

**UNIVERSIDAD RICARDO PALMA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA**



**TESIS**

**PLANEAMIENTO CREDITICIO Y SU IMPACTO EN LOS PRÉSTAMOS MULTIREDES  
DEL BANCO DE LA NACIÓN**

**PRESENTADO POR EL BACHILLER  
PAUL HILDEBRANDO IBÁÑEZ NOEL**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA**

**LIMA, PERÚ**

**2018**

A mi madre Jesús Noel, a quien amo, adoro y representa la unión familiar, a mi padre Hildebrando Ibáñez, por haberme inculcado valores, responsabilidad, sentido de superación y qué gracias a él se pudo concretar este proyecto. A mis hijos Stephano y Alejandra por ser mi motivación, a mi único abuelo que gracias a Dios a sus 110 años lo sigo teniendo vivo y lúcido.

*Paul Ibáñez Noel*

## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar a Dios por haber guiado e iluminado mi camino; en segundo lugar a la mujer a quien amo Lorena, por el apoyo incondicional, a cada uno de los que son parte de mi familia, a mis hermanos Marcelo y Renzo que me enorgullecen y son extraordinarias personas en todo el sentido de la palabra, a todos mis tíos, mi Madrina Jenny y primos, mi suegra y cuñados, a un amigo y colega Luis Herrera Bay, a mi Administrador de agencia Raúl Ramírez, con quienes trabajo en el Banco de la Nación y me apoyaron en el desarrollo de esta tesis y a mis asesores Franco Del Carpio y Antonio Bravo.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se centra en demostrar qué aplicando un planeamiento crediticio enfocado a los préstamos Multired del Banco de la Nación, mejorarían las colocaciones de dichos préstamos tomando acciones en las políticas crediticias como primer paso y el más importante ya que a partir de este punto se medirían los procesos, monitoreo y procedimientos, sin salirse de lo planificado, a esto le llamaríamos la gestión crediticia, por otro lado existe un factor muy importante que viene a ser las campañas crediticias, sin ellas nuestros clientes no sabrían ni se enterarían de los cambios logrados, todo esto es necesario que funcione de una manera integrada y con una comunicación eficaz.

En el presente trabajo de investigación se quiere demostrar que estas tres dimensiones, las políticas, gestión y campañas crediticias tendrán un impacto en las colocaciones de préstamos y también es relevante destacar dos cuestiones que están asociadas al desarrollo del trabajador o cliente como del estado, ya que estamos proponiendo mejoras en los planes a corto, mediano y largo plazo para un Banco que es administrado por el gobierno y que los directivos son cambiados con las sub siguientes administraciones. Por un lado, el impacto social que se verá reflejado en el desarrollo integral de la persona como de su entorno y por otro lado el impacto económico que se verá reflejado en el desarrollo de las economías de los clientes, en la reactivación económica nacional, educación financiera a los usuarios para que administren de manera óptima sus recursos y evitar sobreendeudamiento.

## ÍNDICE

PORTADA.....	ii
DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTOS .....	iii
INTRODUCCIÓN .....	iv
ÍNDICE.....	v
LISTA DE TABLAS .....	viii
LISTA DE GRÁFICOS .....	xiii
RESUMEN .....	xviii
ABSTRACT.....	xix
CAPÍTULO I .....	1
PLANTEAMIENTO DE ESTUDIO .....	1
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	1
1.2. Formulación del problema .....	2
1.2.1. Problema general .....	2
1.2.2. Problemas específicos.....	2
1.3. Formulación de la Variable.....	2
1.3.1. Variable independiente .....	2
1.3.2. Variable dependiente .....	3
1.4. Objetivos de la investigación .....	4
1.4.1. Objetivo general.....	4
1.4.2. Objetivos específicos .....	4
1.5. Justificación o importancia del estudio .....	4
1.6. Alcance y limitaciones .....	6
1.6.1. Alcance.....	6

1.6.2. Limitaciones.....	7
CAPÍTULO II.....	9
MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL .....	9
2.1. Antecedentes de la investigación .....	9
2.2. Bases teórico - científicas: .....	14
2.3. Definición de términos básicos: .....	22
2.4. Antecedentes históricos e institucionales: .....	25
CAPÍTULO III.....	34
HIPÓTESIS Y VARIABLES .....	34
3.1. Hipótesis y/o supuestos básicos .....	34
3.1.1. Hipótesis general.....	34
3.1.2. Hipótesis específicas .....	34
3.2. Identificación de variables o unidades de análisis .....	34
3.3. Matriz lógica de consistencia.....	37
CAPITULO IV.....	40
MÉTODO .....	40
4.1. Tipo y método de investigación:.....	40
4.1.1. Tipo de investigación.....	40
4.1.2. Método de investigación. ....	40
4.1.3. Diseño específico de investigación .....	40
4.3. Población, muestra o participantes .....	41
4.4. Instrumentos de recogida de datos .....	41
4.5. Técnica de procesamiento y análisis de datos.....	42
4.5.1. Técnica de procesamiento:.....	42
4.5.2. Análisis estadísticos de datos:.....	42

4.6. Procedimientos de ejecución del estudio. ....	43
CAPÍTULO V .....	44
RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	44
5.1. Datos cuantitativos.....	44
5.1.1. Resultados de filtración en el programa SPSS de las propuestas de encuestas. ....	44
5.1.2. Sexo.....	69
5.2. Análisis de resultados .....	70
5.3 Discusión de resultados.....	87
CAPÍTULO VI.....	94
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	94
6.1. Conclusiones .....	94
6.2 Recomendaciones .....	96
REFERENCIAS.....	99
APÉNDICES.....	101

r

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1	Variable independiente con sus respectivas dimensiones, indicadores y sus propuestas.....	38
Tabla 2	Variable dependiente con sus respectivas dimensiones, indicadores y propuestas.	39
Tabla 3	Frecuencia y porcentaje de, El impacto económico del Banco y de los clientes serían positivos si los volúmenes de préstamos crecieran a causa de incrementar los topes de los montos de préstamos.....	45
Tabla 4	Frecuencia y porcentaje de, Si se incrementan los montos de préstamos de 19 000 a 25 000 soles para los trabajadores y pensionistas mayores de 60, pero menores de 77 años, mejoraría sustancialmente los volúmenes de préstamos. ....	46
Tabla 5	Frecuencia y porcentaje de, Si la tasa de interés bajara, la demanda de préstamos Multired aumentaría, gana el estado, gana el cliente. ....	47
Tabla 6	Frecuencia y porcentaje de, Si la tasa de interés subiera, bajaría la demanda de préstamos Multired. El impacto sería menor, ya que los clientes se irían al banco de la competencia. ....	48
Tabla 7	Frecuencia y porcentaje de, El uso de la tecnología para pre calificar y otorgar los créditos a los clientes mediante el uso de celulares o las computadoras seria atractivo y generaría un impacto positivo a los prestamos Multired, esto disminuiría el malestar de los clientes por las largas colas, pérdida de tiempo, aminora el riesgo de robos y accidentes generando bienestar y comodidad desde sus trabajos u hogares.....	49
Tabla 8	Frecuencia y porcentaje de, La capacidad de endeudamiento de los clientes, representa un ratio del 40% para el descuento de los ingresos por el banco, incrementando otros ingresos sustentables los pensionistas quienes en mayoría	



	perciben ingresos por debajo del sueldo mínimo, mejorarían sus volúmenes de préstamos por lo tanto no tendrían que endeudarse en otros bancos o financieras. 50	
Tabla 9	Frecuencia y porcentaje de, El sistema debería modernizarse con la finalidad de poder cobrar no solo de la cuenta originaria del préstamo sino también de cualquier otra cuenta del mismo banco ya que en muchos casos cuando pasan a ser pensionistas les empiezan a pagar su pensión por otras cuentas, es por este motivo que muchos clientes caen en morosidad y son reportados al Sistema Financiero como morosos. ....	51
Tabla 10	Frecuencia y porcentaje de, El Planeamiento crediticio desarrolla mecanismos de recuperación, mediante la gestión crediticia planteando no sobre endeudar a los clientes tomando en cuenta como máximo 4 deudas en entidades financieras incluido el Banco de la Nación, por lo tanto, el cliente no tendría dificultades para cumplir sus obligaciones, es por eso que es necesario difundir charlas de educación financiera en nuestras propias oficinas. ....	53
Tabla 11	Frecuencia y porcentaje de, Proponer que en todos los destinos del módulo itinerante se aplique una tasa de interés más baja que las que se dan en el mismo banco, de esta manera se impulsarán los préstamos a clientes que por el horario de sus trabajos no son atendidos en nuestras oficinas. ....	54
Tabla 12	Frecuencia y porcentaje de, Si en los módulos itinerantes se interactuara con los clientes mediante un animador haciéndolos bailar o participar en concursos, sorteos y repartiendo material publicitario, se fidelizaría al cliente haciéndoles sentir bien contribuyendo a su bienestar emocional.....	55
Tabla 13	Frecuencia y porcentaje de, Se lanzarían promociones como bajar la tasa de interés e impulsando el turismo nacional por cada feriado largo que se presente, de esta manera se reactivaría la economía en dichos destinos. ....	56

- Tabla 14 Frecuencia y porcentaje de, Por cada desembolso de préstamo lanzar un mensaje donde el cliente podría ser acreedor de un regalo que no sea muy costoso, pero necesario en el hogar .....57
- Tabla 15 Frecuencia y porcentaje de, Los prestamos Multired permiten que mucha gente progrese ya que estos préstamos están destinados a la educación y desarrollo profesional, para lograr dicho desarrollo es necesario implementar paquetes publicitarios en los inicios de cada etapa escolar, universitaria y posgrado haciendo acuerdos con las distintas instituciones educativas sobretodo en el momento de las matrículas. ....58
- Tabla 16 Frecuencia y porcentaje de, El Planeamiento crediticio impacta a nuestra sociedad a corto, mediano y largo plazo ya que, mediante los préstamos, los clientes desarrollan su infraestructura, mejorando su calidad de vida, por lo tanto, es necesario llegar a este público objetivo, invitándolos en nuestras propias oficinas, mediante una publicidad en los videos, que se acerquen a los módulos de préstamos para asesorarlos.....59
- Tabla 17 Frecuencia y porcentaje, El préstamo Multired impacta en la psicología de los clientes ya que mejora la autoestima y el respeto propio, es por eso que se debe implementar políticas de difusión masiva como las redes sociales, periódicos y televisión para llegar a todos nuestros clientes en general. ....60
- Tabla 18 Frecuencia y porcentaje de, Proponer una cuota comodín al año del préstamo Multired donde el cliente podría elegir qué mes no pagar su cuota por cualquier contingencia económica que le sucediera, esto contribuye a la seguridad y satisfacción personal.....61
- Tabla 19 Frecuencia y porcentaje de, Difundir los prestamos Multired para emprendedores, esto va de la mano con una campaña publicitaria, podría

mejorarse el producto con intereses más bajos y montos mayores a lo actual establecido, consecuentemente este direccionamiento del préstamo contribuiría a la reactivación económica Nacional, generando consumo y empleo dinamizando la economía. ....	62
Tabla 20 Frecuencia y porcentaje de, A más volúmenes de préstamos mayor sobre ganancia para el banco, por parte de los intereses cobrados, esto genera mayor pago del impuesto a la renta, por lo tanto estimula la reactivación económica, es por esto la importancia de incrementar los topes como de 50 000.00 a 75 000,00 soles. ....	64
Tabla 21 Frecuencia y porcentaje de, El impacto del préstamo hacia sus clientes se ve reflejado en la consecuencia de como el gestor comercial orienta a los clientes de que manera pueden acceder a otros canales de atención como Banca celular, cajeros automáticos, agentes corresponsales, fortaleciendo el servicio y descongestionando la afluencia de público en las agencias. ....	65
Tabla 22 Frecuencia y porcentaje de, El préstamo Multired también está dirigido a pensionistas y trabajadores en zonas inaccesibles donde solo el Banco de la Nación tiene presencia por lo tanto para dinamizar estos créditos en esas zonas se propone en las campañas de pagos de pensionistas, facilitar transporte (en puntos y horarios establecidos), con publicidad exterior de los prestamos Multired. ....	66
Tabla 23 Frecuencia y porcentaje de, Si se capacitaría al personal de préstamos a nivel nacional sobre la importancia del ahorro para transmitirle al cliente, se reduciría el sobreendeudamiento de los mismos. ....	67
Tabla 24 Frecuencia y porcentaje de, Es necesario inculcar a los usuarios el sentido del ahorro ya que esto generaría un desarrollo en sus economías orientándoles y	

aconsejándoles en las agencias como en las mismas instituciones del estado, mediante videos, panfletos y charlas, por lo tanto, se crearía una cultura del ahorro.....	68
Tabla 25 Frecuencia y porcentaje de la distribución porcentual por sexo de los encuestados.....	69
Tabla 26 Resumen de las 120 consistencias.....	72
Tabla 27 Resumen de las 120 consistencias con sus respectivas propuestas.....	73
Tabla 28 Políticas Crediticias (P2) * Impacto Social (P13).....	74
Tabla 29 Políticas Crediticias (P2) * Impacto Social (P17).....	74
Tabla 30 Políticas Crediticias (P3) * Impacto Social (P13).....	76
Tabla 31 Políticas Crediticias (P3) * Impacto Económico (P17).....	77
Tabla 32 Gestión Crediticia (P6) * Impacto Social (P14).....	80
Tabla 33 Gestión Crediticia (P6) * Impacto Económico (P19).....	81
Tabla 34 Gestión Crediticia (P7) * Impacto Económico (P18).....	82
Tabla 35 Campañas Crediticias (P11) * Impacto Social (P16).....	84
Tabla 36 Campañas Crediticias (P12) * Impacto Económico (P17).....	85
Tabla 37 Campañas Crediticias (P12) * Impacto Económico (P19).....	86

