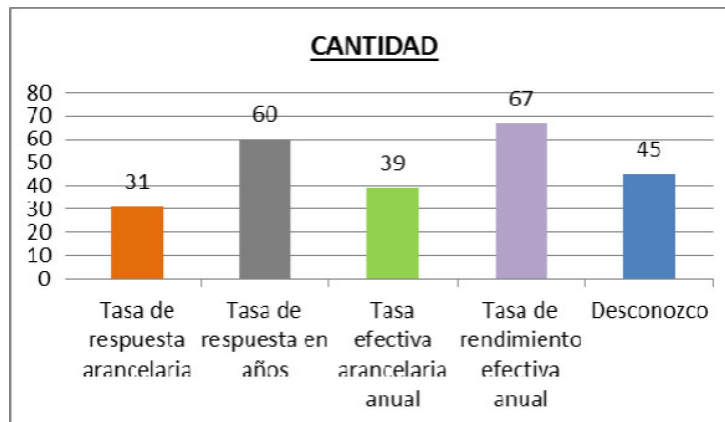


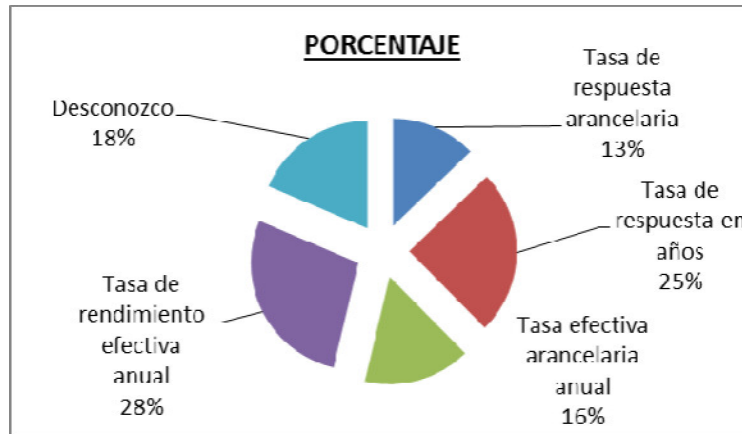


3.1.4. ¿Conoce usted el significado de TREA?

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Tasa de respuesta arancelaria	31	12.81%
Tasa de respuesta en años	60	24.79%
Tasa efectiva arancelaria anual	39	16.12%
Tasa de rendimiento efectiva anual	67	27.69%
Desconozco	45	18.60%
TOTAL	242	100.00%

Si en la pregunta anterior teníamos un resultado bastante desfavorable sobre la cultura financiera respecto a la TEA, en esta pregunta el resultado es muy similar, ya que solo un 27.69% de las personas conocen lo que significa la TREA, lo que nos indica que posiblemente tendrán problemas en los momentos de trabajar con ahorros en el sistema financiero.

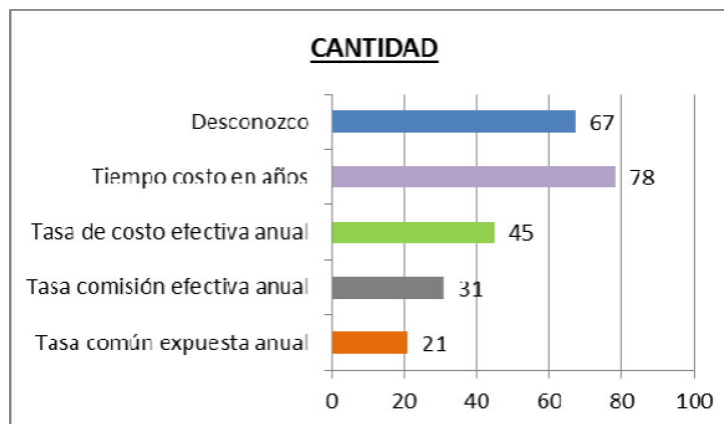


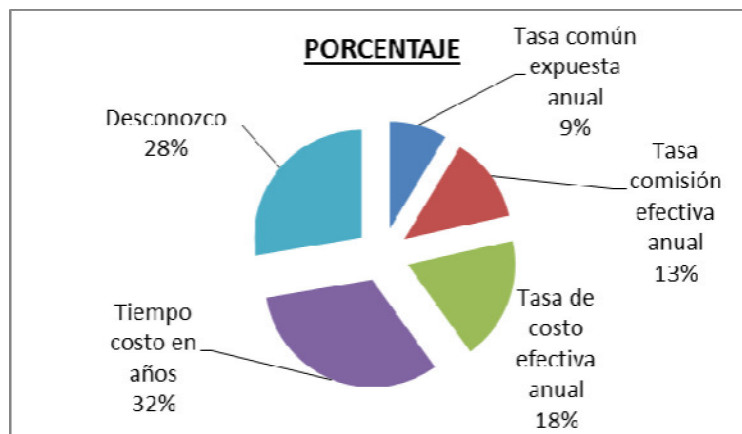


3.1.5. ¿Sabe qué significad TCEA?

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Tasa común expuesta anual	21	8.68%
Tasa comisión efectiva anual	31	12.81%
Tasa de costo efectiva anual	45	18.60%
Tiempo costo en años	78	32.23%
Desconozco	67	27.69%
TOTAL	242	100.00%

Respecto a la TCEA la respuesta también es muy baja en cuanto a su conocimiento y significado por parte de los clientes, tenemos en esta pregunta que solo un 18.60% conocen de ella y un 81.40% desconocen a que se refiere o trata, siendo esto muy perjudicial porque definitivamente les traerá problemas al momento de contratar un crédito.



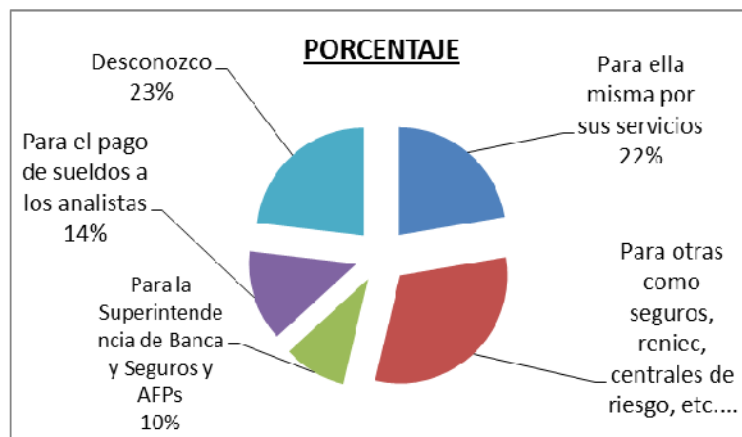
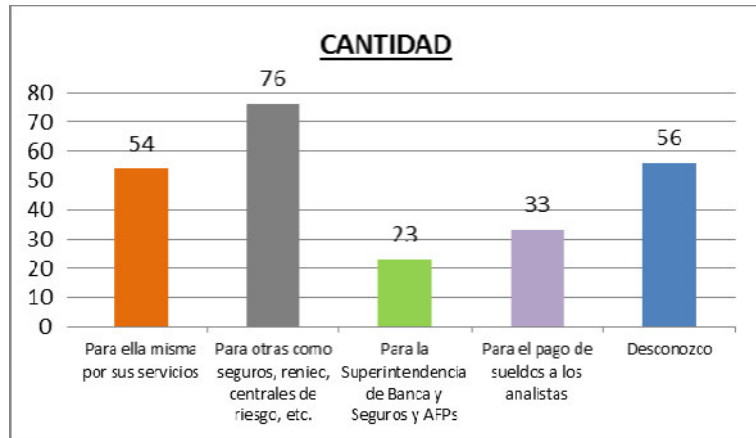


3.1.6. ¿Comprende usted que son las COMISIONES FINANCIERAS, montos que nos cobra la institución financiera para...?

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Para ella misma por sus servicios	54	22.31%
Para otras como seguros, reniec, centrales de riesgo, etc.	76	31.40%
Para la Superintendencia de Banca y Seguros y AFPs	23	9.50%
Para el pago de sueldos a los analistas	33	13.64%
Desconozco	56	23.14%
TOTAL	242	100.00%

De igual manera, otro punto importante dentro de la cultura financiera es el de las comisiones financieras, concepto importante al momento de contratar un crédito o de depositar ahorros en el sistema financiero, ya que nos permitirá saber en cuantas comisiones y cuanto nos cuesta esto dentro de nuestras operaciones.

Encontramos que en la agencia El Tambo los clientes conocen el significado de comisiones financieras solo en un 31.40% y la diferencia que son 68.60% no lo conocen.



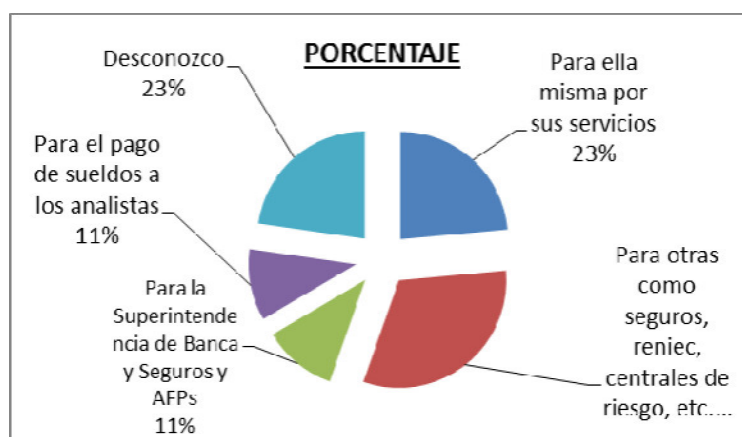
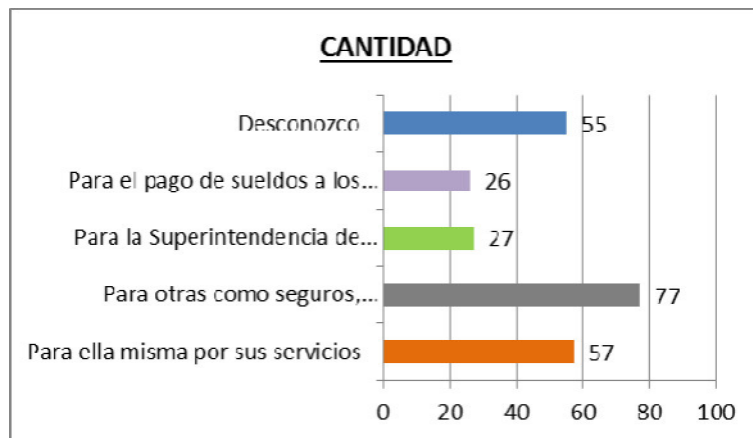
3.1.7. ¿Conoce el significado de COSTOS FINANCIEROS, montos que nos cobra la institución financiera para...?

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Para ella misma por sus servicios	57	23.55%
Para otras como seguros, reniec, centrales de riesgo, etc.	77	31.82%
Para la Superintendencia de Banca y Seguros y AFPs	27	11.16%
Para el pago de sueldos a los analistas	26	10.74%
Desconozco	55	22.73%
TOTAL	242	100.00%

Al igual que en la pregunta anterior, los costos financieros son desconocidos por los clientes en un 68.18% del total de los clientes, siendo solo conocido por el 31.82% de ellos.

Esto es muy importante porque le permite conocer al cliente todo lo que la

institución financiera le cobra para otras instituciones, como son seguros, reniec, centrales de riesgo, entre otros costos que se incurren y que al final los clientes somos los que pagamos a las instituciones, lo que hace que nuestro crédito crezca en costos y nuestra cuota mensual sea mayor a lo esperado.



3.1.8. ¿Entiende el concepto de una QUEJA hacia una empresa, es una acción que realizamos porque...?