## LISTA DE GRÁFICOS

Figura 1. Esquema de las variables y sus relaciones: .....	3
Figura 2: Orden del procesamiento de datos.....	42
Figura 3: Distribución porcentual de la propuesta 1, El impacto económico del Banco y de los clientes serían positivos si los volúmenes de préstamos crecieran a causa de incrementar los topes de los montos de préstamos.....	45
Figura 4: Distribución porcentual de la propuesta 2, Si se incrementan los montos de préstamos de 19 000 a 25 000 soles para los trabajadores y pensionistas mayores de 60, pero menores de 77 años, mejoraría sustancialmente los volúmenes de préstamos.....	46
<b>Figura 5:</b> Distribución porcentual de la propuesta 3, Si la tasa de interés bajara, la demanda de préstamos Multired aumentaría, gana el estado, gana el cliente.....	47
<b>Figura 6:</b> Distribución porcentual de la propuesta 4, Si la tasa de interés subiera, bajaría la demanda de préstamos Multired. El impacto sería menor, ya que los clientes se irían al banco de la competencia. ....	48
<b>Figura 7.</b> Distribución porcentual de la propuesta 5, El uso de la tecnología para pre calificar y otorgar los créditos a los clientes mediante el uso de celulares o las computadoras sería atractivo y generaría un impacto positivo a los prestamos Multired, esto disminuiría el malestar de los clientes por las largas colas, pérdida de tiempo, aminora el riesgo de robos y accidentes generando bienestar y comodidad desde sus trabajos u hogares. ....	49
<b>Figura 8:</b> Distribución porcentual de la propuesta 6, La capacidad de endeudamiento de los clientes, representa un ratio del 40% para el descuento de los ingresos por el banco, incrementando otros ingresos sustentables los pensionistas quienes en	

mayoría perciben ingresos por debajo del sueldo mínimo, mejorarían sus volúmenes de préstamos por lo tanto no tendrían que endeudarse en otros bancos o financieras. ....51

**Figura 9:** Distribución porcentual de la propuesta 7, El sistema debería modernizarse con la finalidad de poder cobrar no solo de la cuenta originaria del préstamo sino también de cualquier otra cuenta del mismo banco ya que en muchos casos cuando pasan a ser pensionistas les empiezan a pagar su pensión por otras cuentas, es por este motivo que muchos clientes caen en morosidad y son reportados al Sistema Financiero como morosos.....52

Figura 10: Distribución porcentual de la propuesta 8, El Planeamiento crediticio desarrolla mecanismos de recuperación, mediante la gestión crediticia planteando no sobre endeudar a los clientes tomando en cuenta como máximo 4 deudas en entidades financieras incluido el Banco de la Nación, por lo tanto, el cliente no tendría dificultades para cumplir sus obligaciones, es por eso que es necesario difundir charlas de educación financiera en nuestras propias oficinas. ....53

Figura 11. Distribución porcentual de la propuesta 9, Proponer que en todos los destinos del módulo itinerante se aplique una tasa de interés más baja que las que se dan en el mismo banco, de esta manera se impulsarán los préstamos a clientes que por el horario de sus trabajos no son atendidos en nuestras oficinas. ....54

Figura 12: Distribución porcentual de la propuesta10, Si en los módulos itinerantes se interactuara con los clientes mediante un animador haciéndolos bailar o participar en concursos, sorteos y repartiendo material publicitario, se fidelizaría al cliente haciéndoles sentir bien contribuyendo a su bienestar emocional.....55

- Figura 13:** Distribución porcentual de la propuesta 11, Se lanzarían promociones como bajar la tasa de interés e impulsando el turismo nacional por cada feriado largo que se presente, de esta manera se reactivaría la economía en dichos destinos.....56
- Figura 14: Distribución porcentual de la propuesta 12, Por cada desembolso de préstamo lanzar un mensaje donde el cliente podría ser acreedor de un regalo que no sea muy costoso, pero necesario en el hogar .....57
- Figura 15: Distribución porcentual de la propuesta 13, Los préstamos Multired permiten que mucha gente progrese ya que estos préstamos están destinados a la educación y desarrollo profesional, para lograr dicho desarrollo es necesario implementar paquetes publicitarios en los inicios de cada etapa escolar, universitaria y posgrado haciendo acuerdos con las distintas instituciones educativas sobretodo en el momento de las matrículas. ....58
- Figura 16: Distribución porcentual de la propuesta 14, El Planeamiento crediticio impacta a nuestra sociedad a corto, mediano y largo plazo ya que, mediante los préstamos, los clientes desarrollan su infraestructura, mejorando su calidad de vida, por lo tanto, es necesario llegar a este público objetivo, invitándolos en nuestras propias oficinas, mediante una publicidad en los videos, que se acerquen a los módulos de préstamos para asesorarlos. ....59
- Figura 17: Distribución porcentual de la propuesta 15, El préstamo Multired impacta en la psicología de los clientes ya que mejora la autoestima y el respeto propio, es por eso que se debe implementar políticas de difusión masiva como las redes sociales, periódicos y televisión para llegar a todos nuestros clientes en general. ....60
- Figura 18: Distribución porcentual de la propuesta 16, Proponer una cuota comodín al año del préstamo Multired donde el cliente podría elegir qué mes no pagar su cuota

- por cualquier contingencia económica que le sucediera, esto contribuye a la seguridad y satisfacción personal. ....61
- Figura 19: Distribución porcentual de la propuesta 17, Difundir los préstamos Multired para emprendedores, esto va de la mano con una campaña publicitaria, podría mejorarse el producto con intereses más bajos y montos mayores a lo actual establecido, consecuentemente este direccionamiento del préstamo contribuiría a la reactivación económica Nacional, generando consumo y empleo dinamizando la economía.....63
- Figura 20: Distribución porcentual de la propuesta 18, A más volúmenes de préstamos mayor sobre ganancia para el banco, por parte de los intereses cobrados, esto genera mayor pago del impuesto a la renta, por lo tanto estimula la reactivación económica, es por esto la importancia de incrementar los topes como de 50 000.00 a 75 000,00 soles. ....64
- Figura 21: Distribución porcentual de la propuesta 19, El impacto del préstamo hacia sus clientes se ve reflejado en la consecuencia de como el gestor comercial orienta a los clientes de que manera pueden acceder a otros canales de atención como Banca celular, cajeros automáticos, agentes corresponsales, fortaleciendo el servicio y descongestionando la afluencia de público en las agencias.....65
- Figura 22: Distribución porcentual de la propuesta 20, El préstamo Multired también está dirigido a pensionistas y trabajadores en zonas inaccesibles donde solo el Banco de la Nación tiene presencia por lo tanto para dinamizar estos créditos en esas zonas se propone en las campañas de pagos de pensionistas, facilitar transporte (en puntos y horarios establecidos), con publicidad exterior de los préstamos Multired. ....66



- Figura 23: Distribución porcentual de la propuesta 21, Si se capacitaría al personal de préstamos a nivel nacional sobre la importancia del ahorro para transmitirle al cliente, se reduciría el sobreendeudamiento de los mismos.....67
- Figura 24: Distribución porcentual de la propuesta 22, Es necesario inculcar a los usuarios el sentido del ahorro ya que esto generaría un desarrollo en sus economías orientándoles y aconsejándoles en las agencias como en las mismas instituciones del estado, mediante videos, panfletos y charlas, por lo tanto, se crearía una cultura del ahorro.....68
- Figura 25: Distribución del sexo donde se aprecia que predominan las mujeres .....70
- Figura 26: Distribución gráfica del Chi Cuadrado.....71

## RESUMEN

La presente tesis “*Planeamiento crediticio y su impacto en los préstamos Multired del Banco de la Nación*” tiene como finalidad determinar si la aplicación de un acertado Planeamiento crediticio logra mantener un crecimiento sostenido, responsable y eficiente en los otorgamientos de préstamos Multired y que es necesario trazar objetivos a corto, mediano y largo plazo. Se validó la hipótesis usando el contraste de la Chi-Cuadrado De Pearson, asumiendo un nivel de significación menor del 5%, qué vendría a ser la región de aceptación y la diferencia de rechazo que vendría a ser la hipótesis nula.

El propósito de esta investigación es demostrar que sin Planeamiento crediticio para el préstamo Multired habría improvisación en la toma de decisiones y esto conllevaría a errores en la solución de las siempre presentes contingencias.

Donde se demuestra que las hipótesis son validadas desde qué se encuentra una relación estrecha o sociedad entre las variables con las dimensiones, por lo tanto existe compatibilidad e influencia de las políticas, gestión y campañas crediticias con el impacto social y económico, en consecuencia esto afecta positivamente en las colocaciones de préstamos Multired, flexibilizando las políticas crediticias se hace más atractivo el producto en el ámbito social destinando estos préstamos a la educación y desarrollo profesional, en lo económico se reactiva la economía nacional cómo de los clientes ya qué se dinamiza las operaciones financieras, este circuito económico se desarrolla de una manera ordenada cuando existe una adecuada gestión crediticia donde se plantean procedimientos en el cumplimiento de los objetivos de todas las actividades.

**Palabras Clave:** Planeamiento Crediticio, Préstamos Multired, Banco de la Nación.

## ABSTRACT

This thesis "Credit Planning and its impact on Multired Loans of the Banco de la Nación" has as purpose to determine if the application of a successful credit planning manages to maintain a sustained, responsible and efficient growth in the granting of Multired loans and that is necessary trace objectives in the short, medium and long term. The hypothesis was validated using the Pearson Chi-Square contrast, assuming a significance level of less than 5%, what would be the acceptance region and the rejection difference that would be the null hypothesis.

The purpose of this research is to demonstrate that without credit planning for the Multired loan there would be improvisation in the decision making process and this would lead to errors in the solution of the always present contingencies.

Where it is demonstrated that the hypotheses are validated from what is a close relationship or society between the variables with the dimensions, therefore there is compatibility and influence of the policies, management and credit campaigns with the social and economic impact, consequently this affects positively in the placements of Multired loans, by making lending policies more flexible, the product becomes more attractive in the social sphere by allocating these loans to education and professional development; in the economic sphere, the national economy is reactivated, as well as from the clients and to what the operations are made more dynamic financial, this economic circuit is developed in an orderly manner when there is adequate credit management where procedures are presented in compliance with the objectives of all activities.

**Keywords:** Credit Planning, Multired Loans, Banco de la Nación.

## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DE ESTUDIO

#### 1.1. Descripción de la realidad problemática

Los préstamos Multired tienen como objetivo mejorar la capacidad adquisitiva de los trabajadores y pensionistas del sector público en especial la de aquellos con menores recursos, que residen en las zonas más alejadas y consideradas de extrema pobreza que antes no contaban con accesos al sistema financiero.

El Banco de la Nación otorga préstamos Multired a los trabajadores y pensionistas del sector público a tasas preferenciales, el comportamiento del Prestamos Multired en cantidad y en volumen ha tenido una evolución positiva en el año 2016, 2017 y 2018. Para mantener esta evolución positiva en un entorno cambiante y voluble por los cambios consecutivos de sus autoridades ya que por cada cambio de gobierno se les quita la confianza para pasárselos a nuevos Gerentes y Directivos que no necesariamente son de la misma institución financiera, cambiando las reglas del juego constantemente desde hace muchos años, tenemos en el planeamiento crediticio una herramienta de gestión adecuada, planificada, ordenada, controlada, eficiente y eficaz para mejorar las colocaciones de préstamos Multired teniendo como objetivo el factor humano desencadenando en un impacto social mejorando la calidad de vida consecuentemente al bienestar del cliente, en un impacto económico bancarizando, incluyendo y educando financieramente, incentivando el desarrollo y progreso reactivando la economía mediante una cadena comercial donde toda la sociedad se beneficia principalmente el estado y sus habitantes, al no aprovechar al máximo el Planeamiento crediticio se pone en riesgo el comportamiento sano del producto al estar a merced de las contingencias.

Analizando el entorno en el que se desempeña, el Banco de la Nación continuó con una importante etapa de crecimiento de las principales cuentas, y como consecuencia de ello, se viene logrando una importante participación de activos, créditos y depósitos, así como el

fortalecimiento de la solvencia patrimonial y convenientes índices financieros. En relación con los riesgos financieros del sistema, el BN continúa registrando uno de los niveles de morosidad más bajos del sistema, un índice de protección por encima del promedio y un ratio de apalancamiento global en los niveles adecuados exigidos por las normas vigentes de la SBS. De acuerdo a la fortaleza que se viene teniendo se hace necesario contar con herramientas que permitan a este sector mantenerse y continuar creciendo bajo ese nivel de solidez. Partiendo del buen momento por el que atraviesa el BN, también se hace necesario buscar herramientas de gestión que permitan a este tipo de instituciones ser competitivas en su sector.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

- ¿En qué medida el Planeamiento Crediticio mejora las colocaciones de préstamos Multired del Banco de la Nación?

### **1.2.2. Problemas específicos**

- ¿En qué medida las Políticas Crediticias mejora las colocaciones de Préstamos Multired del Banco de la Nación?
- ¿En qué medida la Gestión Crediticia mejora las colocaciones de Préstamos Multired del Banco de la Nación?
- ¿En qué medida las Campañas Crediticias mejora las colocaciones de Préstamos Multired del Banco de la Nación?

## **1.3. Formulación de la Variable**

### **1.3.1. Variable independiente**

- Planeamiento Crediticio viene a ser el proceso metodológico de implementación de reglas, procedimientos, parámetros y lineamientos que deben estar en la visión de toda

institución financiera para lograr un objetivo, enfocado en lograr resultados a corto, mediano y largo plazo para los Prestamos Multired del Banco de la Nación.

Para mantener esa evolución positiva es necesario implementar un Planeamiento crediticio.

### 1.3.2. Variable dependiente

- Impacto en las colocaciones de préstamos Multired.

En el presente trabajo, se quiere demostrar que implementando un Planeamiento crediticio las colocaciones de préstamos Multired, mejorarían no solamente en las colocaciones de créditos, sino también contribuir con el desarrollo de las personas, sus familias y aportar al crecimiento económico del País reactivando la economía, a mayores préstamos mayores gastos y contribución de impuestos.