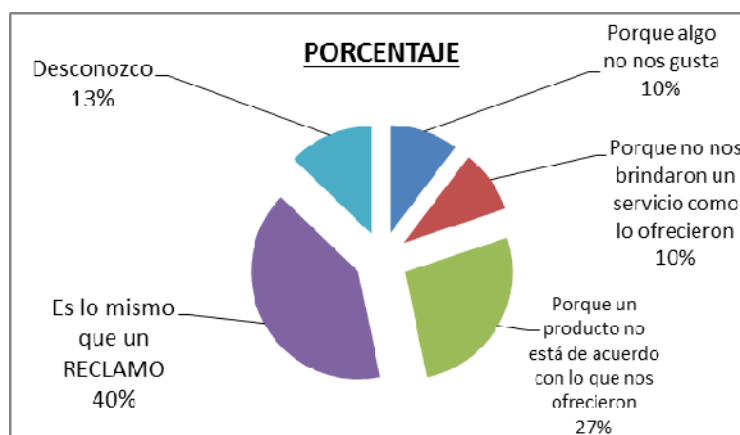
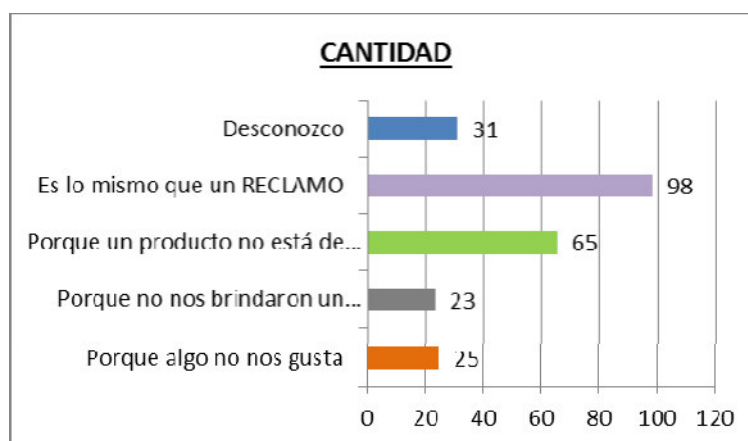
DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Porque algo no nos gusta	25	10.33%
Porque no nos brindaron un servicio como lo ofrecieron	23	9.50%
Porque un producto no está de acuerdo con lo que nos ofrecieron	65	26.86%
Es lo mismo que un RECLAMO	98	40.50%
Desconozco	31	12.81%
TOTAL	242	100.00%

Otro aspecto muy importante es el llamado a como los clientes podemos hacer respetar nuestros derechos ante las instituciones financieras, por ejemplo una

herramienta básica y que nos ayuda a que nuestros derechos sean respetados y no se vulneren viene a ser el Libro de Reclamaciones, en el cual se pueden interponer quejas o reclamos a una institución.

En este punto los clientes solo respondieron que si en un 9.50% del total de encuestados, lo que significa que el 90.50% no sabe exactamente que es una queja.

Muchos de ellos lo que hacen es confundir una queja con un reclamo, algo que tiene dos connotaciones diferentes.

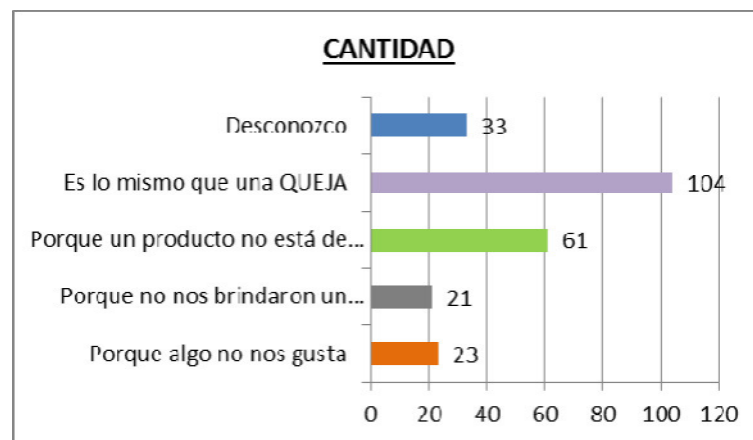


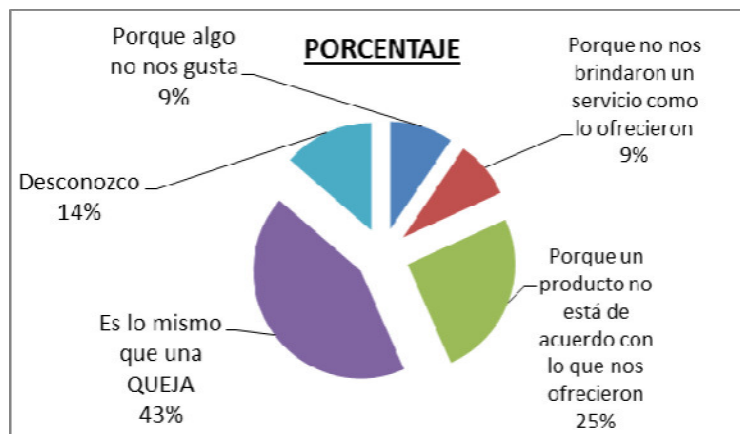
3.1.9. ¿Conoce el significado de un RECLAMO, es una acción que realizamos porque...?

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Porque algo no nos gusta	23	9.50%
Porque no nos brindaron un servicio como lo ofrecieron	21	8.68%
Porque un producto no está de acuerdo con lo que nos ofrecieron	61	25.21%
Es lo mismo que una QUEJA	104	42.98%
Desconozco	33	13.64%
TOTAL	242	100.00%

Complementando la pregunta anterior, en esta consulta se le refirió si conocían que era un reclamo, a lo que la mayoría de clientes respondió que un reclamo era lo mismo que una queja, ello con un 42.98%, respondiendo bien solo un grupo de clientes con un porcentaje de 25.21% del total.

Esto nos demuestra también que la cultura financiera de los clientes es baja, ya que trabajan con el sistema financiero pero no lo conocen al detalle o por lo menos los aspectos que le deben de interesar no los conocen.





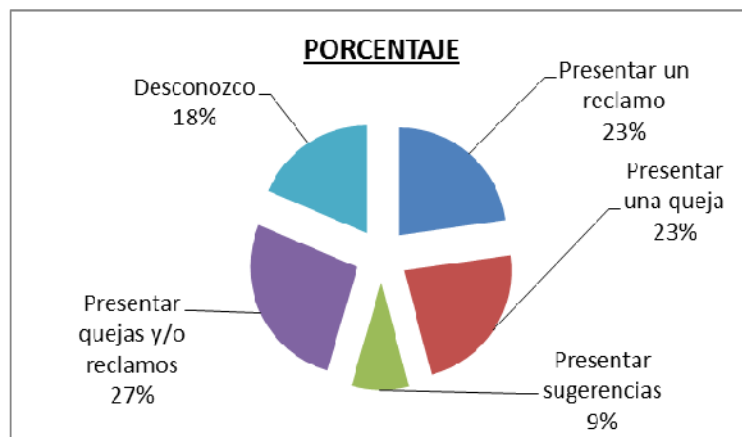
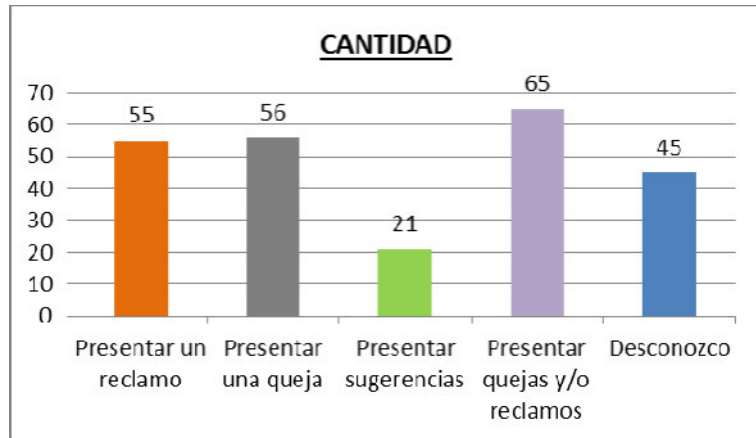
3.1.10. ¿Sabe usted para qué sirve el LIBRO DE RECLAMACIONES?

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Presentar un reclamo	55	22.73%
Presentar una queja	56	23.14%
Presentar sugerencias	21	8.68%
Presentar quejas y/o reclamos	65	26.86%
Desconozco	45	18.60%
TOTAL	242	100.00%

Si los clientes desconocían los conceptos de queja y reclamo en su mayoría, en este punto podemos apreciar que el 18.60%, es decir casi una quinta parte de los clientes no tiene idea del Libro de Reclamaciones, es decir, ni siquiera conocen de su existencia y por lo tanto menos de para qué sirve esta herramienta muy importante para los clientes.

Solo un 26.86% refiere con exactitud que un Libro de Reclamaciones les permite presentar una queja o un reclamo dentro de las instituciones financieras.

Además, debemos mencionar que este libro no solo nos permite presentar quejas o reclamos ante las instituciones financieras, sino ante cualquier institución que tenga acceso o atención directa al público.



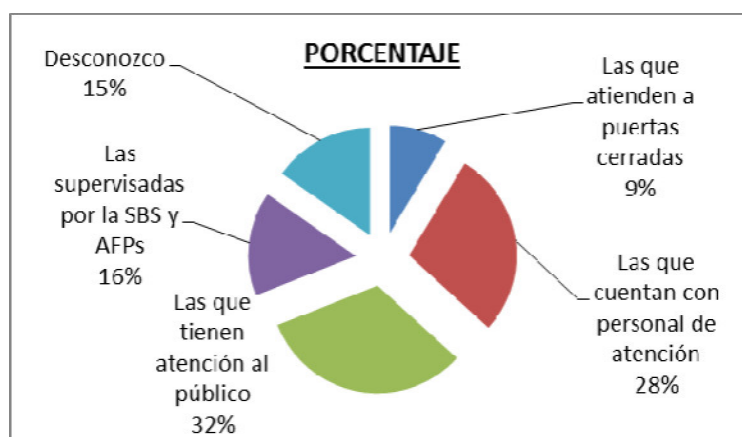
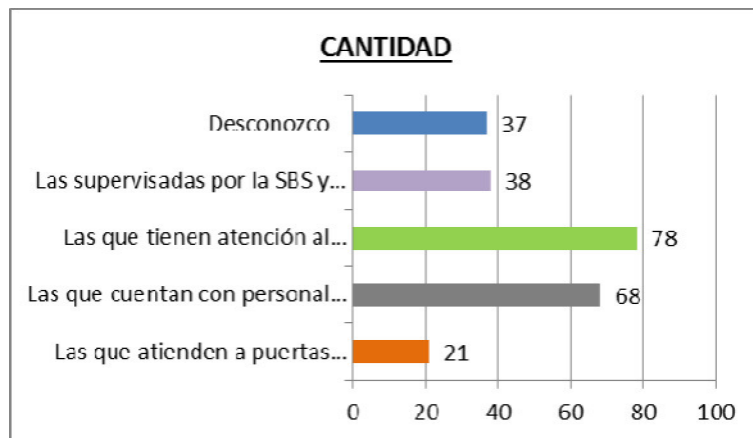
3.1.11. ¿Está usted enterado qué instituciones están obligadas a tener el LIBRO DE RECLAMACIONES?

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Las que atienden a puertas cerradas	21	8.68%
Las que cuentan con personal de atención	68	28.10%
Las que tienen atención al público	78	32.23%
Las supervisadas por la SBS y AFPs	38	15.70%
Desconozco	37	15.29%
TOTAL	242	100.00%

La ausencia de la cultura financiera o educación financiera es muy evidente, ya que en el caso de los clientes de la caja el 32.23% refiere que efectivamente conocen o están enterados quienes están obligados a llevar el libro de reclamaciones.

Por el contrario, un 67.77% refiere que no tienen conocimiento que instituciones están obligadas a llevar este libro o tienen una idea errada de su obligatoriedad.

Como mencionamos líneas arriba, este libro lo deben de llevar de manera obligatoria todas las instituciones, empresas, negocios, tiendas entre otros, que tengan atención al público en sus instalaciones, tanto instituciones públicas como instituciones privadas.



3.1.12. ¿Sabe ante quien reclamar o quejarse ante un mal servicio o producto de una institución financiera?

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
INDECOPI	123	50.83%
Defensor del cliente en la misma institución	27	11.16%
ASPEC	45	18.60%
Poder judicial	12	4.96%
Defensoría del pueblo	17	7.02%
Desconozco	18	7.44%
TOTAL	242	100.00%

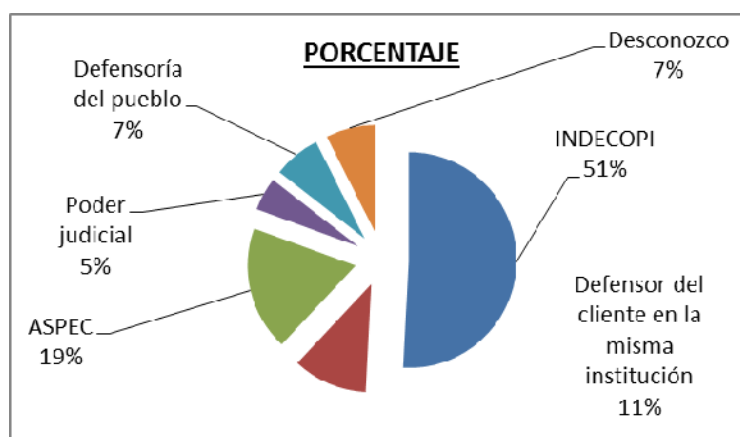
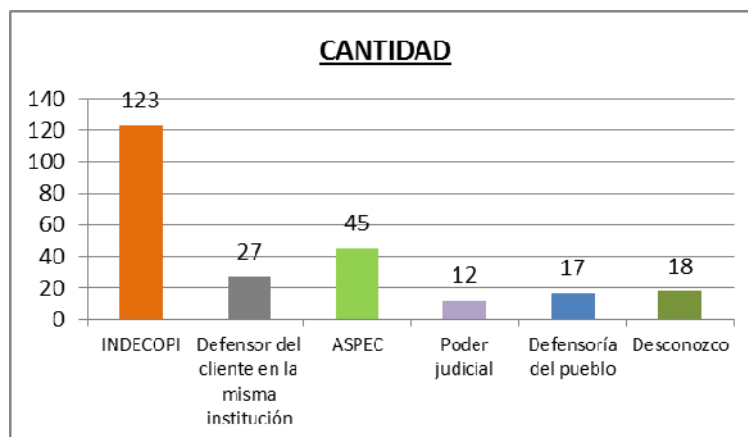
Otro concepto errado de los clientes en general y sobre todo de los clientes de la

agencia El Tambo de la Caja Huancayo es que desconocen a quien se deben de quejar si tuvieran algún mal servicio o producto de una institución financiera.

La mayoría de clientes, al no tener cultura financiera o educación financiera, creen que el lugar adecuado para quejarse es INDECOPI.

Como debemos saber, la primera instancia donde uno debe de quejarse ante un mal servicio o un producto no adecuado al que se ofreció en una institución financiera es dentro de la misma institución, ya que todas las instituciones por ley tienen una oficina de atención al cliente o usuario, la misma que está encargada de velar por el fiel y estricto cumplimiento de las normas establecidas para tal fin.

En este caso un 50.83% de clientes dice que es lo ideal quejarse ante INDECOPI ante un problema en una institución financiera y solo el 11.16% tiene la idea clara que el lugar correcto de una queja o reclamo ante un producto es la misma institución.



3.1.13. ¿Conoce usted el significado de seguro de desgravamen?

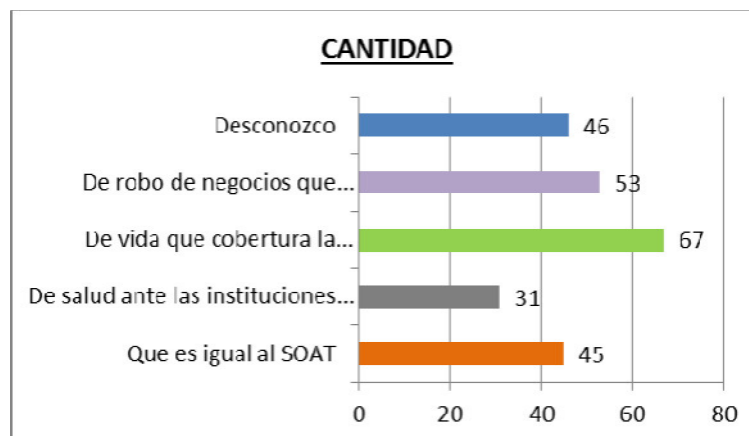
DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Que es igual al SOAT	45	18.60%
De salud ante las instituciones financieras	31	12.81%
De vida que cobertura la muerte del titular con la cancelación del saldo total del crédito	67	27.69%
De robo de negocios que cobertura el saldo total del crédito	53	21.90%
Desconozco	46	19.01%
TOTAL	242	100.00%

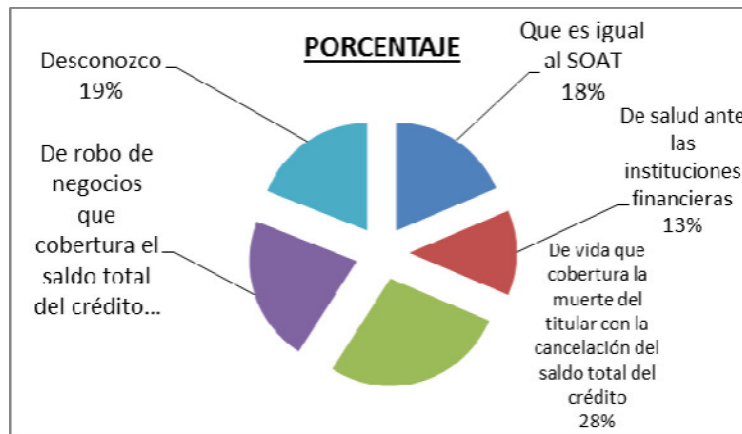
Otro aspecto muy importante en la cultura financiera es que los clientes deben de saber que tomar un seguro de desgravamen es algo voluntario y se debe informar de manera adecuada a los clientes su beneficio y el porqué de su cobro, lo que no hacen las instituciones y mucho menos los clientes lo preguntamos o consultamos.

El seguro de desgravamen es aquel seguro que cobertura a los deudos de un cliente ante su fallecimiento, la cobertura implica que la deuda será cancelada por la empresa aseguradora, es decir el saldo total del crédito es cancelado por la aseguradora, quedando los deudos del cliente sin deuda al fallecer el titular.

Esto es conocido por los clientes en un 27.69% y la diferencia, es decir 72.31% desconocen para que sirve un seguro de desgravamen.

Incluso hoy en día los analistas de crédito de las instituciones financieras, no solo de la caja sino en general, hacen firmar a los clientes la póliza de seguros y le dicen que es obligatorio y que si no lo firman no les darán el crédito, lo cual es falso ya que el seguro es opcional.





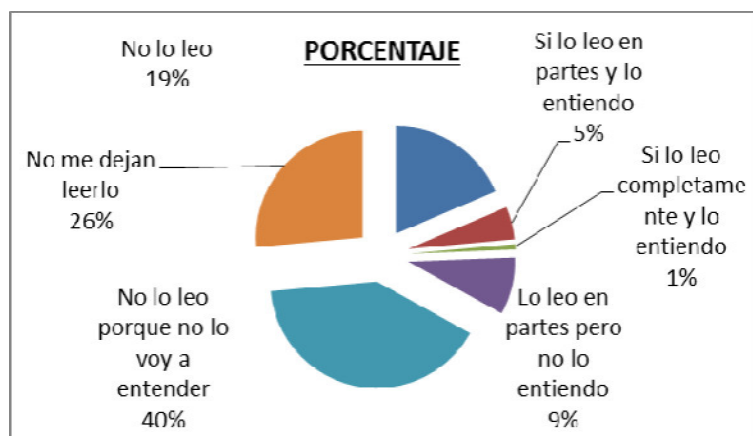
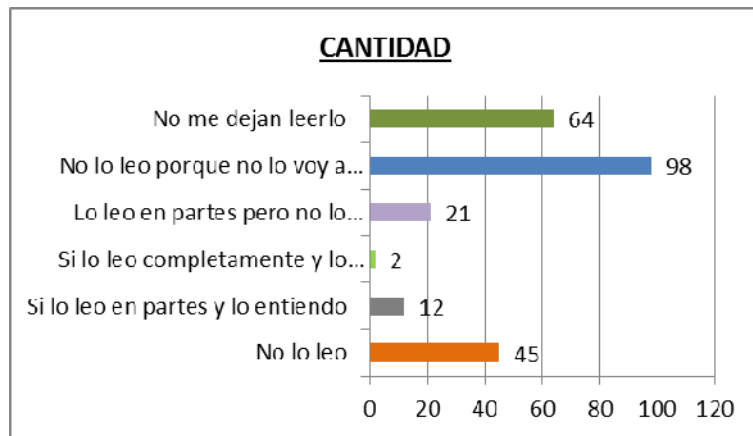
3.1.14. ¿Cuándo usted compra un bien, contrata un crédito, un seguro o cualquier tipo de contrato, lee usted todo el documento de contrato y lo comprende bien?

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
No lo leo	45	18.60%
Si lo leo en partes y lo entiendo	12	4.96%
Si lo leo completamente y lo entiendo	2	0.83%
Lo leo en partes pero no lo entiendo	21	8.68%
No lo leo porque no lo voy a entender	98	40.50%
No me dejan leerlo	64	26.45%
TOTAL	242	100.00%

Otro problema que encontramos cuando un cliente toma un crédito es que los contratos, pagares, documentos contractuales uy otros no son leídos por los prestatarios.

Esto se debe a dos razones fundamentales, una porque no tienen tiempo necesario para leerlo; y la segunda y más importante, porque al leerlo no lo comprenden.

Esto se debe a que los términos de los documentos del crédito generalmente son técnicos y por ello el común de los clientes no lo puede leer, eso es lo que se verifico al obtener 40.50% de clientes dicen que no lo leen porque si lo leen no lo entenderá, solo el 0.83% de clientes indica que lo lee completamente y entiende bien, lo que no indica que la cultura financiera se encuentra muy débil en los clientes de la caja.



3.1.15. ¿Cuándo usted compra un bien, contrata un crédito, un seguro o cualquier tipo de contrato, le informan bien y le explican todas las condiciones al detalle de lo que usted?

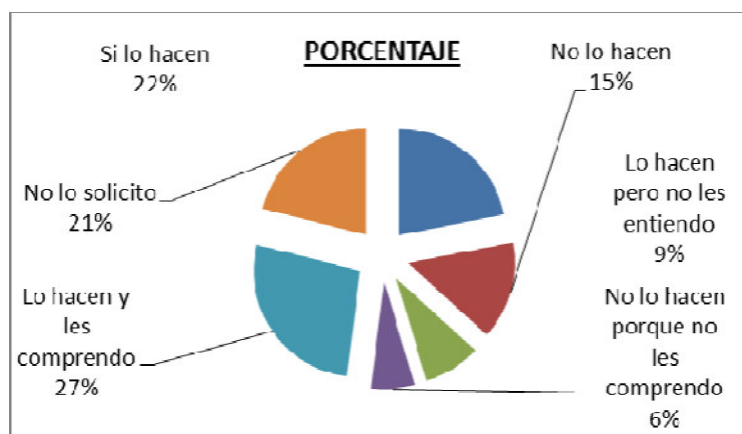
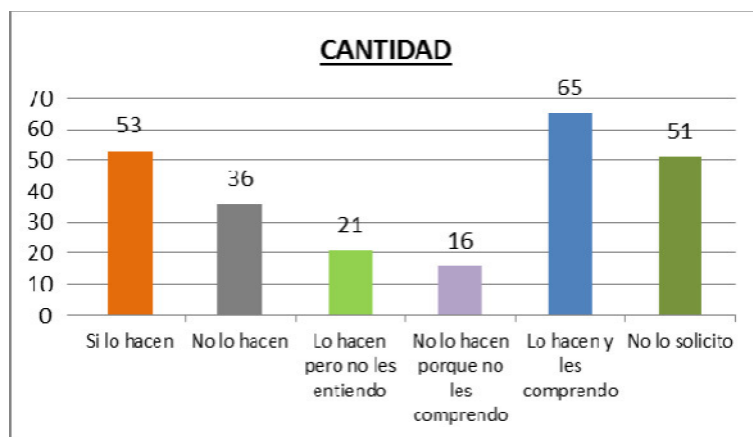
DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si lo hacen	53	21.90%
No lo hacen	36	14.88%
Lo hacen pero no les entiendo	21	8.68%
No lo hacen porque no les comprendo	16	6.61%
Lo hacen y les comprendo	65	26.86%
No lo solicito	51	21.07%
TOTAL	242	100.00%

Otro problema que se encontró en la investigación es que al contratar un crédito no se nos explica detalladamente los términos y condiciones de mismo, es decir, se nos indica de manera general.

No se nos explica por ejemplo el cómo se calcula en interés, como se calculan

las moras, las penalidades, comisiones, gastos, entre otros.

Esto se puede corroborar con el 14.44% de clientes que indican que no se les explica de manera detallada las condiciones contractuales, por el contrario, existe un 21.07% de clientes que no lo solicitan o no les indican a los analistas de crédito que se les explique de manera detallada las condiciones del mismo.



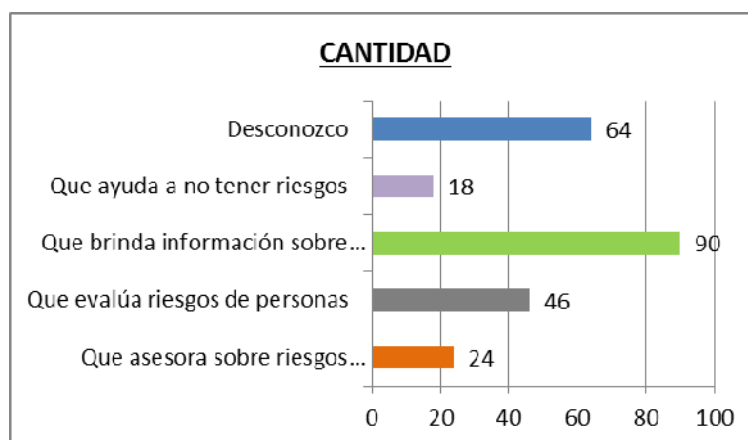
3.1.16. ¿Sabe usted qué es una CENTRAL DE RIESGO, es una institución que...?