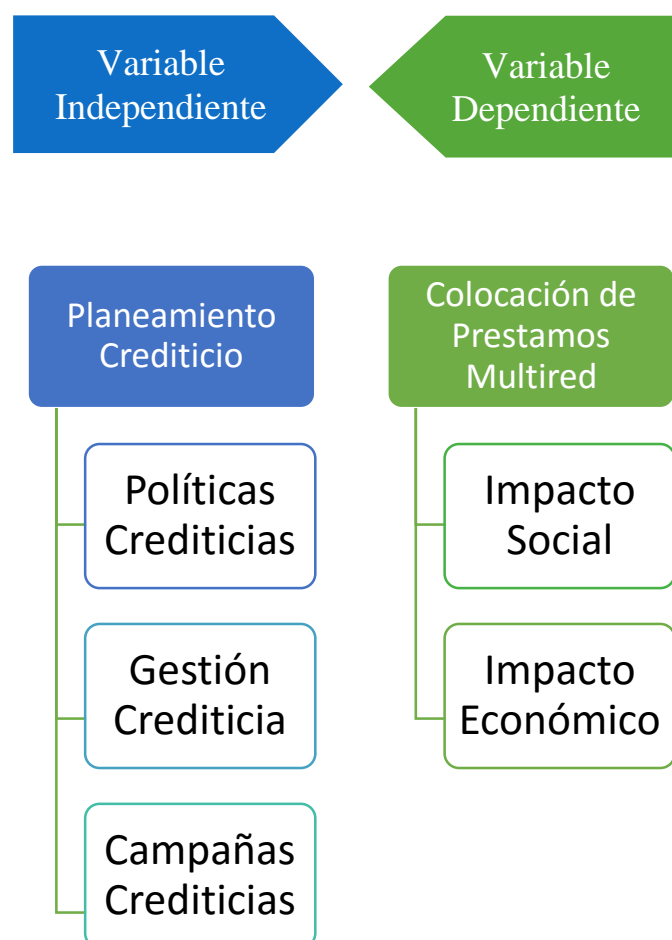


Figura 1. Esquema de las variables y sus relaciones:

## **1.4. Objetivos de la investigación**

### **1.4.1. Objetivo general**

- Determinar cómo el Planeamiento crediticio mejora las colocaciones de préstamos Multired del Banco de la Nación

### **1.4.2. Objetivos específicos**

- Determinar cómo las políticas crediticias mejoran las colocaciones de préstamos Multired del Banco de la Nación
- Determinar como la Gestión Crediticia mejora las colocaciones de préstamos Multired del Banco de la Nación
- Determinar cómo las campañas crediticias mejoran las colocaciones de Préstamos Multired del Banco de la Nación.

## **1.5. Justificación o importancia del estudio**

El Banco de la Nación como toda institución del Estado busca otorgar un servicio con carácter Social para incluir financieramente a los trabajadores del sector Público, para esta misión se creó el Préstamo Multired, con el fin de contribuir a mejorar la calidad de vida y solucionar sus necesidades con créditos de tasas de interés bajo, como también cumplir su rol subsidiario como Banco – Estado, dando un servicio al trabajador y pensionista, es por eso que un Planeamiento crediticio fortalecería los préstamos Multired y en consecuencia al Banco de Nación ya que se lograrían los objetivos crediticios con sostenibilidad financiera. La Planeación Crediticia es importante porque mejoraría las colocaciones de Préstamos en número como en volumen, habría mayor aceptación y participación en el mercado fidelizando a sus clientes.

El plan empresarial, para el desarrollo eficiente del BN, permitirá que se establezcan metas de corto y mediano plazo de sus principales cuentas e indicadores, esto logrará establecer el

análisis de diferenciales, dentro de las pautas establecidas por el sistema; también ayudará a cumplir su misión y visión, ya que los objetivos que persigue el modelo están ligados a mejorar el desempeño del BN en un medio bastante competitivo actualmente como es el mercado financiero.

Asimismo, el plan determinará la proyección del crecimiento del BN, basadas en sus fortalezas y áreas de mejoramiento.

Por otro lado, el sistema de monitoreo es una herramienta de administración ejecutiva que permitirá a los gerentes identificar rápida y precisamente las áreas que presentan problemas de gestión, y hacer los ajustes necesarios de manera oportuna. En cuanto a eficiencia, está demostrado que el planeamiento financiero es un “sistema de alerta rápida” que genera información gerencial confiable, su funcionabilidad permite establecer ratios y fórmulas de evaluación estandarizados, formulando un idioma financiero universal que todos pueden hablar y entender.

El análisis de diferenciales es determinante para complementar la evaluación del rendimiento financiero. Este sistema de análisis y evaluación muestra el rendimiento del BN en sus activos (préstamos e inversiones), costo de fondos (cuentas de depósito), gastos y los activos productivos netos (rendimiento de los activos.). También sirve para proyectar tendencias relacionadas con la evaluación del comportamiento financiero de la institución.

También, es necesario tomar en cuenta que el nivel de desarrollo que se está dando en el negocio de las finanzas en el país, está obligando a reducir las tasas de interés que cobran en préstamos y aumentar las tasas de interés por los depósitos que reciben, por lo que requieren nuevas herramientas de gestión para mejorar la administración y desempeño del BN en este nuevo escenario de crecimiento en el sector.

Se debe aprovechar la situación y comportamiento moderado que tiene actualmente el sistema financiero en el Perú, ya que se aprecia un índice de morosidad con un comportamiento



mucho más bajo en relación a las empresas que participan en el sector financiero. Por lo tanto, se cree conveniente aportar con ideas concretas y modelos de gestión que ayuden a mantener o mejorar el posicionamiento logrado por el sistema en conjunto. Particularmente en el caso del BN, se busca mejorar en el ranking del sector y también a proteger los activos totales que tienen, mejorar la situación de los créditos, depósitos y el patrimonio neto.

## **1.6. Alcance y limitaciones**

### **1.6.1. Alcance**

Esta investigación tiene como alcance monitorear el desarrollo e implementación de un Planeamiento Crediticio mediante los cambios de Políticas crediticias, mejoramiento de los procesos en la gestión crediticia y fidelización con campañas crediticias, esto conllevaría a un impacto en lo social y económico para los clientes, como para el Estado.

Por lo tanto, este estudio ha mostrado la utilidad que tiene el uso de un modelo de evaluación financiera y de planificación empresarial, ya que permite fortalecer la función de monitoreo y control, al identificar operaciones críticas relacionadas con la administración del BN, brindando al ente control y las otras áreas una fuente de información que facilite la toma de decisiones. De ese modo se contribuye con los objetivos estratégicos de la gerencia de hacia el desarrollo institucional.

La contribución de analizar la viabilidad de un mecanismo alternativo de gestión para las el BN permitiría disminuir la referida dependencia hacia los depósitos, así como diversificar sus fuentes de fondeo de mediano y largo plazo. Con ello, se podrá ampliar las operaciones mediante una mayor rotación de sus colocaciones a corto plazo o el mayor otorgamiento de préstamos de mediano y largo plazo.

Finalmente, una mayor diversificación de las fuentes de financiamiento permitiría en sostener y consolidar su crecimiento a largo plazo, y reducir su exposición a los vaivenes del mercado, principalmente ante situaciones de crisis de liquidez.

Considerando que, en los últimos años, producto de un importante dinamismo del sector financiero y micro financiero, se incrementó la participación de instituciones micro financieras en provincias, orientadas a ofrecer servicios financieros, en la zona rural y urbana, las microempresas, empresas familiares o productores individuales, y a personas con limitado acceso al sistema bancario tradicional, como consecuencia de su condición socioeconómica; se deben tomar las medidas pertinentes, pues el objetivo común de estas instituciones es brindar diversos servicios financieros a las personas de bajos ingresos, con calidad en el servicio y esmerada atención al cliente.

Se dice mucho del tema, pero en realidad muy pocas organizaciones aplican esta herramienta como ventaja respecto a su competencia, en ese sentido, en la presente investigación se establece como alcance el diseño exploratorio y correlacional. La investigación es de tipo descriptivo, porque su objetivo es describir y especificar las características y rasgos importantes de cada una de las variables.

Se tomó como base el marco teórico de cada variable y mediante la aplicación de adecuadas técnicas e instrumentos del sistema de planeamiento financiero, se realizó la recolección de datos e información. Esta información procesada sirvió de base para la investigación correlacional. También la investigación presenta un diseño de tipo correlacional, porque pretende identificar la relación o grado de asociación que existe entre los indicadores de medida del sistema y la mejora de la gestión financiera del BN.

### **1.6.2. Limitaciones**

Tomando en cuenta las limitaciones que afectaron el desarrollo de la tesis e investigación, fueron los más relevantes por un lado la falta de información por parte del área de finanzas del banco, con respecto de cómo se basa, de qué fuente se enriquece para determinar las metas y objetivos que deben cumplir los responsables de colocar y difundir los Préstamos Multired, por lo tanto desconocer ese diseño de metas es una limitación, por otro

lado el banco no publica ni da razón los motivos por el cual el préstamo Multired fue afectado al impulsar las tarjetas de crédito MasterCard cuando hicieron su aparición en el año 2014, luego en el 2017 cayo significativamente y consecuentemente los préstamos Multired se levantaron, está falta de conocimiento sobre los manejos y la toma de decisiones que tienen cómo consecuencia el impulso y crecimiento cómo el perjuicio de los créditos en general, si se responsabiliza algún área o algún factor externo cómo el mercado, la competencia y la economía del país, ocasiona una limitación en esta investigación, ya que el objetivo es diseñar un Planeamiento Crediticio sin caer en los mismos errores.

Disposición de tiempo, es la limitación más importante ya que el investigador trabaja en el Banco de la Nación cómo Gestor Comercial en la agencia de San Miguel – lima, por lo tanto, el trabajo es en Plataforma atendiendo al público, evaluando y otorgando préstamos, marcando el registro del horario de salida cómo el retorno para el refrigerio de 45 minutos, terminando la jornada laboral 7:00 pm. Aproximadamente, cómo el trabajo es atención al público, se trabaja todos los sábados y no se goza de los feriados largos, prácticamente los únicos días libres para estudiar serían los domingos y feriados de calendario.

Factor económico, la distancia del centro de trabajo, San Miguel a la Universidad Ricardo Palma, Surco, en hora punta, es toda una travesía ya que el ingreso a clases del programa de titulación por tesis son los lunes y miércoles, por lo tanto llegar a tiempo a clases requiere movilizarse en taxi, en todo el periodo de marzo a julio del presente año, aparte de las copias, anillados y empastados, también en horario de trabajo se ha solicitado permiso para avanzar la tesis y esas horas no trabajadas representa descuento y disminución en el sueldo.

Sin embargo, estas limitaciones no han impedido conseguir los objetivos de la investigación.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

#### 2.1. Antecedentes de la investigación

##### *Nacionales*

Arana, Núñez, Ore, & Velazco (2017) presentaron la investigación titulada “Planeamiento Estratégico del Sistema de Cajas Rurales de Ahorro y Crédito en el Perú”, este trabajo de investigación con respecto a las cajas rurales tiene algunas coincidencias como la elaboración de un plan estratégico a largo plazo para aplicar herramientas que mejoren la situación que atraviesan estas cajas que en su momento fueron perdiendo presencia en el mercado por su modelo de negocios, problemas en sus indicadores de gestión y por qué ya no son exclusivamente rurales. El crecimiento de la economía peruana en los últimos años se ha debido en parte al impulso que vienen generado las instituciones micro financieras; y, actualmente tienen el protagonismo de ser agentes económicos activos, tal es el caso de las cooperativas de ahorro y crédito que operan en las zonas rurales del país y que han permitido disminuir en gran proporción desigualdades sociales y económicas en el Perú, creando valores de responsabilidad, apoyo mutuo, desarrollando una cultura de pago, que es un pilar muy importante para potenciar las economías locales y regionales al interior del país.

Herrera Bay (2017) presentó la investigación titulada “Aplicación de herramientas de planificación y su incidencia en el cumplimiento de los objetivos institucionales en el área de créditos del Banco de la Nación, 2012”, este trabajo tiene similitud a la actual investigación que se está desarrollando, ya que está enfocado a la elaboración de herramientas de planificación y cumplimientos de objetivos institucionales en el área de créditos del Banco de la Nación. La aplicación de herramientas de administración ejecutiva ha permitido a los gerentes identificar rápida y precisamente las áreas que presentan problemas de gestión, y hacer los ajustes necesarios de manera oportuna. En cuanto a eficiencia, está demostrado que

es un “sistema de alerta rápida” que genera información gerencial confiable, su funcionalidad permite establecer ratios y fórmulas de evaluación estandarizados, formulando un idioma financiero universal que todos pueden hablar y entender.

Carrasco (2012) desarrolló la investigación titulada “Estudio sobre implementación de Gestión basada en Procesos en BANCOESTADO”, la tesis para obtener el grado de Magister en Gestión y dirección de empresas. Este estudio se basó en mejorar la calidad de procesos al interior del banco que a pesar de los avances tecnológicos y científicos logrados en los últimos 15 años en materia de comercio cómo de operatividad, el banco sigue catalogado como una organización lenta, burocrática e ineficiente y es necesario un cambio en esos 2 factores, también se propone un conjunto de propuestas de mejora que potencian los resultados de la gestión de procesos y aportan el valor agregado necesario para consolidar las nuevas prácticas incentivando a la institución alcanzar sus objetivos.

Alva, De la Cruz, & Escobedo (2017) presentaron la investigación titulada “Modelo de gestión para una adecuada evaluación financiera para cooperativas de ahorro y crédito en el Perú aplicando la metodología del plan empresarial y el sistema de monitoreo Perlas”, el objetivo ha sido proponer un modelo de evaluación financiera para las cooperativas de ahorro y crédito del norte del Perú, a través de la metodología sistema de monitoreo PERLAS y el Plan Empresarial. Los resultados de la investigación demuestran que la aplicación del modelo PERLAS permite lograr un mejor posicionamiento financiero de la Cooperativa NSR, en síntesis, los depósitos de ahorro son del 73% para el año 2015, que hacen un calce exacto con las captaciones de depósitos. El capital institucional se encuentra sobre el 5%, PERLAS recomienda contar con un mínimo de 10%, los ingresos por préstamos se redujeron mucho en el año 2014, hasta llegar al 28.23%, los gastos operativos se encontraban sobre el 12% para el año 2009 y han bajado a menos del 10% para el año 2015. En cuanto a la liquidez la COOPAC NSR en el año 2014 presentaba un 26.37% de Disponible con respecto a los

depósitos. A nivel de señales expansivas, se puede apreciar que la COOPAC NSR está creciendo bien en los últimos años, la cartera de préstamos se encuentra creciendo sobre el 51.67% en el año 2015.