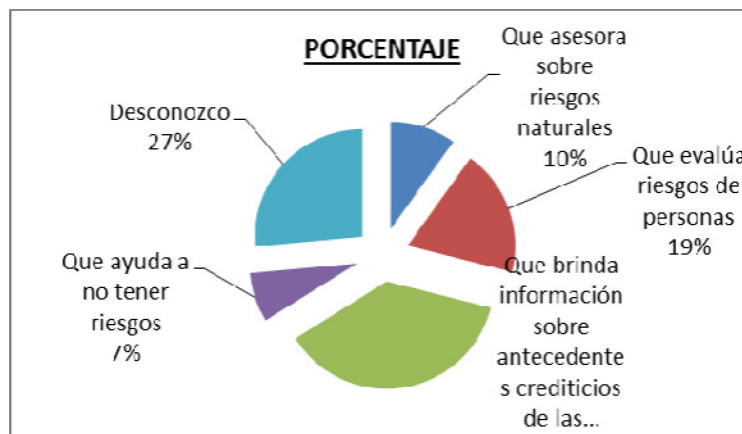
DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Que asesora sobre riesgos naturales	24	9.92%
Que evalúa riesgos de personas	46	19.01%
Que brinda información sobre antecedentes crediticios de las personas	90	37.19%
Que ayuda a no tener riesgos	18	7.44%
Desconozco	64	26.45%
TOTAL	242	100.00%

En cuanto a las centrales de riesgo, las personas o clientes de la caja indican con exactitud que es una central de riesgos en un 37.19%, es decir, la mayoría de clientes saben que viene a ser una central de riesgos como concepto o como tema, otro rubro importante es que los clientes en un 26.45% indican que desconocen sobre la central de riesgos, es decir, no saben que es ni para qué sirve una central de riesgos a una persona.

Hoy en día la importancia de la central de riesgos es prioritaria, ya que un cliente con un antecedente crediticio malo o con informes de créditos negativos, no podrá ser sujeto de crédito, incluso hoy en día existe una norma que indica que las personas con deudas por omisión familiar, aquellos que tienen hijos y no les pasan su mantención mensual, también serán informados a las centrales de riesgo.

También debemos de tener en cuenta que la mayoría de empresas del sector comercial vienen trabajando con las centrales de riesgo para que les informen sobre la calidad crediticia de sus trabajadores, siendo esto para que aquellos que no cuenten con una calificación positiva en las centrales de riesgo tampoco podrán acceder a trabajos adecuados.





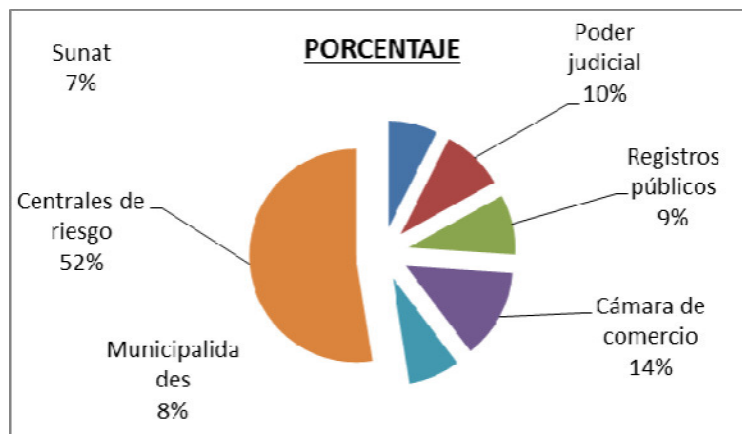
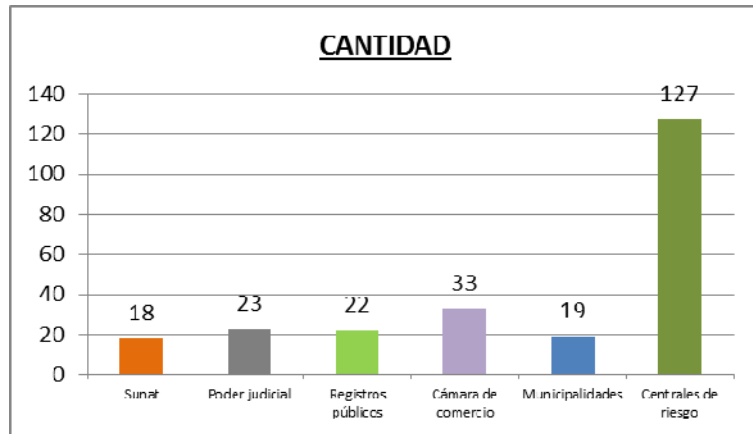
3.1.17. ¿Si una persona no cumple con pagar sus créditos en instituciones financieras, comerciales u otros, a donde es informado como moroso?

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Sunat	18	7.44%
Poder judicial	23	9.50%
Registros públicos	22	9.09%
Cámara de comercio	33	13.64%
Municipalidades	19	7.85%
Centrales de riesgo	127	52.48%
TOTAL	242	100.00%

El conocimiento de los clientes sobre a donde son informados como morosos también se evaluó en la caja, ya que existen un 7.44% que todavía cree que el informe de morosidad de créditos se hace a la sunat,

Por el contrario, existe una gran mayoría de clientes que indica que si se reportan a las centrales de riesgo a los clientes morosos, siendo este porcentaje un total de 52.48%.

Esto nos indica que efectivamente gran parte de los clientes si sabe que al no pagar puntualmente las cuotas de sus créditos serán informados a las centrales de riesgo, lo que hará que no puedan tener acceso al crédito en ninguna otra institución financiera ni tampoco en otra institución comercial que se dedique a los créditos.



3.1.18. ¿Escuchó usted sobre alguna de estas instituciones?, puede elegir varias si fuera el caso.

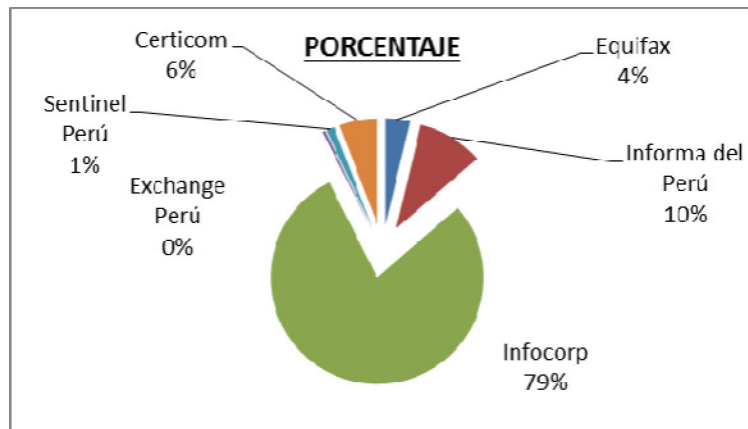
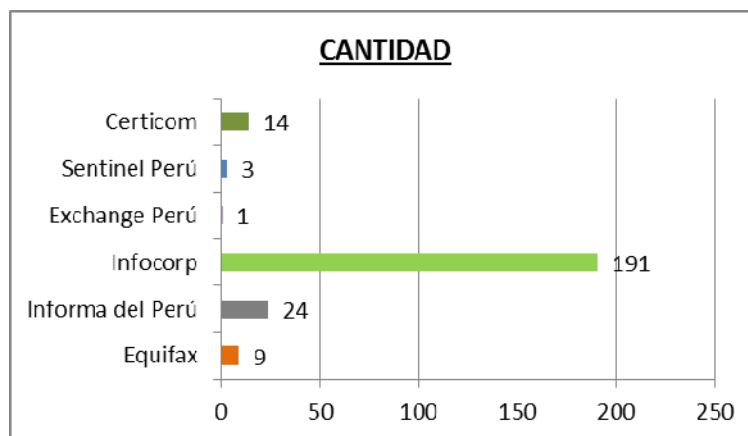
DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Equifax	9	3.72%
Informa del Perú	24	9.92%
Infocorp	191	78.93%
Exchange Perú	1	0.41%
Sentinel Perú	3	1.24%
Certicom	14	5.79%
TOTAL	242	100.00%

Respecto al conocimiento exacto de las centrales de riesgo que trabajan en el Perú, existe también un problema en ese aspecto, ya que los clientes no tienen idea de lo que pasa en cada una de las empresas que se dedican a trabajar con información de los antecedentes crediticios de los clientes.

Un total de 78.93% tiene indica que la central de riesgo más conocida o de la

que escucho su nombre es Infocorp, lo cual es errado ya que esta empresa no existe, fue una de las iniciadoras en trabajar como centrales de riesgo o trabajar con información crediticia de las personas, pero hoy en día ya no existe.

Existen actualmente varias instituciones tanto públicas como privadas, siendo las más conocida y fuerte en el ámbito de centrales de riesgo Equifax, que es la que se viene absorbiendo a las demás y desea tener el control total de las centrales de riesgo en el Perú y fuera de él.



3.2. ANÁLISIS DE LA FICHA DE TRABAJO SOBRE LA VARIABLE GESTIÓN CREDITICIA

3.2.1. Cartera por número de clientes:

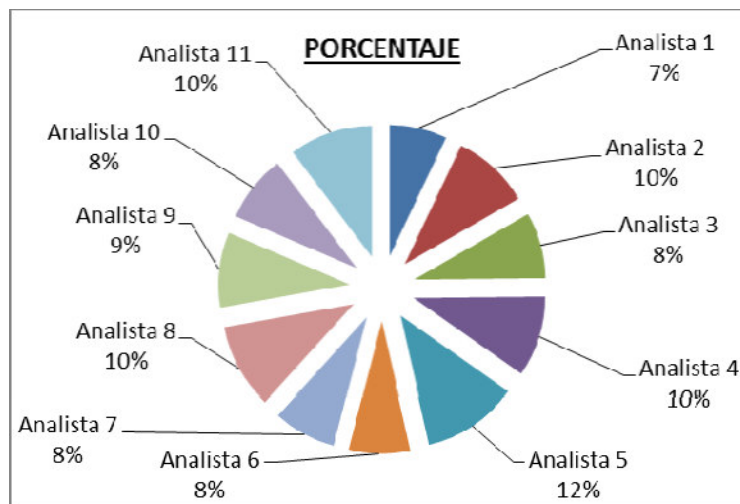
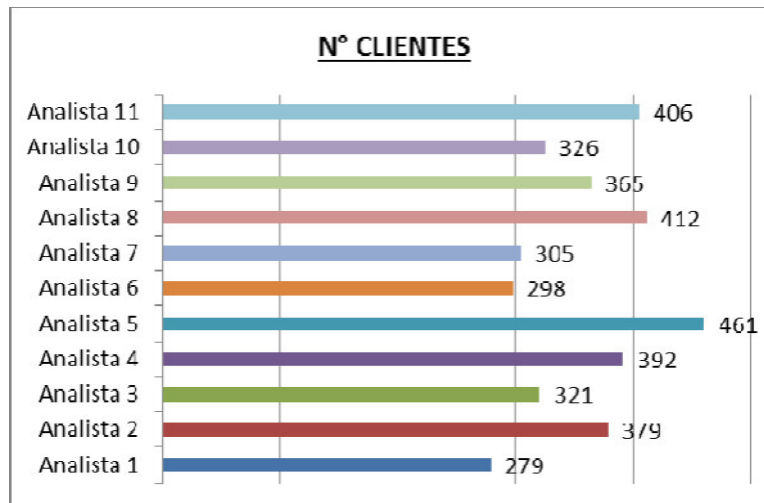
DETALLE	N° CLIENTES	PORCENTAJE
Analista 1	279	7.07%
Analista 2	379	9.61%
Analista 3	321	8.14%
Analista 4	392	9.94%
Analista 5	461	11.69%
Analista 6	298	7.56%
Analista 7	305	7.73%
Analista 8	412	10.45%
Analista 9	365	9.25%
Analista 10	326	8.27%
Analista 11	406	10.29%
TOTAL	3,944	100.00%

En cuanto al análisis sobre la variable de la gestión crediticia, establecemos primero la cartera total de clientes, la misma que por razones de seguridad y confidencialidad, la caja no nos autoriza a mostrar los nombres de los analistas de crédito.

Por ello es que a partir de este punto los analistas serán conocidos como analista1, analista2, etc.

La mayor cantidad de clientes la tiene un analista cuya cartera está compuesta por 461 clientes que hacen un total de 11.69% del total, asimismo la cartera de clientes con menor número es de 279 clientes que son un total de 7.07% de clientes.

Debemos mencionar en este punto que la cartera de clientes viene a ser la relación detallada de los clientes que cada uno de los analistas trabaja, es decir, a quienes se les otorgó un crédito y tienen algún saldo del crédito por devolver.