Castellanos (2016) presentó la investigación titulada “la banca comunal y la reducción de la pobreza en la zona periurbana de lima, en el período 2010- 2012”, el objetivo fue determinar y explicar de qué manera los resultados obtenidos de la Banca Comunal permiten mejorar la reducción de la pobreza en la zona peri urbana de Lima, se concluyó que la participación de diversos actores en el sector micro-financiero ya sean por sus tipos de productos y por las zonas territoriales de atención, revelan intensiones que las instituciones van en pos de especialización por el tipo de productos, tomando en cuenta las reales necesidades de los clientes y su propia problemática e idiosincrasia y ya no imponer “productos enlatados” sin ninguna averiguación ni validación de mercado.

### ***Internacionales***

Bermúdez & Peña (2016) desarrolló la propuesta de estudio titulada “Propuesta plan estratégico para recuperación cartera vencida en Intelsa S.A”, en la presente investigación se realizó un análisis de la situación de la cartera vencida y cuentas por cobrar de clientes de la empresa IMTELSA S.A., dentro de este proceso investigativo se evidenció falencias en el área crediticia y cobranzas tales como la falta de procesos y políticas que salvaguarden la integridad de los valores a recaudar. Esta situación ocasionó que la organización tenga inconvenientes con la liquidez, viéndose afectado los flujos que sirven para la realización de las operaciones y pago a empleados. La propuesta del proyecto se basa en el diseño de un plan estratégico para el departamento de créditos y cobranzas, donde se establece objetivos departamentales y funciones específicas del área ya que la empresa no cuenta con parámetros de acción para evaluar a un cliente, definir montos, con la finalidad de mejorar la efectividad del cobro de los valores y asegurar la liquidez de la empresa.

Basantes (2010) con el tema “Plan estratégico de recuperación de la cartera financiera existente en la ESPOCH” que consistió en plantear un plan estratégico que le permita recuperar la cartera vencida de los estudiantes que quedan impagos en sus estudios universitarios, por lo que esto afecta a los futuros becarios al no haber flujos de efectivos al no recuperar de forma efectiva los valores prestados con anterioridad. Su resultado fue dejar plasmado un manual de procedimiento para un correcto control interno en la gestión de cobranzas.

En el estudio realizado por el tesista Andrade (2013), gestionó el proceso de crédito y cobranza para prevenir el vencimiento de cartera, en el Banco Pichincha de la ciudad de Guayaquil, por lo que uso un estudio transversal desde el 2011 hasta el 2013, con los siguientes resultados: la existencia de la baja recuperación de cartera es un problema real en toda entidad que brinda créditos, demostrando en el contexto del trabajo un índice de morosidad hacia la institución financiera, reformulando sus sistema de cobranza para la recuperación y prevención de vencimiento de cartera crediticia.

En el estudio realizado por las tesis Veintimilla & Zamora (2014), en su tema “Desarrollo de un plan de recuperación de cartera vencida por concepto de transmisión de energía en TRANSELECTRIC S.A.”, que surge en respuesta a la imperante necesidad de la compañía de recuperar de forma eficiente los altos rubros que adeudan las empresas de distribución del país, mismos que de no recibir el tratamiento adecuado serán imposibles de manejar, llegando a ser incobrables. A pesar de ser una empresa solida financieramente, esto fue motivo para el planteamiento de estrategias que permitan disminuir la cartera vencida que sobrepasaba el 10% de la misma.

En el estudio realizado por las tesis Chávez y Holguín (2013) en su tema “Diseño de un plan estratégico para la recuperación de cartera del sector agrícola de la cooperativa de ahorro y crédito Agrícola Junín LTDA. del cantón Junín provincia de Manabí”, empresa que

no solo otorgaba créditos a personas y empresa del cantón Junín, sino que abarcaba a todos los pueblos aledaños a este cantón, así como otros cantones, como lo son Calceta, Portoviejo, Manta, Rocafuerte, Chone, cuyos principales y mayores clientes son del sector agrícola. La investigación fue de tipo descriptiva, recogiendo datos a través de entrevistas y observación directa, permitiendo así los resultados evidenciar las falencias del proceso al momento de realizar la gestión de cobranzas que afectaba a la institución. Después de un intenso análisis, la propuesta se basaba en plantear un plan estratégico que permita recaudar valores y recuperar cartera vencida, a través de procedimientos correctamente establecidos previos al otorgamiento del mismo crédito al cliente.

En el estudio realizado por Sánchez (2011) en su tema “Desarrollo de un plan estratégico para recuperar la cartera vencida de clientes de la empresa PRODUCURTIMARC de la ciudad de Ambato” cuya propuesta resultante de la investigación direccionó a la institución al desarrollo de una planificación estratégica departamental y en la gestión de los créditos, con la aplicación de tácticas ofensivas y defensivas que contribuyan a afrontar las condiciones críticas de la cartera en mora dada por una mala administración del crédito y gestión del mismo. Esto culminó con una propuesta también de una reestructuración de las políticas crediticias de la institución.

Los estudios plantean la necesidad de una auditoria y revisión del sistema de crédito que se emplea en una organización, para poder identificar los riesgos financieros. La morosidad de los clientes de la empresa, el nivel de vencimiento, el estado de mora de la empresa a la actualidad. Es necesario invertir tiempo y esfuerzo en proponer un plan estratégico que permita recuperar rubros vencidos, proponiendo un sistema de acciones que sean de carácter preventivo.



## 2.2. Bases teórico - científicas:

### El plan empresarial

El plan empresarial es una herramienta de apoyo proporcionado por el Proyecto, para el desarrollo eficiente del BN, mediante el establecimiento de metas de corto y mediano plazo de sus principales cuentas e indicadores, dentro de las pautas establecidas por el modelo, permitiendo el cumplimiento de su misión social y su misión empresarial, ayudando a mantener el equilibrio y armonía entre ambos (Jimenez & Brooke, 2009).

Otra conceptualización se configura como una proyección del desarrollo el BN, que se relaciona con el crecimiento del BN con su estructura financiera, gastos operativos, disciplinas financieras y, sobre todo, tasas pasivas y activas que debería cobrar, para cumplir con las normas prudenciales (Jimenez & Brooke, 2009, pág. 22). El plan empresarial contiene un plan de implementación, en donde se analizan las fortalezas de la institución como también sus debilidades, proponiendo alternativas de mejora, tanto en lo operacional, posicionamiento estratégico, análisis de préstamos y depósitos, desempeño del BN, incluyendo los costos asociados.

Es una manera de proyectar un crecimiento basado en:

- Estándares
- Disciplinas
- Crecimiento de activos deseados.
- El incremento de gastos financieros y no financieros.
- Una tasa empresarial.

Es una herramienta que permite al BN:

- Controlar gastos.
- Definir políticas y procedimientos.
- Supervisar el crecimiento controlado de su institución.

- Responsabiliza a los funcionarios sobre sus decisiones.
- Da visión al futuro de su institución.

Es una herramienta gerencial que permite a los gerentes:

- Tener un plan de acción de un crecimiento controlado
- Proveer visión
- Una manera de asignar recursos
- Una manera de mejorar los servicios a los miembros
- Tener un plan de acción de un año

El sistema señala las deficiencias financieras, y el plan empresarial apoya a solucionar las mismas.

El objetivo del plan empresarial debe ser promover e implementar una nueva visión o enfoque en el BN a través de actividades de capacitación. Este objetivo se fundamenta en los principios del marco conceptual de la cooperativa de ahorro y crédito modelo:

- Ideología – empresarial.
- Ambiente legal moderno.
- Recursos humanos preparados.
- Estructura financiera basada en el ahorro voluntario.
- Tasas de ahorro competitivas y tasas de préstamos empresariales.
- Disciplinas financieras sólidas.
- Mercadeo orientado hacia resultados.
- Préstamos evaluados y otorgados

El plan empresarial busca aproximar a las organizaciones más hacia esta etapa ideal de desarrollo. (LDS Jobs, 2012)

### **El análisis de diferenciales**

El análisis de diferenciales es una de las herramientas importantes para evaluar el rendimiento financiero de la cooperativa de ahorro y crédito. Este sistema de análisis y evaluación permite mostrar el rendimiento del BN en sus activos (préstamos e inversiones), costo de fondos (cuentas de depósito), gastos y los activos productivos netos (rendimiento de los activos.). También sirve para proyectar tendencias, estas proyecciones pueden hacerse para el año siguiente o inclusive para años posteriores al siguiente.

### **Préstamo Bancario**

Es el crédito que concede un banco. Por lo general, esta operación comienza cuando una persona acude a la entidad bancaria para solicitar dinero prestado. Al recibir el pedido, el banco analizará la capacidad de pago y aprobará la entrega de un cierto monto bajo determinadas condiciones. La ganancia del banco estará en que, al devolver el dinero, la persona tendrá que entregar un adicional en concepto de intereses (Pérez Porto & Merino, 2015).

### **Créditos**

El origen etimológico de la palabra crédito nos remonta al latín *creditum*, que significa “cosa confiada”. Por lo tanto, la noción de crédito aparece vinculada con tener confianza. Un crédito es una cantidad de dinero que se le debe a una entidad (por ejemplo, un banco) o a una persona. (Pérez Porto & Gardey, Definición de crédito).

- Cartera de préstamos. Todos los ingresos por intereses, multas por intereses morosos y comisiones de operaciones crediticias se dividen por el monto total invertido en la cartera de préstamos.

### **Inversiones líquidas**

- Todos los ingresos de cuentas de ahorro de bancos y reservas de liquidez depositadas con la asociación nacional o el ente regulador se dividen por los montos invertidos en estas áreas.

**Inversiones financieras**

- Muchas cooperativas de ahorro y crédito invierten su liquidez en inversiones financieras (p. ej., valores emitidos por el gobierno) que pagan un mayor rendimiento que las cuentas de ahorro en bancos. Estos ingresos por inversiones también se dividen por el capital pendiente invertido en estos instrumentos.

**Otras inversiones no financieras**

- Cualquier inversión que no pertenece a las categorías anteriores se clasifica como “otra” inversión no financiera. Para muchas cooperativas de ahorro y crédito, esto incluye inversiones en supermercados, farmacias, escuelas y proyectos de desarrollo de viviendas residenciales. Todos los ingresos de estas varias fuentes también se dividen por las inversiones de capital originales.
- Los costos operativos también son importantes. Se clasifican en tres áreas principales:

**Costos de intermediación financiera**

- Esta área evalúa los costos financieros pagados por ahorros depositados, aportaciones de asociados y préstamos externos. A diferencia de los bancos comerciales que buscan minimizar sus costos financieros, el BN deben tratar de pagar la tasa más alta posible sin arriesgar la estabilidad de la institución.
- En muchos casos, una tasa de crecimiento insuficiente de los depósitos de ahorro se relaciona con tasas de interés no competitivas. Igualmente, los dividendos sobre el capital de aportaciones se monitorean cuidadosamente para asegurar que las cooperativas de ahorro y crédito no se aprovechen de sus asociados al pagar un dividendo sobre el capital de aportaciones que esté por debajo de un nivel aceptable.

**Costos administrativos**

- Otra área crítica que requiere un análisis cuidadoso es la de costos administrativos. Muchas instituciones financieras son muy competitivas con los bancos comerciales con

respecto a las tasas de interés sobre depósitos de préstamos, pero sus costos administrativos por unidad son mucho más altos. Los costos son más altos debido al monto de préstamo más pequeño. Los gastos fijos administrativos no pueden ser distribuidos sobre un monto de préstamo más grande.

- Por ejemplo, los costos fijos para otorgar un préstamo de US \$1.000 son casi idénticos a los de un préstamo de US \$10.000. Los costos administrativos altos son una de las razones principales por las que no son rentables. La meta “ideal” recomendada por el sistema financiero es mantener los costos administrativos entre el 3-10% del promedio de activo total.

### **Provisiones para préstamos incobrables**

- El área final de costos separa los costos de crear provisiones para préstamos incobrables de otros costos administrativos. Esto se puede facilitar con el uso de una nomenclatura clara de contabilidad. Las normas de contabilidad tradicionales normalmente incluyen las provisiones para préstamos incobrables como parte de los costos administrativos generales.
- En realidad, la creación de provisiones suficientes representa un tipo de gasto completamente distinto. Se relaciona directamente con un análisis experto de crédito y técnicas eficaces del cobro de préstamos. Al aislar este gasto de los otros costos administrativos, es posible tener una visión mucho más clara de las prácticas débiles de administración de crédito.

### ***Liquidez***

El manejo eficaz de liquidez es una habilidad que tiene mucho más importancia a medida que el BN cambia su estructura financiera de las aportaciones de asociados a los depósitos de ahorro, que son más volátiles. En muchos movimientos que siguen el modelo tradicional, las aportaciones de asociados son muy ilíquidas y la mayoría de los préstamos externos tienen un

largo período de reembolso, y, por lo tanto, hay poco incentivo para mantener reservas de liquidez (Richardson, 2009, pág. 9).

La liquidez tradicionalmente se analiza en términos del efectivo disponible para prestar, una variable controlada. Con la introducción de depósitos de ahorro que pueden ser retirados, el concepto de la liquidez cambia radicalmente. La liquidez ahora se refiere al efectivo necesario para retiros, una variable que el BN ya no puede controlar.

### **Capital**

El Capital es la cantidad de dinero que usted está pidiendo prestado.

### **Utilidad**

Proviene del latín utilitas, la utilidad es el interés, provecho o fruto que se obtiene de algo (Pérez & Merino, 2018).