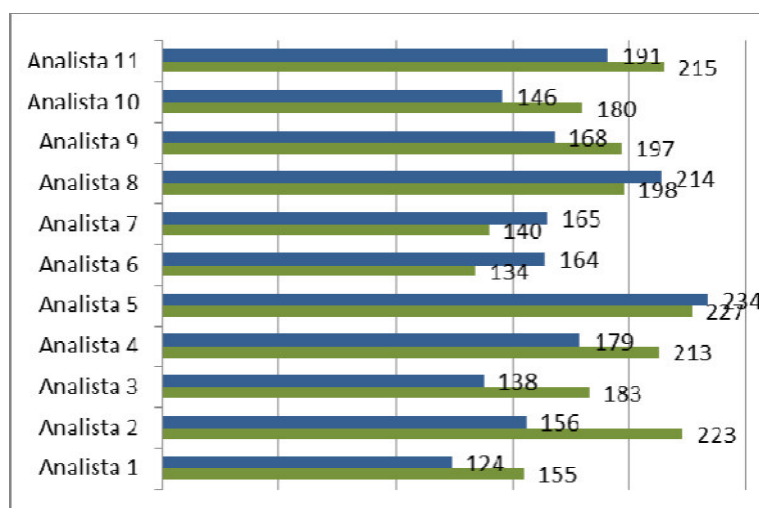
3.2.2. Cartera por género de clientes:

DETALLE	MASCULINO	FEMENINO	N° CLIENTES
Analista 1	124	155	279
Analista 2	156	223	379
Analista 3	138	183	321
Analista 4	179	213	392
Analista 5	234	227	461
Analista 6	164	134	298
Analista 7	165	140	305
Analista 8	214	198	412
Analista 9	168	197	365
Analista 10	146	180	326
Analista 11	191	215	406
TOTAL	1,879	2,065	3,944

En cuanto al género de clientes en la caja, la mayor cantidad de clientes en género son los clientes del género femenino, con una cantidad de 2,065 clientes.

El analista con mayor número de clientes mujeres cuenta en su cartera de clientes con 227 clientas y el analista con menor número de mujeres en su cartera cuenta con 134 clientes mujeres.

Respecto a los clientes varones el analista con mayor cantidad de cartera de clientes del sexo masculino cuenta con 234 clientes y el analista con el menor número de varones en su cartera cuenta con 124 clientes.



3.2.3. Saldo de cartera por monto:

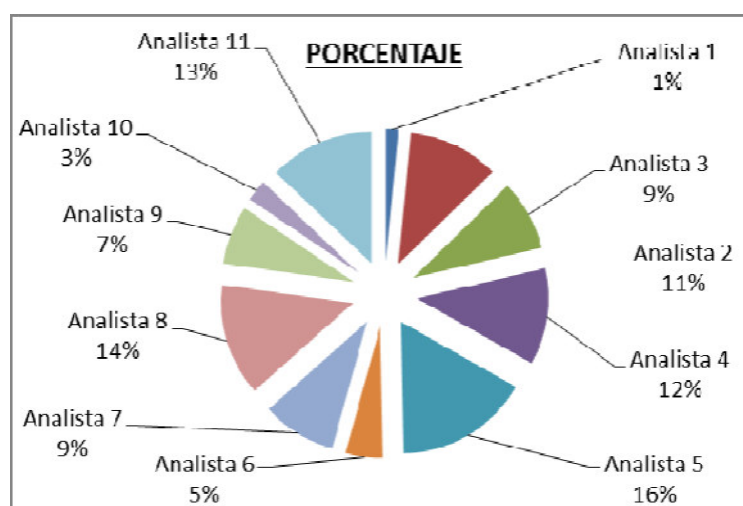
DETALLE	N° CLIENTES	SALDO DE CARTERA	PORCENTAJE
Analista 1	279	715,999.56	1.50%
Analista 2	379	5,325,125.45	11.17%
Analista 3	321	4,125,458.59	8.66%
Analista 4	392	5,658,956.17	11.87%
Analista 5	461	7,854,659.00	16.48%
Analista 6	298	2,185,456.28	4.59%
Analista 7	305	4,356,254.25	9.14%
Analista 8	412	6,575,211.22	13.80%
Analista 9	365	3,458,965.15	7.26%
Analista 10	326	1,258,265.45	2.64%
Analista 11	406	6,145,245.78	12.89%
TOTAL	3,944	47,659,596.90	100.00%

El saldo de cartera viene a ser el monto del saldo insoluto o saldo de capital o

solo el capital que adeuda un cliente de un crédito dado.

En el caso del mayor saldo de cartera descrito es el de un analista que cuenta con un total de 461 clientes que juntos tienen un saldo de cartera total de S/. 7'854,659.00 nuevos soles que hacen un 16.48% del saldo total de la cartera de la caja.

El saldo de cartera total de la agencia de El Tambo viene a ser un total de S/. 47'659,596.90 soles, los que están repartidos entre los 11 analistas de crédito actuales.



3.2.4. Mora por número de clientes:

DETALLE	N° CLIENTES	N° CLIENTES EN MORA	PORCENTAJE
Analista 1	279	23	8.24%
Analista 2	379	41	10.82%
Analista 3	321	21	6.54%
Analista 4	392	23	5.87%
Analista 5	461	41	8.89%
Analista 6	298	28	9.40%
Analista 7	305	27	8.85%
Analista 8	412	39	9.47%
Analista 9	365	27	7.40%
Analista 10	326	19	5.83%
Analista 11	406	29	7.14%
TOTAL	3944	318	

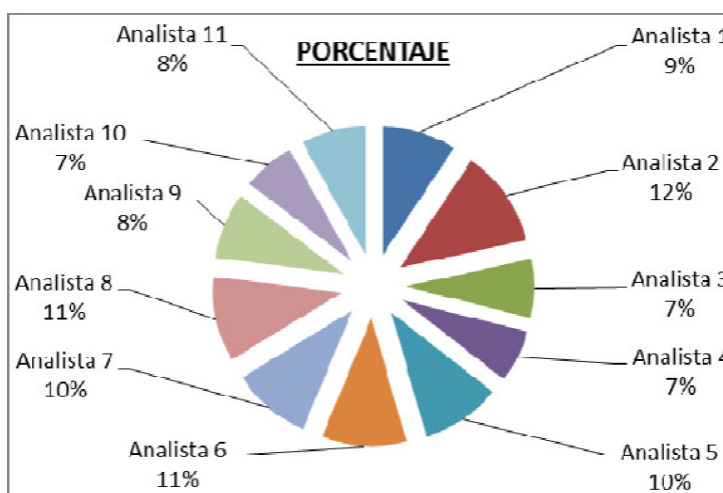
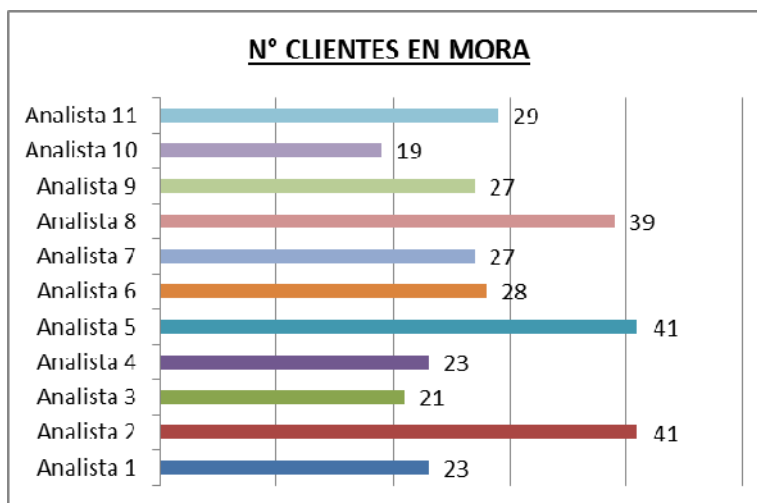
Un aspecto muy importante en la gestión de créditos de una institución viene a

ser la tasa de morosidad o créditos retrasados en su pago por los clientes, los mismos que son un indicador de eficiencia de los analistas de crédito y por ende de la agencia.

En este rubro se analizó la morosidad a nivel de los clientes, es decir, el número de clientes que se encuentran morosos en relación al número total de clientes.

El analista con la menor tasa de morosidad viene a ser uno que tiene 5.83% de morosidad, es decir del total de su cartera compuesta por 326 clientes, tiene 29 clientes en mora o retrasados en por lo menos una cuota de su crédito.

El analista que tiene la mayor cantidad de morosidad es aquel que tiene un 10.82% de número de créditos atrasados en su cartera, representado esto por 41 clientes.



3.2.5. Mora por saldo de cartera:

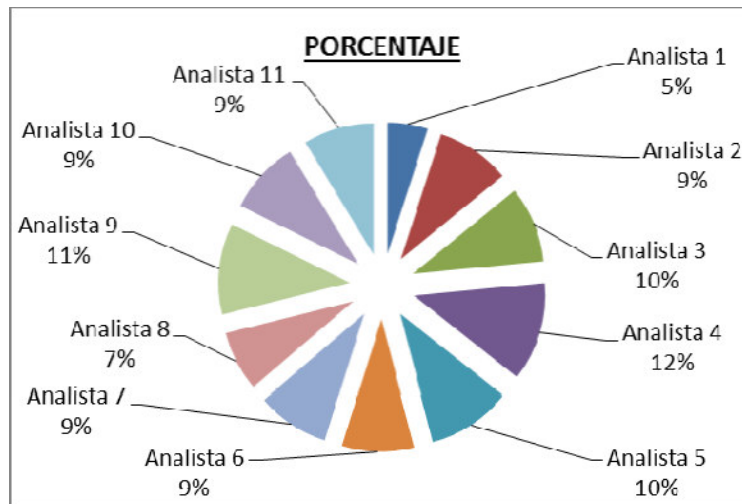
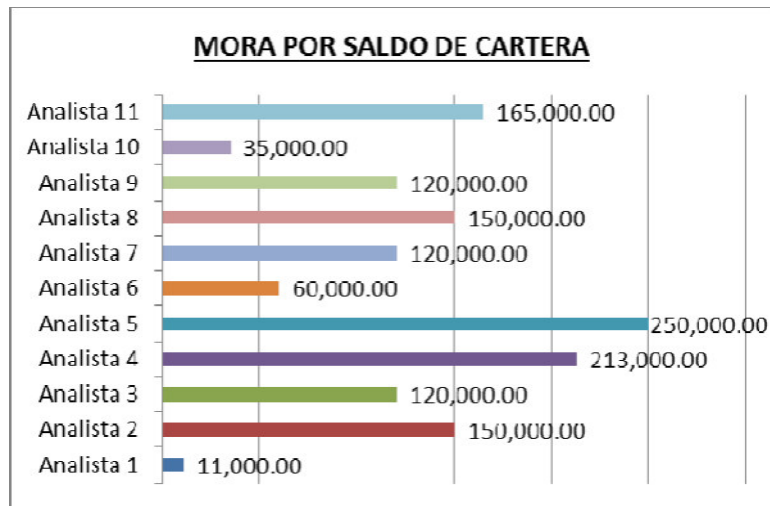
DETALLE	SALDO DE CARTERA	MORA POR SALDO DE CARTERA	PORCENTAJE
Analista 1	715,999.56	13,345.25	1.86%
Analista 2	5,325,125.45	154,874.11	2.91%
Analista 3	4,125,458.59	123,658.22	3.00%
Analista 4	5,658,956.17	213,125.78	3.77%
Analista 5	7,854,659.00	251,945.25	3.21%
Analista 6	2,185,456.28	61,548.87	2.82%
Analista 7	4,356,254.25	124,546.31	2.86%
Analista 8	6,575,211.22	179,878.45	2.74%
Analista 9	3,458,965.15	121,525.22	3.51%
Analista 10	1,258,265.45	35,478.59	2.82%
Analista 11	6,145,245.78	165,568.69	2.69%
TOTAL	47,659,596.90	1,394,000.00	

Como lo indicamos en el ítem anterior, los analistas de crédito son retribuidos a través de beneficios como son bonos, premios y otros; uno de los puntos más importantes en este aspecto es el de la morosidad, pero en este caso a nivel del saldo de cartera.

El saldo de cartera a nivel de morosidad nos indica que los clientes tienen atrasos en sus cuotas de créditos a nivel del saldo prestado, es decir, del dinero que se les ha prestado, cuanto es lo que nos adeudan a una fecha determinada, no estando inmerso en este cálculo los intereses y moras.

En este rubro la morosidad mínima que se tiene por saldo de cartera de clientes es 1.86%, que corresponde a un total de S/. 13,345.25 soles, por el contrario la morosidad máxima que se tiene en la caja es de S/. 213,125.78 soles, que son un equivalente en porcentaje de 3.77%.

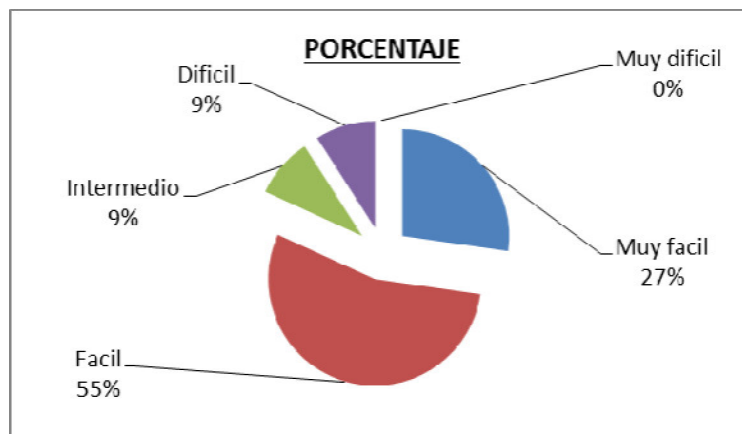
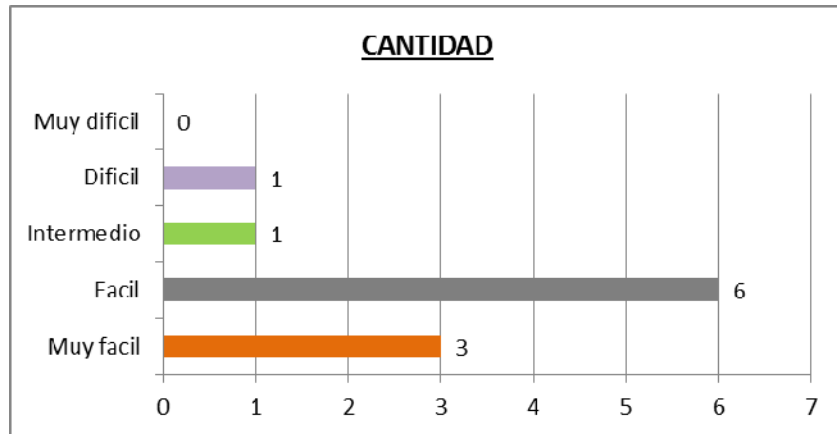
No debemos olvidar que la morosidad se encuentra en función del saldo de cartera, mientras el saldo de cartera sea mayor, la posibilidad de morosidad será mayor; y si el saldo de cartera es menor la posibilidad de morosidad será menor.



3.2.6. ¿Es más fácil la evaluación crediticia de clientes que tienen cultura financiera?:

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Muy fácil	3	27.27%
Fácil	6	54.55%
Intermedio	1	9.09%
Difícil	1	9.09%
Muy difícil	0	0.00%
TOTAL	11	100.00%

Respecto a si la evaluación crediticia viene a ser más fácil o difícil cuando se trata de clientes que saben sobre educación financiera, el 54.55% de los analistas menciona que si es más sencillo evaluar a los clientes cuando tienen ideas o conocimientos básicos sobre educación o cultura financiera.



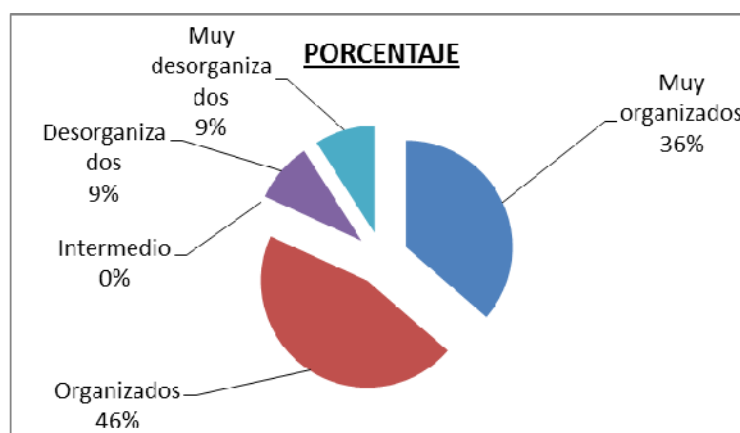
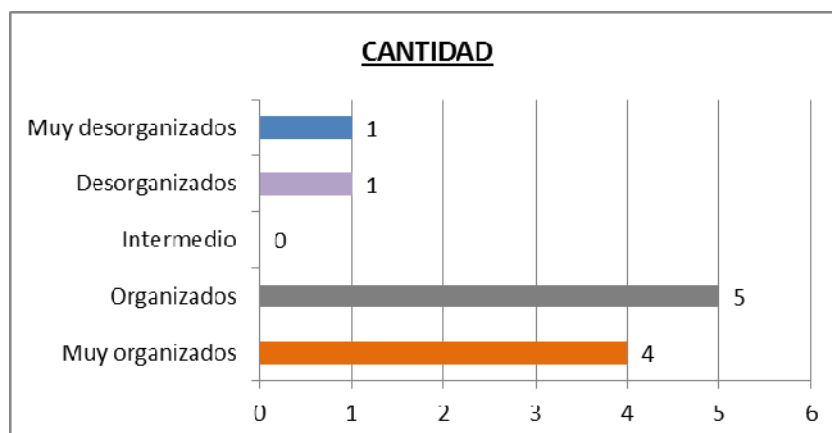
3.2.7. ¿Los documentos del negocio que manejan los clientes son más organizados si tienen cultura financiera?:

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Muyorganizados	4	36.36%
Organizados	5	45.45%
Intermedio	0	0.00%
Desorganizados	1	9.09%
Muy desorganizados	1	9.09%
TOTAL	11	100.00%

Respecto a la pregunta sobre si los documentos del negocio que se evalúa de los clientes que tienen cierto grado de conocimientos o cultura financiera son más sencillos y están más organizados, un 36.36% de los analistas de créditos indican que efectivamente si son muy organizados dichos documentos.

Así también, un 45.45% de los asesores de créditos refiere que los documentos del negocio de los clientes si se encuentran más organizados que cualquier otro

cliente que no tiene conocimientos básicos sobre cultura financiera.

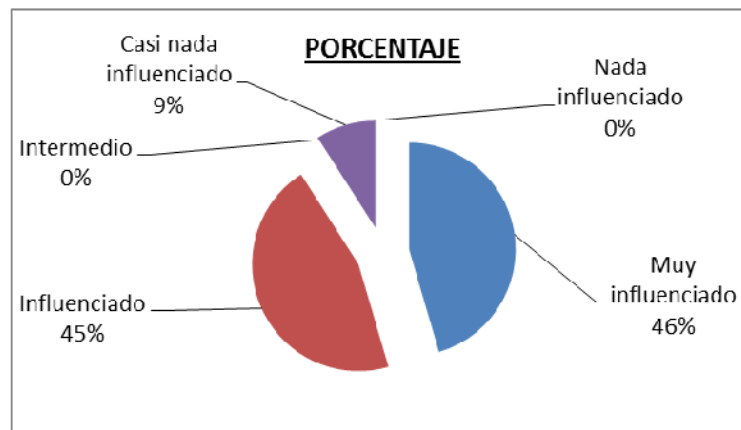
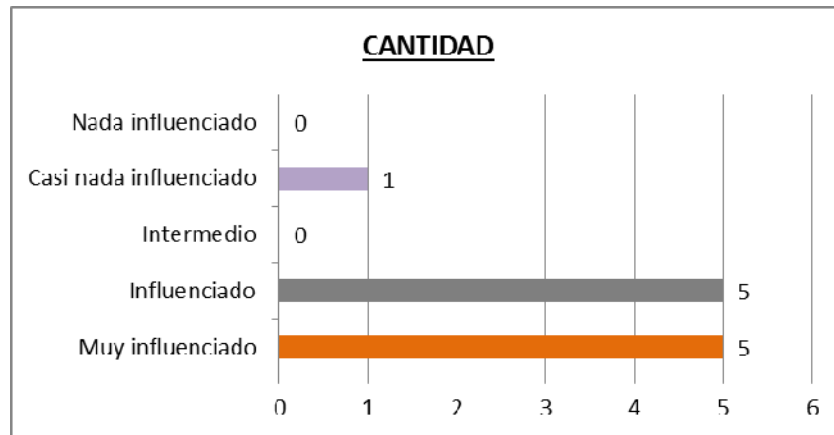


3.2.8. ¿Su nivel de mora en su cartera es influenciada positivamente por los clientes que tienen cultura financiera?:

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Muy influenciado	5	45.45%
Influenciado	5	45.45%
Intermedio	0	0.00%
Casi nada influenciado	1	9.09%
Nada influenciado	0	0.00%
TOTAL	11	100.00%

En lo referente a que el nivel de mora o morosidad que se tiene de los clientes en su cartera es influenciado positivamente por los clientes que tienen cultura financiera, estos nos respondieron que efectivamente con un 45.45% que el nivel de mora se ve muy influenciado por los clientes que tienen cultura financiera.

Esto se explica a que los clientes saben que, si su situación financiera a través de las centrales de riesgo se encuentra deteriorada, no podrán tener nuevos créditos y por lo tanto el crecimiento de sus negocios será mucho menor o no tendrá ningún crecimiento, es por ello que para ellos la cultura financiera influencia mucho a los niveles de morosidad que cuentan las instituciones financieras.

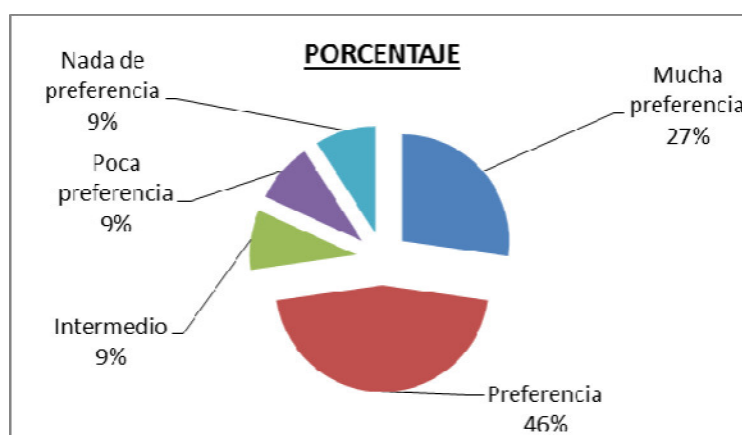
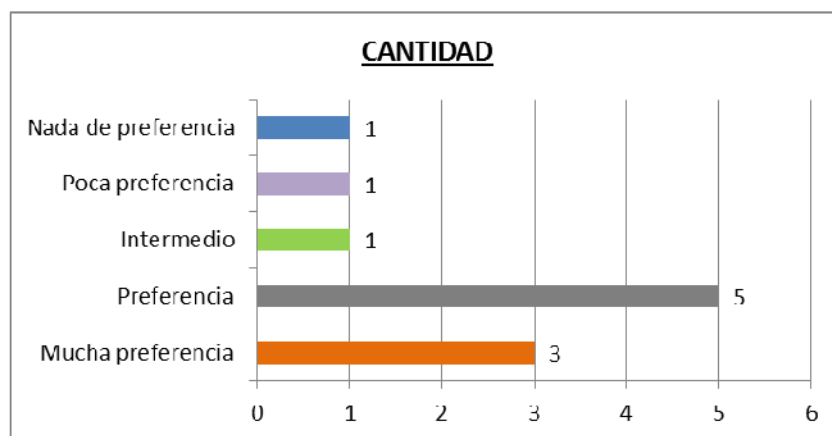


3.2.9. ¿Usted prefiere como clientes nuevos a aquellos que tengan cultura financiera?:

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Mucha preferencia	3	27.27%
Preferencia	5	45.45%
Intermedio	1	9.09%
Poca preferencia	1	9.09%
Nada de preferencia	1	9.09%
TOTAL	11	100.00%

Sobre la pregunta si usted como analista del sistema financiero prefiere como clientes nuevos a aquellos que tengan cultura financiera o aquellos que no tienen conocimientos básicos sobre finanzas o créditos, un 45.45% de los analistas refiere que prefieren que sus clientes nuevos tengan un nivel de cultura financiera sólido.

Esto les permite que los clientes no tendrán problemas en comprender los elementos básicos de un crédito, así como pueden hacer que los clientes nuevos sean más leales, al referirnos a clientes nuevos se detalla que son nuevos en la caja, pero no en el sistema financiero, ya que hoy en día se viene trabajando mucho las compras de deudas de parte de la mayoría de instituciones financieras.



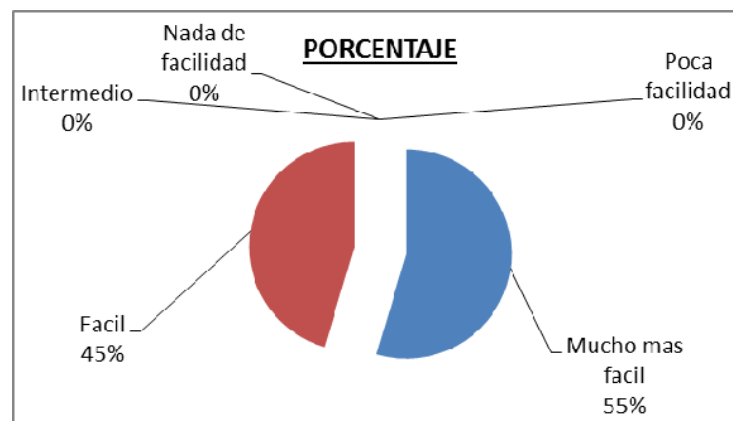
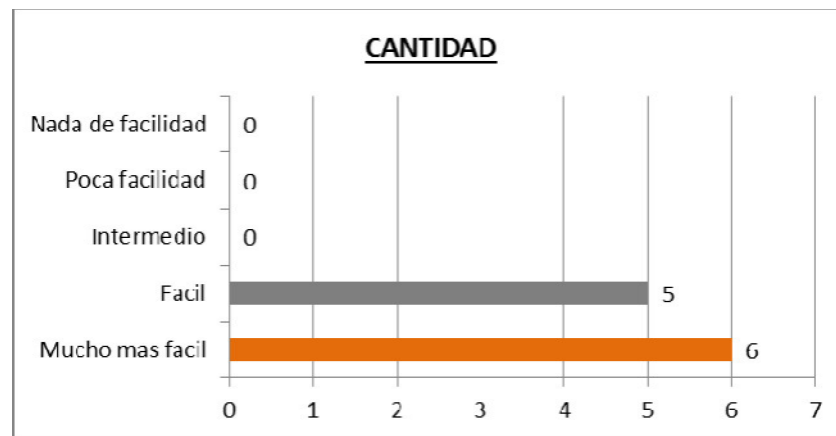
3.2.10. ¿La recuperación de créditos es más fácil en los clientes que tienen cultura financiera?:

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Mucho más fácil	6	54.55%

Fácil	5	45.45%
Intermedio	0	0.00%
Poca facilidad	0	0.00%
Nada de facilidad	0	0.00%
TOTAL	11	100.00%

Sobre la interrogante si la recuperación de créditos o cobranza es más fácil en los clientes que tienen cultura financiera, los analistas de créditos de la caja respondieron que sí, es mucho más fácil la recuperación de créditos en un 54.55% de las respuestas y un 45.45% refieren que es fácil.