### **Rentabilidad**

El diccionario de la Real Academia Española (RAE) define la rentabilidad como la condición de rentable y la capacidad de generar renta (beneficio, ganancia, provecho, utilidad). La rentabilidad, por lo tanto, está asociada a la obtención de ganancias a partir de una cierta inversión.

Lo habitual es que la rentabilidad haga referencia a las ganancias económicas que se obtienen mediante la utilización de determinados recursos. Por lo general se expresa en términos porcentuales (Pérez & Gardey 2018).

### **Eficacia**

Eficacia se define como hacer las cosas correctas, es decir las actividades de trabajo con las que la organización alcanza sus objetivos (Robbins & Coulter, 8va edición).

El mantenimiento de reservas de liquidez adecuadas es esencial para la administración financiera sólida. El sistema analiza la liquidez desde dos puntos de vista:

**Reserva total de liquidez**

- Este indicador mide el porcentaje de depósitos de ahorro invertidos como activo líquido en una asociación nacional o un banco comercial. La meta “ideal” es mantener un mínimo del 15% después de pagar todas las obligaciones a corto plazo (30 días o menos).

**Fondos líquidos inactivos**

- Las reservas de liquidez son importantes, pero también implican un costo de oportunidad perdida. Los fondos en las cuentas corrientes y cuentas de ahorro sencillas producen un rendimiento insignificante en comparación con otras alternativas para la inversión. Por consiguiente, es importante mantener las reservas de liquidez inactivas a un mínimo. La meta “ideal” para este ratio es reducir el porcentaje de liquidez inactiva para que sea lo más cerca posible a cero.

***Activos improductivos.***

Un activo improductivo es uno que no genera ingresos. Un exceso de activos improductivos afecta las ganancias negativamente. Los siguientes indicadores se usan para identificar el impacto de los activos improductivos:

Ratio de morosidad.

- De todos los ratios, el ratio de morosidad es la medida más importante de la debilidad institucional. Si la morosidad está alta, normalmente afecta todas las otras áreas claves de las operaciones.
- Al usar la fórmula para medir exactamente la morosidad, las cooperativas de ahorro y crédito reciben información correcta sobre la severidad de la situación antes de que se desarrolle una crisis. La meta ideal es mantener la tasa de morosidad por debajo del 5% del total de préstamos pendientes.

### **Porcentaje de activos improductivos.**

- El segundo ratio clave es el porcentaje de activos improductivos. Mientras más alto sea este indicador, más difícil será generar ganancias suficientes. La meta también limita activos improductivos a un máximo del 5% del total de activos.
- Cuando el BN tiene una fuerte necesidad de mejorar una mala imagen física, el ratio de activos improductivos puede aumentar a corto plazo.
- Una imagen mejorada es más importante para el éxito de programas agresivos de mercadeo que el mantener el ratio dentro de sus límites. Mientras nuevos asociados se unen y depositan sus ahorros, el ratio de activos improductivos comienza a disminuir como resultado del aumento en la confianza pública.

### **Financiamiento de activos improductivos**

- Mientras la reducción del porcentaje de activos improductivos es importante, el financiamiento de estos activos es de igual importancia. Tradicionalmente, se utilizan capital de aportaciones de asociados para financiar las compras de activos fijos.
- Debajo del modelo, el objetivo es financiar el 100% de todos los activos improductivos con el capital institucional, o con otros pasivos que no tienen ningún costo financiero explícito. El uso de capital sin costo para financiar estos activos reduce el efecto sobre ganancias. Esto es uno de los argumentos más fuertes para apoyar la capitalización de todas las ganancias netas, para modernizar edificios viejos y equipos gastados.

### **Campañas**

Las campañas son el conjunto de actos que se llevan a cabo con la intención de lograr un determinado objetivo (Pérez & Gardey, 2018).

### **Políticas**

La política es una actividad orientada en forma ideológica a la toma de decisiones de un grupo para alcanzar ciertos objetivos (Pérez & Ana G, 2016).



## **Indicador**

No existe una definición oficial por parte de algún organismo nacional o internacional, sólo algunas referencias que los describen como: "Herramientas para clarificar y definir, de forma más precisa, objetivos e impactos, son medidas verificables de cambio o resultado diseñadas para contar con un estándar contra el cual evaluar, estimar o demostrar el progreso con respecto a metas establecidas, facilitan el reparto de insumos produciendo productos y alcanzando objetivos". Una de las definiciones más utilizadas por diferentes organismos y autores es la que Bauer dio en 1966: "Los indicadores sociales son estadísticas, serie estadística o cualquier forma de indicación que nos facilita estudiar dónde estamos y hacia dónde nos dirigimos con respecto a determinados objetivos y metas, así como evaluar programas específicos y determinar su impacto". Los indicadores pueden ser cualitativos o cuantitativos.

## **Variable**

La definición más sencilla, es la referida a la capacidad que tienen los objetos y las cosas de modificar su estado actual, es decir, de variar y asumir valores diferentes. Briones (1987: 34) define: "Una variable es una propiedad, característica o atributo que puede darse en ciertos sujetos o pueden darse en grados o modalidades diferentes, son conceptos clasificatorios que permiten ubicar a los individuos en categorías o clases y son susceptibles de identificación y medición".

### **2.3. Definición de términos básicos:**

**Calidad de vida.** - El concepto de calidad de vida hace alusión principalmente a la satisfacción de las necesidades básicas que las personas tienen en las sociedades actuales.

**Créditos de consumo.** - Un Crédito de Consumo es un préstamo a corto o mediano plazo que se otorga para obtener dinero de libre disposición. Normalmente se utiliza para financiar la compra de bienes de consumo o realizar el pago de servicios.

**Estabilidad financiera.** - La estabilidad financiera es un elemento crucial para el crecimiento económico y solamente puede lograrse con la existencia de Sistemas Financieros sólidos, que evitan el peligro de desestabilización a nivel local y que puedan incidir negativamente sobre los mercados financiero-globales.

**Gestión crediticia.** - La solución Gestión crediticia permite a las entidades financieras y de microcréditos agilizar el proceso de colocación de créditos en los clientes. Los asesores de crédito que realizan visitas a los clientes podrán:

- I. Verificar la calificación del cliente y ver las líneas de crédito que tiene y los cupos disponibles y su comportamiento en los pagos con los créditos que tiene.
- II. Realizar simulaciones de crédito.
- III. Registrar solicitudes de crédito.
- IV. Desde un portal web del sistema, los administrativos podrán tener en tiempo real un estado de los créditos solicitados por producto y por montos y las calificaciones que han realizado los analistas de crédito en un rango de fechas determinado (SERATIC, 2018).

**Impacto Económico.** - Con origen etimológico con el vocablo latino impactos, impacto es un concepto que refiere un golpe, ya sea físico o simbólico. Lo económico, por su parte, es aquello vinculado a la economía, la ciencia centrada en el análisis de la distribución de los recursos para la satisfacción de las necesidades materiales del ser humano. Cuando algo tiene impacto económico, provoca consecuencias en la situación económica de una persona, una comunidad, una región, un país o el mundo. (Pérez Porto J. )

**Impacto Social Bancario.** - Este documento estudia el impacto del sector bancario sobre variables sociales y buscar identificar cómo la diferencia en el desarrollo de las instituciones bancarias influye sobre la prosperidad económica y social de hogares de bajos recursos (Echeverry Garzón , 2016).

**La tasa de interés.** - La tasa de interés es lo que el prestamista le cobra por permitirle usar su dinero. Es un porcentaje del capital (cobrado por año, mes, o semana).

**Seguro de desgravamen.** - El seguro de desgravamen tiene por objeto pagar, al momento del fallecimiento del asegurado (o en algunos casos por invalidez), la deuda que mantenga frente a una entidad del sistema financiero, beneficiándose de esta manera a los herederos del asegurado. Si un préstamo no contara con un seguro de desgravamen y el titular del crédito fallece, serán los herederos quienes tendrán que asumir esta obligación. (Serra, 2015)

**Superintendencia de Banca y Seguros.** - La Superintendencia de Banca, Seguros y AFP es el organismo encargado de la regulación y supervisión de los Sistemas Financiero, de Seguros y del Sistema Privado de Pensiones, así como de prevenir y detectar el lavado de activos y financiamiento del terrorismo. Su objetivo primordial es preservar los intereses de los depositantes, de los asegurados y de los afiliados al SPP.

La SBS es una institución de derecho público cuya autonomía funcional está reconocida por la Constitución Política del Perú. Sus objetivos, funciones y atribuciones están establecidos en la Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS, 2018).

**Sistema financiero del Perú.** - El sistema financiero está conformado por el conjunto de Instituciones bancarias, financieras y demás empresas e instituciones de derecho público privado, debidamente autorizadas por la Superintendencia de Banca y Seguro, que operan en la intermediación financiera, como son: El sistema bancario, el sistema no bancario y el mercado de valores.

Es el conjunto de instituciones encargadas de la circulación del flujo monetario y cuya tarea principal es canalizar el dinero de los ahorristas hacia quienes desean hacer inversiones productivas. Las instituciones que cumplen con este papel se llaman “Intermediarios Financieros”

El concepto "sistemas financieros" hace referencia a las diversas formas de ahorro y préstamo y a las transacciones de paga bancarias. Cuando se habla de mercado financiero debe entenderse que se trata de la oferta y la demanda de Servicios Financieros o Mercados Financieros. (Morales, 2018)

**Tasa efectiva anual (TEA).** - Es un indicador expresado como tanto por ciento anual, que muestra el costo o rendimiento efectivo de un producto financiero. El cálculo de la TEA está basado en el tipo de interés compuesto y parte del supuesto de que los intereses obtenidos se vuelven a invertir a la misma tasa de interés (Usuario Financiero, 2018).

**Tasa de Costo Efectivo Anual (TCEA).** - La Tasa de Costo Efectivo Anual es el resumen de los intereses, gastos y comisiones que son usados para calcular la Cuota de pago mensual.

Esta tasa está compuesta de la Tasa Efectiva Anual (TEA), el seguro de desgravamen, cargos mensuales y un cargo cobrado por única vez, dependiendo de la entidad financiera. Es importante recalcar que las entidades cuentan con un rango de TEA mínimo y un TEA máximo y el otorgamiento de la misma al usuario, se dará dependiendo de la calificación que reciba por parte de la entidad financiera (Comprabien, 2018).

#### **2.4. Antecedentes históricos e institucionales:**

El Banco de la Nación (BN) se creó el 27 de enero de 1966, mediante la Ley N° 16000 promulgada por el presidente Fernando Belaunde Terry. El BN se creó sobre la base de la antigua Caja de Depósitos y Consignaciones. Pero no solo tuvo como motivación hacer más eficaz la gestión de los ingresos del Tesoro Público. La creación del BN estuvo también inscrita dentro de un pensamiento económico muy particular de esos años, influyente en toda América Latina, llamado "teoría del desarrollo" o "desarrollismo".

### **Aspecto macro-económico**

A comienzos de la década de 1960 se extendió en América Latina una preocupación por la intervención del Estado en la economía como agente promotor del desarrollo y responsable de solucionar las desigualdades sociales y de ingresos. Una serie de reuniones interamericanas propagaron esta perspectiva. Así podemos mencionar la conferencia del “Tratado de Montevideo” (18 de febrero de 1960), con la que se fundó la ALALC (Asociación Latinoamericana de Libre Comercio); y la Conferencia de Punta del Este, Uruguay (5-17 de agosto de 1961) que debía encaminar la integración económica de América Latina.

En estas conferencias de alto nivel hubo un notorio protagonismo de las propuestas surgidas desde la CEPAL (Comisión Económica para América Latina de las Naciones Unidas). Fue muy influyente en el pensamiento de la CEPAL el economista argentino Raúl Prebisch (1901-1986), quien dirigió este organismo entre 1950 y 1963. Publicó un célebre estudio titulado *El desarrollo económico de América Latina y algunos de sus principales problemas* (1950), donde expuso su tesis sobre el “deterioro de los términos de intercambio” como la razón del estancamiento económico de América Latina. Era indispensable, según Prebisch, una “sustitución de importaciones” que signifique importar más tecnología que productos terminados y exportar bienes con valor agregado y no solo materias primas. El modelo “desarrollista” propuesto por la CEPAL se caracterizó por dar prioridad a la intervención del Estado en la promoción del desarrollo industrial. Para ello era indispensable una banca estatal fuerte y de alto grado de predominio en la economía nacional.

En el caso del Perú, una expresión de la influencia de Prebisch fue la confianza que depositó en él la Junta Militar de Gobierno que estuvo en el poder entre 1962 y 1963, encargándole elaborar la ley orgánica de planificación que dio lugar a la creación del Instituto

Nacional de Planificación (INP) en 1962 (Banco de la Nación). Frente a estas nuevas ideas, la subsistencia de la Caja de Depósitos y Consignaciones peruana era un completo anacronismo.

### **La antigua “Caja”**

La Caja de Depósitos y Consignaciones se creó mediante la Ley N° 53, el 11 de febrero de 1905, por el presidente José Pardo y Barreda, con el fin de centralizar y manejar con criterios financieros los fondos recaudados por el Estado por estancos y tributación. Funcionaba como una superintendencia de recaudación de ciertos fondos del Estado precisados por ley. Recién mediante la Ley N° 5931, del 18 de diciembre de 1927, dada por el presidente Augusto B. Leguía, se otorgó a la Caja de Depósitos y Consignaciones todas las rentas del Estado, cualquiera sea su origen (Callegari, 1986 p. 85).

El directorio de la Caja, por Ley, tenía representantes de la banca privada, que a la vez tenían participación accionaria en la entidad. La finalidad de esta participación era brindar facilidades crediticias al Estado, que eran garantizadas mediante esa fiscalización de la recaudación. En el caso de los gastos en remuneraciones de los servidores del Estado, la Caja no ofrecía servicio bancario alguno. Fuera el ámbito de la Caja, la banca privada se encargaba de atraer a los empleados públicos como ahorristas y eventuales clientes de créditos.