Esto nos muestra que los clientes que tienen cultura financiera tienen mucha más responsabilidad al momento de sus pagos, ya que lo que se evalúa a ellos es la voluntad de pago y capacidad de pago, sucede que muchos de los clientes que tienen problemas en sus negocios y por algún motivo no pueden pagar sus cuotas puntuales, hacen todo lo posible para no fallar en las cuentas, ya que ellos saben que si fallan no podrán tener acceso a ninguna otra institución financiera.



3.3. ANÁLISIS COMPARATIVO

3.3.1. Cartera por número de clientes:

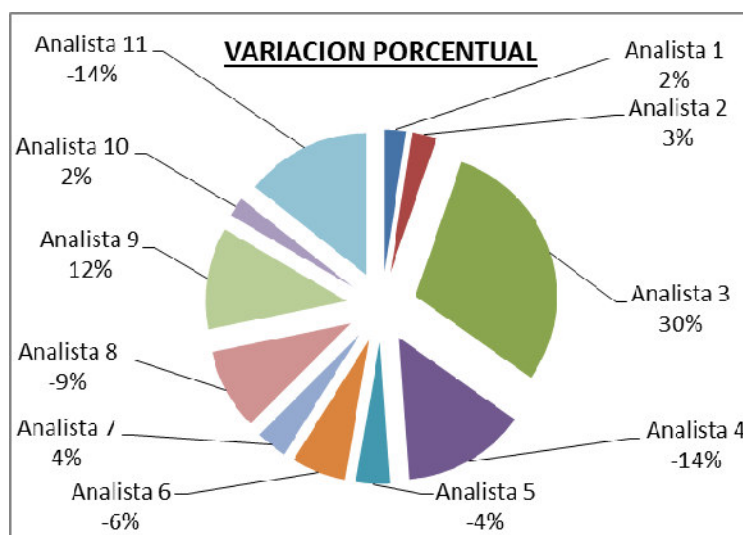
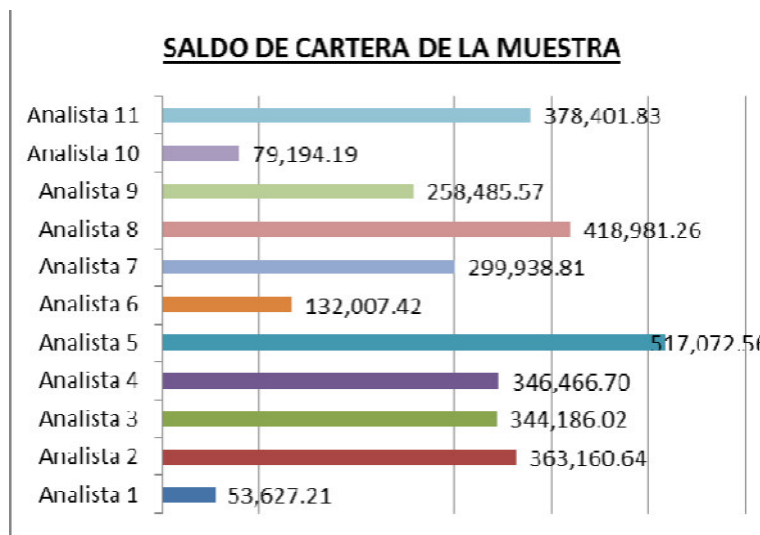
DETALLE	N° CLIENTES	PORCENTAJE	MUESTRA	PORCENTAJE DE LA MUESTRA	VARIACION PORCENTUAL
Analista 1	279	7.07%	18	7.44%	0.36%
Analista 2	379	9.61%	24	9.92%	0.31%
Analista 3	321	8.14%	19	7.85%	-0.29%
Analista 4	392	9.94%	23	9.50%	-0.44%
Analista 5	461	11.69%	29	11.98%	0.29%
Analista 6	298	7.56%	18	7.44%	-0.12%
Analista 7	305	7.73%	22	9.09%	1.36%
Analista 8	412	10.45%	26	10.74%	0.30%
Analista 9	365	9.25%	22	9.09%	-0.16%
Analista 10	326	8.27%	19	7.85%	-0.41%
Analista 11	406	10.29%	22	9.09%	-1.20%
TOTAL	3,944	100.00%	242	100.00%	

En este cuadro podemos ver que la muestra que se ha tomado respecto al número total de clientes tienen una variación mínima, es decir que el máximo de variación que se tiene 1.36% y el número mínimo de variación porcentual en las muestras es de -1.20%, lo que nos indica que al efectuar el análisis las muestras no tienen mucha dispersión respecto a la población total de cada analista de crédito.

3.3.2. Saldo de cartera por monto:

DETALLE	N° CLIENTES	SALDO DE CARTERA	PORCENTAJE	MUESTRA	SALDO DE CARTERA DE LA MUESTRA	PORCENTAJE DE LA MUESTRA	VARIACION PORCENTUAL
Analista 1	279	715,999.56	1.50%	18	53,627.21	1.68%	0.18%
Analista 2	379	5,325,125.45	11.17%	24	363,160.64	11.38%	0.21%
Analista 3	321	4,125,458.59	8.66%	19	344,186.02	10.78%	2.13%
Analista 4	392	5,658,956.17	11.87%	23	346,466.70	10.86%	-1.02%
Analista 5	461	7,854,659.00	16.48%	29	517,072.56	16.20%	-0.28%
Analista 6	298	2,185,456.28	4.59%	18	132,007.42	4.14%	-0.45%
Analista 7	305	4,356,254.25	9.14%	22	299,938.81	9.40%	0.26%
Analista 8	412	6,575,211.22	13.80%	26	418,981.26	13.13%	-0.67%
Analista 9	365	3,458,965.15	7.26%	22	258,485.57	8.10%	0.84%
Analista 10	326	1,258,265.45	2.64%	19	79,194.19	2.48%	-0.16%
Analista 11	406	6,145,245.78	12.89%	22	378,401.83	11.86%	-1.04%
TOTAL	3,944	47,659,596.90	100.00%	242	3,191,522.21	100.00%	

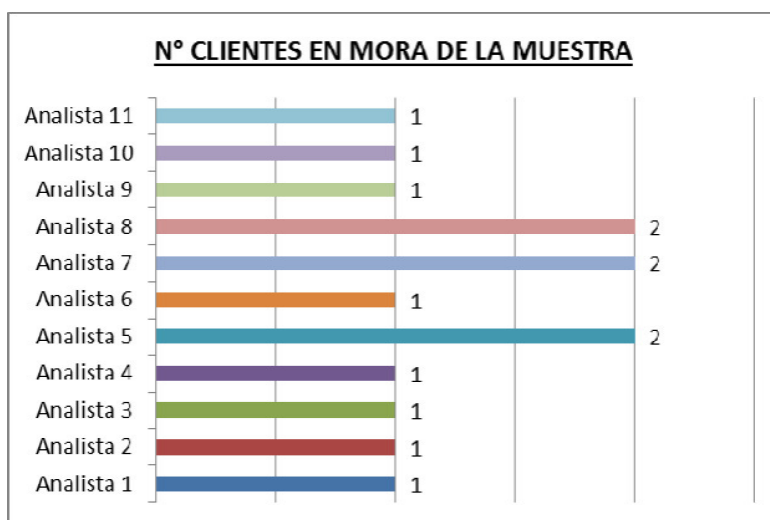
Referente al análisis de la muestra que se tiene respecto al saldo de cartera de los clientes, de igual manera podemos mencionar que la variación entre la población total o en este caso el monto total de saldo de cartera que tiene cada uno de los analistas de créditos frente al saldo de la muestra trabajado en la evaluación, no tienen una variación significativa, siendo el monto máximo de variación de 2.13% y el mínimo de -1.04%, demostrándonos nuevamente que las variaciones de la población total o saldo total de cartera de cada analista no varía frente al saldo por cada analista

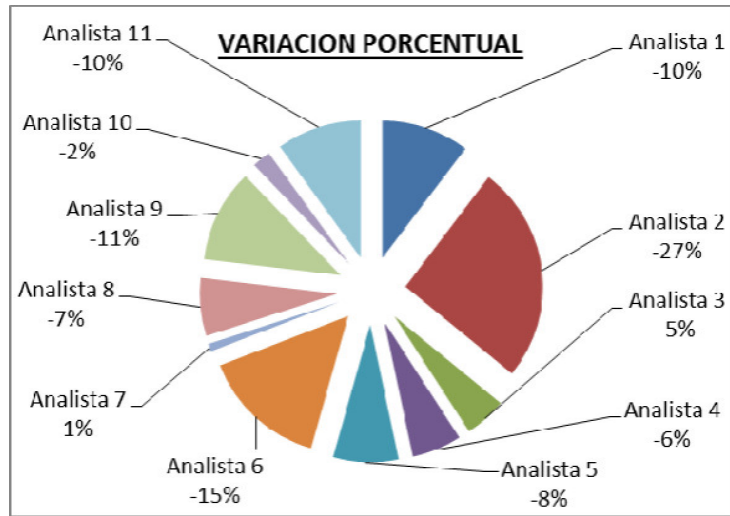


3.3.3. Porcentaje de mora por clientes:

DETALLE	N° CLIENTES	N° CLIENTES EN MORA	PORCENTAJE	MUESTRA	N° CLIENTES EN MORA DE LA MUESTRA	PORCENTAJE DE LA MORA DE LA MUESTRA	VARIACION PORCENTUAL
Analista 1	279	23	8.24%	18	1	5.56%	-2.69%
Analista 2	379	41	10.82%	24	1	4.17%	-6.65%
Analista 3	321	21	6.54%	19	1	5.26%	-1.28%
Analista 4	392	23	5.87%	23	1	4.35%	-1.52%
Analista 5	461	41	8.89%	29	2	6.90%	-2.00%
Analista 6	298	28	9.40%	18	1	5.56%	-3.84%
Analista 7	305	27	8.85%	22	2	9.09%	0.24%
Analista 8	412	39	9.47%	26	2	7.69%	-1.77%
Analista 9	365	27	7.40%	22	1	4.55%	-2.85%
Analista 10	326	19	5.83%	19	1	5.26%	-0.57%
Analista 11	406	29	7.14%	22	1	4.55%	-2.60%
TOTAL	3944	318		242	14		

Algo muy peculiar sucede cuando analizamos las comparaciones de niveles de mora entre los clientes totales por número de clientes, la variación máxima en este caso es de 0.24%, pero en la mayoría de los casos la variación tiende a ser negativa o disminuye, ya que los montos mínimos de esta variación son 6.65% y el otro monto cercano es 3.84% de variación entre la morosidad pero por el número de clientes.