### **Los comienzos del BN**

Antes de crearse el BN, mediante DS N° 58 del 11 de octubre de 1963, el Presidente Belaunde dispuso que el Estado peruano adquiriera las acciones de los bancos privados de la Caja de Depósitos y Consignaciones. Por esta vía, al momento de su creación, el BN tuvo un capital autorizado de 500 millones de soles (tipo de cambio de 1966: S/. 26.82 x 1 US\$), íntegramente aportados por el Estado, de acuerdo al Art. 4 de la Ley N° 16000.

Las funciones originales del Banco de la Nación, al momento de crearse, eran “proporcionar a todos los órganos del Sector Público Nacional los servicios bancarios que dichas entidades requieren para el cumplimiento de sus funciones” (Art. 2 de la Ley N°

16000). La Ley de creación daba al BN la atribución de agente financiero del Estado en la administración de las rentas del Tesoro Público y favorecer al Gobierno Central con servicios bancarios que fortalezcan la administración de dichos fondos públicos.

Según el Art. 5 de la Ley N° 16000, corresponde al BN “recibir en forma exclusiva y excluyente depósitos de fondos del Gobierno Central y del Sub-Sector Público Independiente, con excepción de los bancos estatales y el Banco Central Hipotecario”; “hacer efectivas las órdenes de pago que contra sus propios fondos expidan las entidades del Sector Público Nacional”; “recibir en consignación y custodia todos los depósitos administrativos y judiciales”; y “efectuar el servicio de la deuda pública”. Entre 1966 y 1968 estas atribuciones solo se ejecutaron en forma preliminar, ante la sorpresiva irrupción del golpe de Estado del general Juan Velasco Alvarado.

### **El BN bajo el gobierno de las FFAA**

En 1968 el Gobierno Revolucionario de la Fuerza Armada decretó que el BN sea el único agente financiero del Estado peruano. Siguiendo su propia interpretación del modelo “desarrollista” de la CEPAL, este gobierno creó en 1971 COFIDE (Corporación Financiera de Desarrollo), que entonces diseñó como un banco de desarrollo que podía canalizar recursos del BN para proyectos de inversión de interés social. Para cumplir con éxito este objetivo, el Decreto Ley 22521 (20 de noviembre de 1973) dio al BN un capital pagado de 20 mil millones de soles.

El BN tuvo una función clave en la creación y apuntalamiento de un ambicioso sector público empresarial (Minero Perú, Petroperú, Pesca Perú, etc.) dirigido a la “sustitución de importaciones”. El BN cumplía una función aseguradora de los bienes y capitales del Estado (DL 19569). Una ley especial (DL 20022 y DL 20121) autorizaba al BN y a COFIDE otorgar créditos y realizar operaciones bancarias en favor de todo el sistema de empresas públicas. El BN podía emitir bonos y colocarlos en el exterior (DL 20050). El BN decidía la aplicación de

las utilidades de las empresas en las que el Estado tenía participación (DL 20810) (BN (1979) pp. 7, 19,45).

Los amplios recursos y atribuciones del BN se ubicaban siempre en la esfera de las altas finanzas.

Como señala el economista José Luis Sardón, el modelo “desarrollista” se apoyó en la gestión del BN para subsidiar los precios básicos de la economía. A su vez, las ingentes obras públicas y de “sustitución de importaciones” se basaron en créditos externos que la tendencia a la baja de las exportaciones tradicionales no pudo compensar. Entre 1972 y 1976 el crecimiento anual del PBI cayó del 5% al 3%. En ese mismo período la deuda externa se elevó de 3,832 a 7,384 millones de dólares, representando el 40% de las exportaciones (Sardón, José Luis (1995), pp. 21 - 25.).

No obstante, el amplio esfuerzo de gestión macro-económico que dinamizó al BN en estos años, faltó prestar atención al servidor del Estado de a pie. En cuanto a la banca personal, salvo las cuentas de ahorros, no había productos crediticios que ayuden al servidor del Estado a dar un destino financiero positivo a sus ingresos.

### **Reorganización en 1981**

En 1981 se promulga la Ley Orgánica del Banco de la Nación, que redefine sus funciones y sus atribuciones en el sistema bancario nacional. A partir de entonces se ha ido redefiniendo las funciones y el ámbito de intervención del BN. No es una entidad que tienda a reemplazar la banca privada ni es la fuente de recursos de un amplio circuito de riesgosas inversiones económicas estatales.

Su orientación estratégica se ubica dentro de lo que hoy se define (sobre todo a partir del Art. 60 de la Constitución Peruana de 1993) como “rol subsidiario del Estado en la economía”, según el cual: “El Estado reconoce el pluralismo económico. La economía nacional se sustenta en la coexistencia de diversas formas de propiedad y de empresa. Sólo



autorizado por ley expresa, el Estado puede realizar subsidiariamente actividad empresarial, directa o indirecta, por razón de alto interés público o de manifiesta conveniencia nacional. La actividad empresarial, pública o no pública, recibe el mismo tratamiento legal”.

### **Logros a partir de 1986**

En armonía con estos fines, el BN ha logrado grandes avances. Es la entidad que abre trocha a la actividad bancaria en las zonas más apartadas del país y ayuda a la banca privada a fortalecer la formalización de la economía.

En 1986 se inauguró en Lima el primer cajero automático del BN (en la sede de la avenida Javier Prado con la avenida Arequipa), que era operado por los usuarios con una tarjeta Multired color naranja. Esto significó un gran paso en cuanto a modernización del servicio al público. En 1999 el BN pasó a formar parte del Sistema Integrado de Administración Financiera (SIAF) del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF).

El sistema Multired móvil se inauguró el 2008, operado mediante antena satelital para facilitar los servicios bancarios en los lugares más apartados del país. En el 2016 se inauguró la nueva sede central del BN en el distrito limeño de San Borja. Es en la actualidad el edificio más alto del Perú, con 135 metros de altura, 30 pisos, cuatro niveles de sótanos y un helipuerto (BN, 50 Aniversario 2016, pp. 14-15.).

Un estudio singularmente minucioso de la estructura de la red de servicios del Banco de la Nación lo tenemos en la Memoria Anual 2009, cuyo subtítulo dice: “Nuestra razón de ser, llevar desarrollo a cada rincón del Perú”. Allí encontramos que entre los años 2006-2009 el BN logró interesantes metas en cuanto a descentralización y difusión de sus servicios. Se crearon 52 nuevas agencias, dando un total de 438 agencias en todo el país. De ese número, el 15.8% estaba ubicado en Lima Metropolitana, mientras el 84.2% estaba ubicado en provincias. De las 52 nuevas agencias, 30 estaban ubicadas en localidades donde el BN era la

única oferta bancaria (UOB), constituyéndose en punto de avanzada de “la bancarización, la inclusión de la población y la competitividad”.

### **Servicios modernos y Récord Guinness**

La *Memoria Anual* 2009 indica entre estas agencias en condición UOB la agencia Macusani (en Carabaya, Puno) como la ubicada a mayor altura en todo el país. En el volumen de homenaje a los 50 años del Banco de la Nación, se consigna que esta agencia obtuvo en noviembre de 2015 el reconocimiento mundial otorgado por Guinness World Records como “agencia bancaria a mayor altitud del mundo”, por estar ubicada a 4,387 msnm (BN, *Memoria Anual* 2017, p .20). Un indudable orgullo para el país.

Otras agencias en condición UOB son aquellas ubicadas en puntos fronterizos distantes, como la de San Antonio del Estrecho (Putumayo, Loreto, frontera con Colombia) y Purús (Ucayali, frontera con Brasil), donde solo es posible el acceso por avión, ya que el acceso fluvial es irregular y toma varios días de navegación (para San Antonio del Estrecho toma 10 días y para Purús 21 días). Sin embargo, allí acuden pobladores cercanos de ambos lados de la frontera a obtener servicios bancarios.

También son importantes las agencias de provincias en condición UOB ubicadas en zonas de pobreza y extrema pobreza, como la agencia Silvia (Huanta, Ayacucho) y la agencia Pichari (la Convención, Cusco), cuya finalidad es abrir el camino a la bancarización para la población trabajadora rural afectada por el narcoterrorismo en la zona del VRAEM (Valles de los ríos Apurímac, Ene y Mantaro).

### **Inclusión financiera**

En sus 51 años de vida institucional, el BN ha logrado ubicarse como líder de la inclusión financiera, al ser el banco de más amplia cobertura a nivel nacional, ya que atiende al 78% del total de distritos del Perú. El BN está presente en zonas pluriculturales, donde se

habla idiomas ancestrales como quechua, aymaras, shipibo, hutoró y awajún. Al año 2017, el 58.4% de las agencias del BN son de condición UOB (Única Oferta Bancaria).

### **Resultados hasta 2017**

Al cierre de 2017, el saldo de colocaciones del sistema bancario ascendió a S/ 254 356 millones, participando el Banco de la Nación con el 3.5% de ese total, teniendo como modalidad principal de colocación los préstamos de consumo a trabajadores y pensionistas del sector público (S/ 4 099 millones). Por su parte, la banca múltiple tuvo como principales modalidades las colocaciones a los segmentos corporativo, de consumo e hipotecario, con S/ 62 250 millones, S/ 44 142 millones y S/ 41 285 millones, respectivamente (BN, 2014).

Igualmente, al 2017 el BN ha establecido una red de 8 258 puntos de atención a nivel nacional, en el 78% de los distritos del país. No son necesariamente agencias. Incluye Agentes Multired, cajeros Multired y agentes Full carga (asociados al sistema del BN). En 2017 el número de operaciones en el canal Agencia se redujo por tercer año consecutivo, cayendo 2.7% frente a 2016, reflejándose en un retroceso de su participación a nivel de canales de 36% a 33%.

En el año 2017, del total de operaciones del BN el 69% se realizó en provincias y el 32% en agencias donde el Banco es la única oferta bancaria (UOB). De este modo el BN ayuda a desarrollar la bancarización y la inclusión financiera en los ciudadanos con menores ingresos o apartados de los servicios modernos. En las 370 agencias UOB a nivel nacional, el BN brinda diferentes productos y servicios, desde cuentas de ahorros hasta el apoyo al Estado para el pago de los Programas Sociales (BN, 2014, pág. 29).

### **Créditos Multired**

El BN ha dado gran prioridad al desarrollo de las operaciones en el canal de atención Agente Multired. Las operaciones se elevaron 19% en 2017 y la gran mayoría se realizó en provincias (78%) (BN, 2014, pág. 23).

En 2017 el BN siguió ofreciendo productos y servicios financieros para satisfacer las necesidades de los trabajadores activos y pensionistas del sector público, quienes poseen cuentas de ahorro en el banco para el cobro de su remuneración o pensión. Esto incluye a servidores y ex servidores de los sectores salud, educación, fuerzas armadas y policiales.

En el año 2017 el saldo de los préstamos personales ascendió a S/ 5 112 millones, lo que representa un incremento de 18.9% respecto al año 2016. De este total destacan los préstamos Multired con el 80.2% de participación (Banco de la Nación, p. 21).

## CAPÍTULO III

### HIPÓTESIS Y VARIABLES

#### 3.1. Hipótesis y/o supuestos básicos

##### 3.1.1. Hipótesis general

- “El Planeamiento Crediticio mejora las colocaciones de préstamos Multired” del Banco de la Nación.

##### 3.1.2. Hipótesis específicas

- Las políticas crediticias mejoran las colocaciones de préstamos Multired del Banco de la Nación.
- La gestión crediticia mejora las colocaciones de préstamos Multired del Banco de la Nación.
- Las campañas crediticias mejoran las colocaciones de préstamos Multired del Banco de la Nación.

#### 3.2. Identificación de variables o unidades de análisis

Con respecto a la variable independiente se tomó como punto de partida un Planeamiento Crediticio, donde se planifique a corto, mediano y largo plazo las medidas y cambios que se debe hacer para optimizar la evolución y resultados, en un crecimiento sostenido de los préstamos Multired. Es necesario proponer cambios para que un planeamiento crediticio tenga resultados positivos más aun tratándose de una institución financiera del estado, donde el principal obstáculo es tener políticas crediticias muy conservadoras donde el riesgo está minimizado al máximo ya que el Banco de la Nación, administra las cuentas de sus clientes y por esas mismas cuentas son descontadas las cuotas de los préstamos, descuidando significativamente a clientes potenciales que podrían obtener más crédito y mejores tasas y que terminan siendo seducidos por la banca comercial, este

Planeamiento Crediticio no se haría realidad sin un debido proceso, procedimientos y monitoreo en la ejecución del Plan, mediante una Gestión Crediticia, en las calificaciones de los clientes para el otorgamiento del préstamo cómo para la recuperación de los mismos, la gestión es fundamental para el desarrollo de todo proceso cómo las políticas y las Campañas Crediticias, este último es un punto muy importante ya que es fundamental para la difusión y conocimiento de los clientes, los cambios y mejoras en los Préstamos Multired mediante Módulos Itinerantes, qué van recorriendo las instituciones del estado ofreciendo los préstamos Multired y demás productos ya que por motivo de tiempo el trabajador del estado cumple con un horario qué difícilmente podría llegar a las oficinas del banco, todo esto va de la mano con las promociones, qué hacen más atractivo este episodio de fortalecimiento y difusión.

Con respecto a la variable dependiente se denominó, Impacto en las colocaciones de Préstamo Multired y tiene una estrecha relación con el Planeamiento crediticio, sus dimensiones e indicadores ya qué el objetivo es el sano crecimiento ordenado, fidelizado y consolidado de los préstamos Multired y qué tiene dos aspectos importantes tratándose de una institución del estado qué tiene cómo obligación cumplir su rol, generando un impacto social, mediante el otorgamiento de préstamos destinados a la educación complementaria cómo matrículas, útiles, cursos, diplomados, maestrías, etc. servicio de salud cómo intervenciones quirúrgicas, tratamientos, medicinas, equipamientos, rehabilitación, infraestructura cómo terminar acabados, tarrajeo de interiores y exteriores, mejoramiento de baños, cocinas, cambio de cañerías, etc. Todos estos indicadores determinan un impacto social en sus vidas y cómo sociedad, cómo estado se ve un progreso donde las personas cómo su entorno es cada vez mejor.