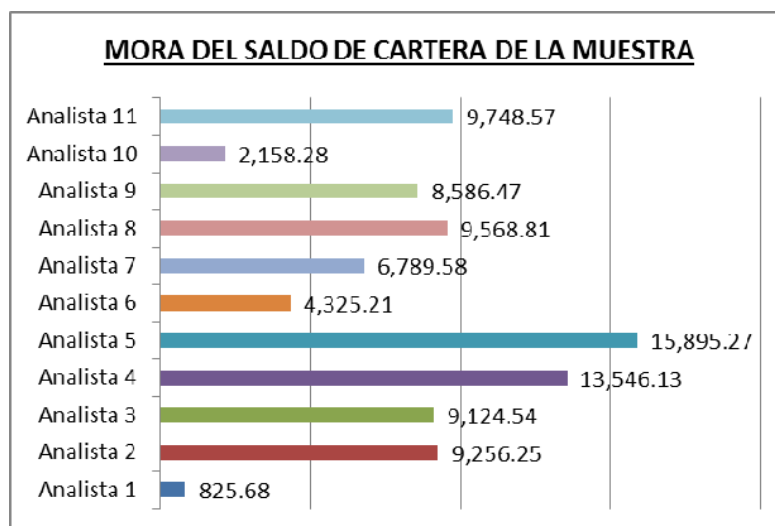


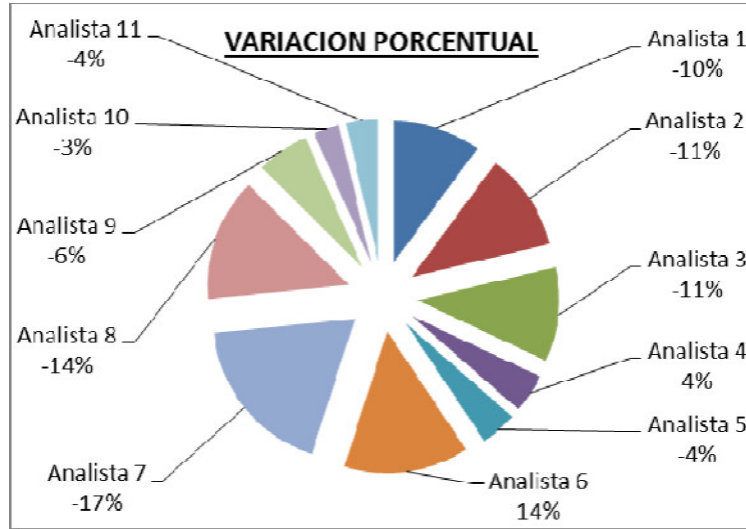
3.3.4. Porcentaje de mora por saldo de cartera:

DETALLE	SALDO DE CARTERA	MORA POR SALDO DE CARTERA	PORCENTAJE	SALDO DE CARTERA DE LA MUESTRA	MORA DEL SALDO DE CARTERA DE LA MUESTRA	PORCENTAJE DE LA MUESTRA	VARIACION PORCENTUAL
Analista 1	715,999.56	13,345.25	1.86%	53,627.21	825.68	1.54%	-0.32%
Analista 2	5,325,125.45	154,874.11	2.91%	363,160.64	9,256.25	2.55%	-0.36%
Analista 3	4,125,458.59	123,658.22	3.00%	344,186.02	9,124.54	2.65%	-0.35%
Analista 4	5,658,956.17	213,125.78	3.77%	346,466.70	13,546.13	3.91%	0.14%
Analista 5	7,854,659.00	251,945.25	3.21%	517,072.56	15,895.27	3.07%	-0.13%
Analista 6	2,185,456.28	61,548.87	2.82%	132,007.42	4,325.21	3.28%	0.46%
Analista 7	4,356,254.25	124,546.31	2.86%	299,938.81	6,789.58	2.26%	-0.60%
Analista 8	6,575,211.22	179,878.45	2.74%	418,981.26	9,568.81	2.28%	-0.45%
Analista 9	3,458,965.15	121,525.22	3.51%	258,485.57	8,586.47	3.32%	-0.19%
Analista 10	1,258,265.45	35,478.59	2.82%	79,194.19	2,158.28	2.73%	-0.09%
Analista 11	6,145,245.78	165,568.69	2.69%	378,401.83	9,748.57	2.58%	-0.12%
TOTAL	47,659,596.90	1,445,494.74		3,191,522.21	89,824.79		

El último aspecto evaluado fue la variación porcentual de la mora en función del saldo de cartera en morosidad, lo que nos demuestra que aquí la variación es mucho menos dispersa que en la morosidad por el número de clientes, ya que ahora se encuentra evaluado en función del saldo de cartera en mora, es decir, monto de morosidad de los clientes.

En este aspecto se tiene que la variación máxima es un 0.46% y la variación menor es de -0.60%, siendo montos menores a un punto porcentual, indicándonos esto que nuestra investigación está dentro de los niveles permitidos de error.





CONCLUSIONES

1. De acuerdo a lo estudiado podemos concluir que la cultura financiera tiene un impacto muy significativo en la gestión crediticia de la Agencia El Tambo de la Caja Huancayo, ya que los resultados nos muestran que los clientes que tienen mayores conocimientos sobre los temas financieros tienen mejores resultados como clientes para la caja, esto lo corroboramos con los mismos analistas de créditos, ellos indican en un 54.55% que los créditos son evaluados de manera más sencilla cuando los clientes conocen del sistema financiero.
2. De igual manera se concluye que los clientes que conocen de temas financieros son preferidos por los analistas para otorgarles un nuevo crédito en un 72.73%, debido a que al conocer los temas financieros y tener experiencia crediticia, los clientes son más confiables y el nivel de morosidad en ellos es más bajo.
3. También podemos concluir que en los clientes que tienen conocimientos sobre cultura financiera, la recuperación de los créditos es más sencilla, esto refrendado por un 100.00% de los analistas que indican que los costos de transacción en la recuperación de créditos disminuyen significativamente al tratar con clientes que conocen de las características, beneficios y penalidades del sistema financiero.
4. A nivel de porcentaje de la mora, en comparación entre los clientes totales y los resultados de la muestra tomada, se concluye que se disminuye el nivel de morosidad de 2.93% del total de clientes de la agencia a un 2.54% de clientes de la muestra tomada, por lo que si influye la cultura financiera en la morosidad de la agencia.

RECOMENDACIONES

1. En la actualidad el sistema financiero es un sector en el que el crecimiento viene dándose de manera progresiva en los últimos años y ha llegado incluso al 20% de crecimiento sostenido, por ello el estudio de este sector es importante para nosotros como egresados de la universidad, ya que el campo laboral es muy prometedor en este aspecto.
2. La sugerencia para la universidad es que se deben de promover el estudio de investigaciones que ayuden a tener nuevos indicios de temas que ayuden a mejorar el desempeño de los negocios en la zona de influencia de la universidad.
3. Otra recomendación es que las instituciones financieras deben de ser más abiertas en brindar información para poder realizar estudios que lleven a que ellos conozcan mejor a sus clientes y puedan mejorar sus servicios financieros y por ende sus beneficios.
4. Sin duda alguna, las instituciones financieras deben de tener muy en cuenta la morosidad de los créditos, ya que ésta influye muy significativamente en la gestión de créditos y es una herramienta que nos permite evaluar a los trabajadores o analistas de créditos en su desempeño.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta R. & Montoya J. (2006). *Determinantes de la Rentabilidad en las Instituciones Microfinancieras No Bancarias del departamento de Junín durante el periodo 2001-2005*. (Tesis de titulación, no publicada). Universidad Nacional del Centro del Perú. Perú, Huancayo.
- Aguirre A. & Ccencho R. (2005). *Propuesta de Implementación del Modelo Iso-9001:2000 para el Área de Créditos de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Huancayo*. (Tesis de titulación, no publicada). Universidad Nacional del Centro del Perú. Perú, Huancayo.
- Berry, T. (1996). *Calidad del Servicio: Una Ventaja Estratégica para Instituciones Financieras*. Venezuela: Editorial Díaz de Santos.
- Conger, L. (2009). *El árbol de Mostaza*. Lima: San Marcos.
- Enciclopedia Salvat (2004). *Enciclopedia Salvat, Tomo 10. España*, Madrid: Salvat Editores S.A.
- Gitman L. (2012). *Principios de administración financiera*. México: Edit. Pearson.
- Hernández, R. (2003). *Metodología de la Investigación*. México: Ed. McGraw-Hill.
- Jara, C. (2004). *Gestión como Administrador en la CMAC Huancayo S:A. Agencias La Oroya, Tarma y Huánuco*. (Tesis de titulación, no publicada). Universidad Nacional del Centro del Perú. Perú, Huancayo.
- Ortega, E. (2004). *Gestión en el Área de Operaciones en la Oficina Principal de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo*. (Tesis de titulación, no publicada). Universidad Nacional del Centro del Perú. Perú, Huancayo.
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México: Ed. Prentice Hall.
- Schumpeter J. (1934). *Teoría del desarrollo económico*. Austria: Belknap Press.
- Stoner, J. (1996). *Administración*. México: Ed. Prentice Hall.
- Wellington, P. (1997). *Cómo Brindar un Servicio Integral de Atención al Cliente: Kaizen*. Venezuela: Editorial Mc Graw Hill.

ANEXOS

1. MATRIZ DE CONSISTENCIA

LA CULTURA FINANCIERA Y SU IMPACTO EN LA GESTIÓN CREDITICIA DE LA AGENCIA EL TAMBO DE LA CMAC HUANCAYO EN EL AÑO 2014

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES
General	General	General	Independiente (X)	
¿Cuál es el impacto de la cultura financiera en la gestión crediticia de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014?	Determinar el impacto de la cultura financiera en la gestión crediticia de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014.	Existe un impacto alto de la cultura financiera en la gestión crediticia de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014.	Cultura financiera	# de tarjetas de crédito, % de deudas, % de endeudamiento, % de flujo de caja
			Dependiente (Y)	
			Gestión crediticia	% de reducción de costos, % de rapidez, % de colocaciones, % de reducción de mora
Específico	Específico	Específico	Independiente (X)	
¿Cómo influye la cultura financiera en la evaluación de créditos de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014?	Describir la influencia de la cultura financiera en la evaluación de créditos de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014.	La cultura financiera influye significativamente en la evaluación de créditos de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014.	Cultura financiera	# de tarjetas de crédito, % de deudas, % de endeudamiento, % de flujo de caja
			Dependiente (Y₁)	
			Evaluación de créditos	% de eficiencia, % de rapidez, % de incremento de créditos
Específico	Específico	Específico	Independiente (X)	
¿De qué manera contribuye la cultura financiera en el crecimiento de la cartera de clientes de créditos de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014?	Establecer en qué medida la cultura financiera contribuye en el crecimiento de la cartera de clientes de créditos de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014.	La cultura financiera contribuye satisfactoriamente en el crecimiento de la cartera de clientes de créditos de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014.	Cultura financiera	# de tarjetas de crédito, % de deudas, % de endeudamiento, % de flujo de caja
			Dependiente (Y₂)	
			Cartera de clientes de créditos	% de clientes nuevos, % de cancelaciones de créditos, % de evolución de colocaciones, % de créditos en mora
Específico	Específico	Específico	Independiente (X)	
¿Cuál es la relación entre la cultura financiera y la morosidad de créditos de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014?	Determinar cuál es la relación entre la cultura financiera y la morosidad de créditos de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014.	Existe una correlación entre la cultura financiera y la morosidad de créditos de la Agencia El Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014.	Cultura financiera	# de tarjetas de crédito, % de deudas, % de endeudamiento, % de flujo de caja
			Dependiente (Y₃)	
			Recuperaciones	% de rapidez, % de reducción de costos, % de recuperaciones normales, % de recuperaciones en mora

2. ENCUESTA

ENCUESTA

Sírvase colaborar con mi trabajo de investigación respondiendo la presente encuesta, la misma que es completamente anónima y ruego a usted responder con la verdad. Gracias por su colaboración.

1. Su edad está comprendida entre:
 18 a 25 años 26 a 35 años 36 a 45 años 46 a 55 años
 56 a 65 años 66 a más años
2. ¿En cuántas instituciones financieras tiene créditos usted?
 Hasta 1 Hasta 2 Hasta 3 Hasta 4
 Hasta 5 Más de 5
3. ¿Conoce usted el significado de TEA?
 Tasa expuesta arancelaria Tasa efectiva anual
 Tasa efectiva arancelaria Tiempo en años
 Desconozco
4. ¿Conoce usted el significado de TREA?
 Tasa de respuesta arancelaria Tasa de respuesta en años
 Tasa efectiva arancelaria anual Tasa de rendimiento efectiva anual
 Desconozco
5. ¿Sabe qué significad TCEA?
 Tasa común expuesta anual Tasa comisión efectiva anual
 Tasa de costo efectiva anual Tiempo costo en años
 Desconozco
6. ¿Comprende usted que son las COMISIONES FINANCIERAS, montos que nos cobra la institución financiera para...?
 Para ella misma por sus servicios
 Para otras como seguros, reniec, centrales de riesgo, etc.
 Para la Superintendencia de Banca y Seguros y AFPs
 Para el pago de sueldos a los analistas
 Desconozco
7. ¿Conoce el significado de COSTOS FINANCIEROS, montos que nos cobra la institución financiera para...?
 Para ella misma por sus servicios
 Para otras como seguros, reniec, centrales de riesgo, etc.
 Para la Superintendencia de Banca y Seguros y AFPs
 Para el pago de sueldos a los analistas
 Desconozco
8. ¿Entiende el concepto de una QUEJA hacia una empresa, es una acción que realizamos porque...?
 Porque algo no nos gusta
 Porque no nos brindaron un servicio como lo ofrecieron
 Porque un producto no está de acuerdo con lo que nos ofrecieron
 Es lo mismo que un RECLAMO
 Desconozco
9. ¿Conoce el significado de un RECLAMO, es una acción que realizamos porque...?
 Porque algo no nos gusta
 Porque no nos brindaron un servicio como lo ofrecieron
 Porque un producto no está de acuerdo con lo que nos ofrecieron
 Es lo mismo que una QUEJA
 Desconozco