El otro aspecto es el impacto económico, qué gracias a los préstamos Multired el cliente invierte el dinero en su beneficio personal y familiar, a su vez ese dinero refleja un

impacto en la cadena productiva que conlleva a una reactivación económica nacional, se incentiva el turismo Nacional para que ese dinero se gaste en esos destinos generando trabajo y comercio, la cadena productiva se retroalimenta, financieramente los usuarios son integrados a la banca, por lo tanto se reduce la informalidad e inseguridad ya que los pensionistas y trabajadores del estado considerados en pobreza extrema puedan ahorrar y no estar expuestos a pérdida, deterioro o robo de su dinero, se les educa financieramente para crearles una necesidad de ahorro y gasto responsable del dinero, evitando sobreendeudamiento, incentivando el desarrollo y progreso.

### 3.3. Matriz lógica de consistencia

UNIVERSIDAD RICARDO PALMA							
PROGRAMA DE TITULACION PORTESIS							
MATRIZ DE CONSISTENCIA							
AUTOR: PAUL HILDEBRANDO BAÑEZ NOEL							
TITULO: PLANEAMIENTO CREDITICIO Y SU IMPACTO EN LOS PRESTAMOS MULTIREDEL BANCO DE LA NACION							
FORMULACION DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	OPERACIONALIZACION DE VARIABLES			DISEÑO METODOLOGICO	
			VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES		
<b>Problema General:</b>	<b>Objetivos Generales:</b>	<b>Hipotesis General:</b>	<b>Variable Independiente:</b> Planeamiento Crediticio	1.- Políticas Crediticias	1.1.- Incremento de tasas de desembolso por edades 1.2.- Tasa de interés		
En que medida el Planeamiento Crediticio mejora las colocaciones de Préstamo Multiredel Banco de la Nación	Determinar como el Planeamiento Crediticio mejora las colocaciones de Préstamos Multiredel Banco de la Nación	El Planeamiento Crediticio mejora las colocaciones de Préstamo Multiredel Banco de la Nación		2.- Gestión Crediticia	2.1.- Calificación crediticia 2.2.- Recuperación de créditos		
				3.- Campañas Crediticias	3.1.- Módulos itinerantes 3.2.- Promociones		
<b>Problemas Específicos:</b>	<b>Objetivos Específicos:</b>	<b>Hipotesis Especifico:</b>	<b>Variable Dependiente:</b> Impacto en las colocaciones de Préstamo Multiredel Banco de la Nación	1.- Impacto Social	1.- Mejora de la calidad de vida (logros en educación, formación laboral, servicios de salud, infraestructura)	1.- No experimental 2.- Retrospectivo 3.- Longitudinal	
1) En que medida las Políticas Crediticias mejoran las colocaciones de Préstamos Multiredel Banco de la Nación	1) Determinar como las políticas crediticias mejoran las colocaciones de Préstamos Multiredel Banco de la Nación	1) Las Políticas Crediticias mejoran las colocaciones de Préstamo Multiredel Banco de la Nación			2.- Impacto Económico		2.- Bienestar del cliente
2) En que medida la Gestión Crediticia mejora las colocaciones de Préstamo Multiredel Banco de la Nación	2) Determinar como la Gestión Crediticia mejora las colocaciones de Préstamos Multiredel Banco de la Nación	2) La Gestión Crediticia mejora las colocaciones de Préstamo Multiredel Banco de la Nación					
3) En que medida las campañas crediticias mejoran las colocaciones de Préstamos Multiredel Banco de la Nación	3) Determinar como las Campañas Crediticias mejoran las colocaciones de Préstamos Multiredel Banco de la Nación	3) Las Campañas Crediticias mejoran las colocaciones de Préstamo Multiredel Banco de la Nación					



## Operacionalización de variables.

Variable independiente:

Tabla 1

Variable independiente con sus respectivas dimensiones, indicadores y sus propuestas

OPERACIONALIZACION DE VARIABLES								
VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDIDAS	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
<b>Variable independiente:</b> Planeamiento Crediticio	1.- Políticas crediticias	1.1.- Incremento de topes de desembolso por edades	El impacto económico del Banco y de los clientes serían positivos si los volúmenes de préstamos crecieran a causa de incrementar los topes de los montos de préstamos.					
			Si se incrementan los montos de 19000 a 25000 soles para los trabajadores y pensionistas mayores de 60, pero menores de 77 años, mejorarían sustancialmente los volúmenes de préstamos.					
		1.2.- Tasa de intereses	Si la tasa de interés bajara, la demanda de los préstamos Multired aumentaría, gana el estado, gana el cliente.					
			Si la tasa de interés subiera, bajaría la demanda de préstamos Multired. El impacto sería menor, ya que los clientes se irían al banco de la competencia.					
	2.- Gestión crediticia	2.1.- Calificación crediticia	El uso de la tecnología para pre calificar y otorgar los créditos a los clientes mediante el uso de celulares o las computadoras sería atractivo y generaría un impacto positivo a los préstamos Multired, esto disminuiría el malestar de los clientes por las largas colas, pérdida de tiempo, aminora el riesgo de robos y accidentes, generando bienestar y comodidad desde sus trabajos u hogares.					
			La capacidad de endeudamiento de los clientes, representa un ratio del 40% para el descuento de los ingresos por el banco, incrementando otros ingresos sustentables los pensionistas quienes en mayoría perciben ingresos por debajo del sueldo mínimo, mejorarían sus volúmenes de préstamos por lo tanto no tendrían que endeudarse en otros bancos o financieras.					
		2.2.- Recuperación de créditos	El sistema debería modernizarse con la finalidad de poder cobrar no solo de la cuenta originaria del préstamo sino también de cualquier otra cuenta del mismo banco ya que en muchos casos cuando pasan a ser pensionistas les empiezan a pagar su pensión por otras cuentas, es por este motivo que muchos clientes caen en morosidad y son reportados al Sistema Financiero como morosos. El Planeamiento crediticio desarrolla mecanismos de recuperación, mediante la gestión crediticia planteando no sobreendeudar a los clientes tomando en cuenta como máximo 4 deudas en entidades financieras incluido el Banco de la Nación, por lo tanto el cliente no tendría dificultades para cumplir sus obligaciones, es por eso que es necesario difundir charlas de educación financiera en nuestras propias oficinas.					
	3.- Campañas crediticias	3.1.- Módulos itinerantes	Proponer que en todos los destinos del módulo itinerante se aplique una tasa de interés más baja que las que se dan en el mismo banco, de esta manera se impulsarán los préstamos a clientes que por el horario de sus trabajos no son atendidos en nuestras oficinas.					
			Si en los módulos itinerantes se interactuara con los clientes mediante un animador haciéndolos bailar o participar en concursos, sorteos y repartiendo material publicitario, se fidelizaría al cliente haciéndoles sentir bien contribuyendo a su bienestar emocional.					
		3.2.- Promociones	Se lanzarían promociones como bajar la tasa de interés e impulsando el turismo nacional por cada feriado largo que se presente, de esta manera se reactivaría la economía en dichos destinos.					
			Por cada desembolso de préstamo lanzar un mensaje donde el cliente podría ser acreedor de un regalo que no sea muy costoso, pero necesario en el hogar.					

## Operacionalización de Variables.

### Variable Dependiente:

Tabla 2

Variable dependiente con sus respectivas dimensiones, indicadores y propuestas

OPERACIONES DE VARIABLES									
VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDIDAS	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
<b>Variable Dependiente</b> : Impacto en las colocaciones de prestamo Multired	1.- Impacto social	1.- Mejora de la calidad de vida (logros en la educación, formación laboral, servicios de salud, infraestructura)	Los prestamos Multired permiten que mucha gente progrese ya que estos prestamos estan destinados a la educación y desarrollo profesional, para lograr dicho desarrollo es necesario implementar paquetes publicitarios en los inicios de cada etapa escolar, universitaria y posgrado haciendo acuerdos con las distintas instituciones educativas sobretodo en el momento de las matriculas.						
			El Planeamiento crediticio impacta a nuestra sociedad a mediano y largo plazo ya que mediante los prestamos, los clientes desarrollan su infraestructura, mejorando su calidad de vida, por lo tanto es necesario llegar a este publico objetivo, invitandolos en nuestras propias oficinas mediante una publicidad en los videos que se acerquen a los modulos de prestamos para asesorarlos.						
		2.- Bienestar del cliente	El prestamo Multired impacta en la psicología de los clientes ya que mejora la autoestima y el respeto propio, es por eso que se debe implementar politicas de difusion masiva como las redes sociales, periodicos y televisión para llegar a todos nuestros clientes en general.						
			Proponer una cuota comodin al año del prestamo Multired donde el cliente podría elegir que mes no pagar su cuota por cualquier contingencia economica que le sucediera, esto contribuye a la seguridad y satisfacción personal.						
		2.- Impacto económico	1.- Reactivación de la economía nacional	Difundir los prestamos multired para emprendedores, esto va de la mano con una campaña publicitaria, podría mejorarse el producto con intereses mas bajos y montos mayores a lo actual establecido, consecuentemente este direccionamiento del prestamo contribuiría a la reactivación económica Nacional, generando consumo y empleo dinamizando la economía.					
				A mas volumenes de prestamos mayor sobre ganacia para el banco, por parte de los intereses cobrados, esto genera mayor pago del impuesto a la renta, por lo tanto estimula la reactivación económica, es por esto la imortancia de incrementar los topes como de 50 000.00 a 75 000,00 soles.					
	2.- Inclusión financiera, bancarización		El impacto del prestamo hacia sus clientes se ve reflejado en la consecuencia de como el gestor comercial orienta a los clientes de que manera pueden acceder a otros canales de atencion como Banca celular, cajeros automaticos, agentes corresponsales, fortaleciendo el servicio y descongestionando la afluencia de público en las agencias..						
			El prestamo Multired tambien esta dirigido a pensionistas y trabajadores en zonas inaccesibles donde solo el Banco de la Nación tiene presencia por lo tanto para dinamizar estos creditos en esas zonas se propone en las campañas de pagos de pensionistas, facilitar transporte (en puntos y horarios establecidos), con publicidad exterior de los prestamos Multired.						
	3.- Educación Financiera, incentivo en el desarrollo y progreso		Si se capacitaria al personal de prestamos a nivel nacional sobre la importancia del ahorro, para transmitirle al cliente, se reduciría el sobreendeudamiento de los mismos.						
			Es necesario inculcar a los usuarios el sentido del ahorro ya que esto generaría un desarrollo en sus economías orientandoles y aconsejandoles en las agencias como en las mismas instituciones del estado, mediante videos, panfletos y charlas, por lo tanto se crearía una cultura del ahorro.						

## **CAPITULO IV**

### **MÉTODO**

#### **4.1. Tipo y método de investigación:**

##### **4.1.1. Tipo de investigación.**

El tipo de investigación es no experimental ya que tiene por finalidad observar a las variables, Planeamiento crediticio e Impacto en las colocaciones de préstamos Multired, sin intervenir en su desarrollo, lo mismo pasa con la planificación de toma de datos, el estudio es retrospectivo porque la información ya está dada, según el número de ocasiones en que se mide la variable de estudio, pero como en este caso lo que se quiere es analizar cambios a través del tiempo a corto, mediano y largo plazo, con determinadas variables y relacionadas entre ellas, el estudio sería longitudinal, ya que se recolectan datos a través del tiempo en puntos o periodos específicos para hacer críticas y determinar los cambios cómo la evaluación de las consecuencias de decisiones tomadas en el proceso, este punto corresponde a la Gestión Crediticia.

##### **4.1.2. Método de investigación.**

El método de esta investigación es como una estructura o armazón formado por reglas y procedimientos, sirve de instrumento para el estudiante o científico y le ayuda a lograr el objetivo de investigación, este método es denominado observacional ya que se verifican los acontecimientos sin introducir ningún tipo de artificio y sin ejercer un control sobre las variables, también viene a ser un método analítico por comprender y desmembrar el fenómeno para conocer las causas del problema.

##### **4.1.3. Diseño específico de investigación**

Para obtener la información de los resultados de la investigación, responder las interrogantes de los objetivos y escudriñar las hipótesis, el presente trabajo tomo como opción el diseño de no experimental (ex post facto, después de ocurrido los hechos) ya que la

variable independiente esta fuera de nuestras manos y se propone implementar o mejorar lo establecido, por lo tanto se observa el fenómeno, su desempeño en su contexto natural para luego de un determinado periodo se recolecten los datos y poder analizarlos.

### **4.3. Población, muestra o participantes**

La presente tesis enfoca la población a todos los trabajadores activos y pensionistas del Sector Público de la Agencia San Miguel, Lima, que obtuvieron préstamos en el periodo de enero a setiembre del 2018, que por motivo de su remuneración o pensión, posean cuentas de ahorro en el Banco de la Nación y que en total ascienden a 1982.

La muestra se obtiene de la Agencia San Miguel, Lima, de los clientes que sacaron préstamos en el periodo del año 2018 y trabajadores como funcionarios de esta misma agencia, que en total fueron 57 encuestados.

El tipo de muestreo es aleatorio simple, que viene a ser un procedimiento del muestreo probabilístico donde cualquier cliente de la población podrá ser elegido como muestra, las circunstancias en que se escogió la muestra fue cuando el cliente del Banco de la Nación, se acerca donde el Gestor Comercial, en la agencia San Miguel, para solicitar su préstamo, es en ese instante que el Gestor le entrega la encuesta, mientras se le procesa su préstamo Multired.

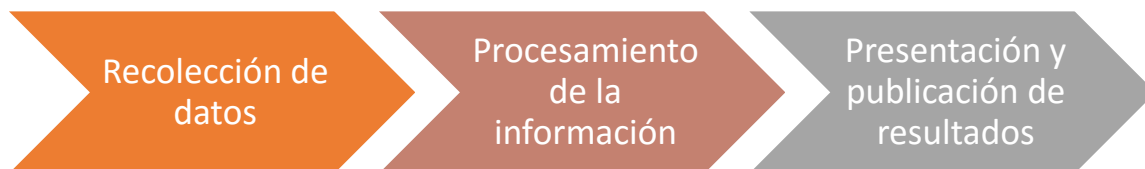
### **4.4. Instrumentos de recogida de datos**

El instrumento de recogida de datos para esta investigación científica que estamos desarrollando viene a ser un cuestionario, que contiene 22 preguntas con escalas de medición LIKERT de cinco (5) categorías, siendo estas: 1. Totalmente en Desacuerdo, 2. En desacuerdo, 3. Neutral, 4. De acuerdo y 5. Totalmente de acuerdo. A través de las mismas extraer las opiniones y percepciones del encuestado.

#### 4.5. Técnica de procesamiento y análisis de datos

La técnica de proceso de investigación se basa en un enfoque cuantitativo, por tanto, es necesario realizar la recolección de datos con el método de encuestas. Para lograr el procesamiento de datos de cada una de las preguntas, se realizó una tabla donde se codificaba el sexo y cada una de las preguntas, cómo también se plasmó la edad, trasladando los códigos de sus respectivas categorías transcritas a una hoja de cálculo de Microsoft Office Excel y luego trasladada al programa de estadística SPSS, para así obtener las correlaciones de las dimensiones (tablas cruzadas), cuadros de distribución y frecuencia de las 57 preguntas establecidas con la Prueba de estadístico Chi Cuadrado, por el método de significación asintótica:  $p \leq 0.05$ , por consiguiente, se realiza las descripciones e interpretaciones, luego contrastar con los estudios de investigación a afines, realizados por otros autores. Finalmente, realizar las conclusiones y recomendaciones del caso.

##### 4.5.1. Técnica de procesamiento:



*Figura 2: Orden del procesamiento de datos*

##### 4.5.2. Análisis estadísticos de datos:

1. La construcción de tablas de frecuencia univariada y la descripción de sus resultados por preguntas.
2. La construcción de tablas cruzadas para la verificación de la hipótesis, utilizando el test de la CHI cuadrada para tablas de contingencia.

#### 4.6. Procedimientos de ejecución del estudio.

- a) Planteamiento del problema y determinación de los objetivos.
- b) Construcción de la matriz de consistencia con su respectiva definición de las variables y su operacionalidad.
- c) Desarrollo del proceso de recopilación de datos, que consiste de las siguientes actividades:
  - Elaboración del instrumento de medición consistente de las propuestas de la variable independiente con las propuestas de la variable dependiente (Anexo 1)
  - Trabajo de campo y construcción de la base de datos (Anexo 2)

El procedimiento de ejecución de estudio empieza por identificar la problemática y a partir de ahí nos enfocamos en los objetivos e hipótesis donde juegan factores que relacionan la realidad con lo que queremos demostrar.

En el caso de esta investigación es demostrar que habiendo un planeamiento crediticio, los prestamos Multired estarían más consolidados en el mercado y seguramente llegaríamos a más clientes sin sufrir contingencias que de todas maneras aparecerán, para esto es necesario demostrar científicamente que los créditos podrían mejorar y llegar a más Peruanos implementando esta Planificación Crediticia.

Teniendo el esquema, el método y diseño de la investigación se empieza a desarrollar el trabajo

## CAPÍTULO V

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo se analizan los resultados obtenidos de la “Encuesta sobre Planeamiento Crediticio y su impacto en los préstamos Multired del Banco de la Nación” donde se conforman por propuestas para mejorar los préstamos en el corto mediano y largo plazo.

#### **5.1. Datos cuantitativos**

##### **5.1.1. Resultados de filtración en el programa SPSS de las propuestas de encuestas.**

Las tablas y gráficos que veremos a continuación son los resultados de la información ingresada al programa SPSS, donde se determina porcentualmente la distribución preferente de los encuestados sobre la materia en estudio.

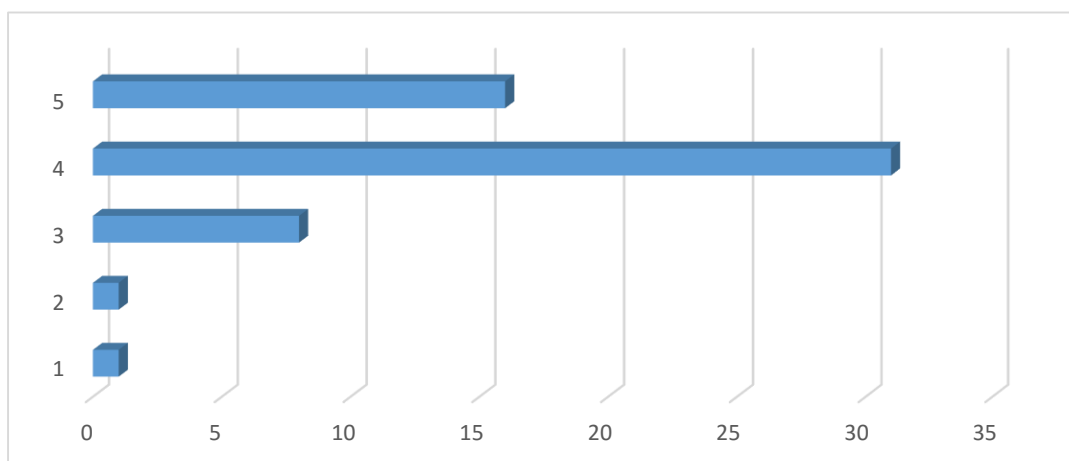
**Propuesta 1:** El impacto económico del Banco y de los clientes serían positivos si los volúmenes de préstamos crecieran a causa de incrementar los topes de los montos de préstamos.

**Tabla 3**

Frecuencia y porcentaje del impacto económico del Banco y de los clientes serían positivos si los volúmenes de préstamos crecieran a causa de incrementar los topes de los montos de préstamos.

P1	Frecuencia	%
1	1	1.8
2	1	1.8
3	8	14.0
4	31	54.4
5	16	28.1
Total	57	100.0

Elaboración propia



*Figura 3:* Distribución porcentual de la propuesta 1, El impacto económico del Banco y de los clientes serían positivos si los volúmenes de préstamos crecieran a causa de incrementar los topes de los montos de préstamos.

Elaboración propia

**Descripción:** Del total de encuestados el 54.4% está de acuerdo de que habría un impacto económico positivo para el Banco y los clientes si se incrementaran los topes de los montos de préstamos, el 28.1% está totalmente de acuerdo, mientras que el 14% es indiferente a la propuesta y el 3.6% está en desacuerdo.

**Interpretación:** De la investigación se puede establecer que la mayoría de los clientes están de acuerdo, que si se subiera la valla en cuanto a los montos máximos de préstamos establecidos, habría un impacto positivo en el incremento de préstamos, por lo tanto, subiría la demanda, sería más atractivo.



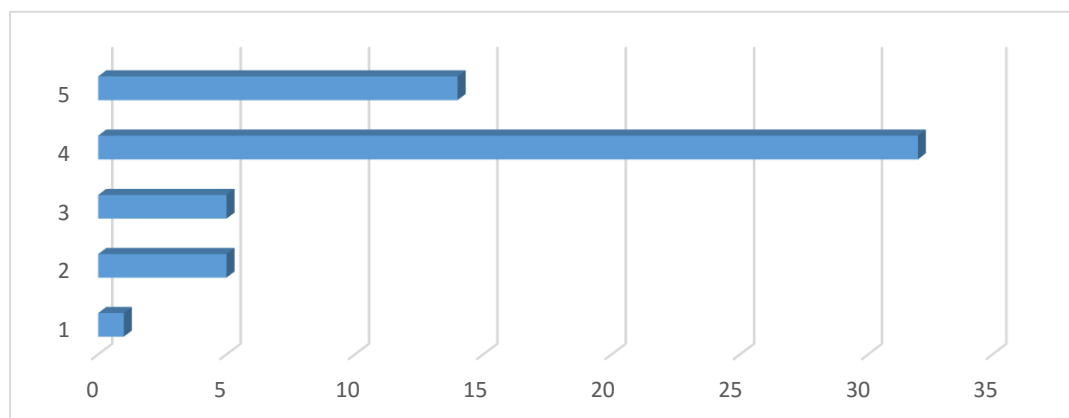
**Propuesta 2:** Si se incrementan los montos de préstamos de 19 000 a 25 000 soles para los trabajadores y pensionistas mayores de 60, pero menores de 77 años, mejoraría sustancialmente los volúmenes de préstamos.

Tabla 4

*Frecuencia y porcentaje de, Si se incrementan los montos de préstamos de 19 000 a 25 000 soles para los trabajadores y pensionistas mayores de 60, pero menores de 77 años, mejoraría sustancialmente los volúmenes de préstamos.*

P2	Frecuencia	%
1	1	1.8
2	5	8.8
3	5	8.8
4	32	56.1
5	14	24.6
Total	57	100.0

Elaboración propia



*Figura 4:* Distribución porcentual de la propuesta 2, Si se incrementan los montos de préstamos de 19 000 a 25 000 soles para los trabajadores y pensionistas mayores de 60, pero menores de 77 años, mejoraría sustancialmente los volúmenes de préstamos.

**Descripción:** Del total de encuestados el 56.1% está de acuerdo en que deberían incrementarse los montos de 19000 (lo establecido) a 25000 soles (lo propuesto), para clientes mayores de 60, pero menores de 77 años y que esta determinación mejorarían los volúmenes de préstamos, un 24.6% está totalmente de acuerdo, por lo contrario, un 8.8% en desacuerdo, un 1.8% muy en desacuerdo y se expresan indiferentemente un 8.8%.

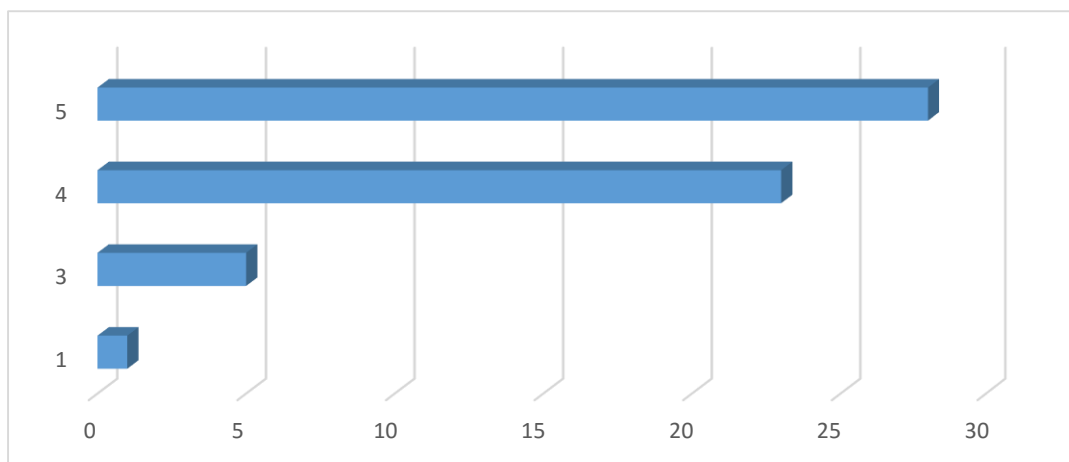
**Interpretación:** De la investigación se puede establecer que un porcentaje mayor opina que deberían subir los montos de S/ 19 000.00 a S/ 25 000.00 para clientes mayores de 60 años ya que todavía es gente joven y con buenos recursos.

**Propuesta 3:** Si la tasa de interés bajara, la demanda de préstamos Multired aumentaría, gana el estado, gana el cliente.

**Tabla 5**

Frecuencia y porcentaje de, Si la tasa de interés bajara, la demanda de préstamos Multired aumentaría, gana el estado, gana el cliente.

P3	Frecuencia	%
1	1	1.8
3	5	8.8
4	23	40.4
5	28	49.1
<b>Total</b>	<b>57</b>	<b>100.0</b>



**Figura 5:** Distribución porcentual de la propuesta 3, Si la tasa de interés bajara, la demanda de préstamos Multired aumentaría, gana el estado, gana el cliente.

**Descripción:** Del total de encuestados el 49.1% está totalmente de acuerdo de que la demanda de préstamos Multired aumente a consecuencia de la reducción de intereses, el 40.4% está de acuerdo, el 8.8% es indiferente y por lo contrario el 1.8% está totalmente en desacuerdo.

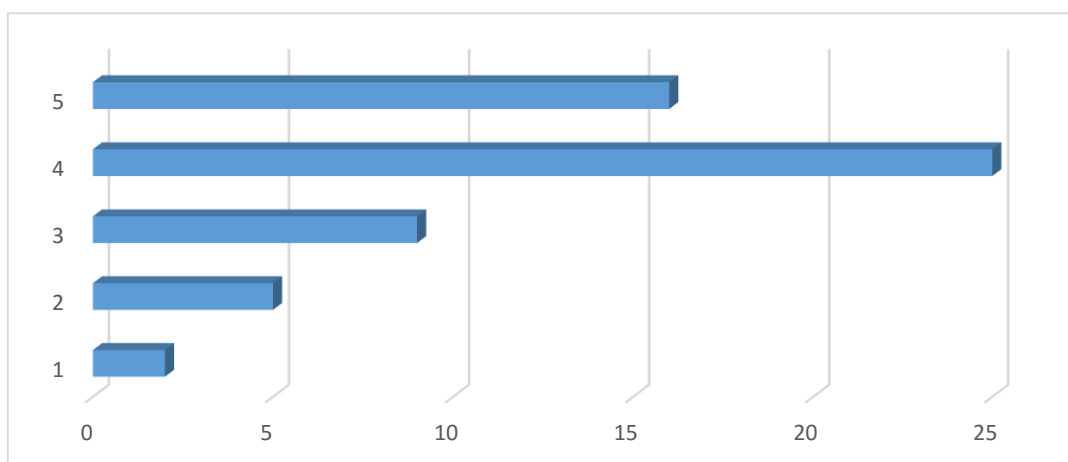
**Interpretación:** De la investigación se puede establecer que la gran mayoría está totalmente de acuerdo, que si el banco bajara la tasa de interés la demanda de préstamos subiera por lo tanto se beneficiarían los clientes, por el ahorro cómo el Estado por las utilidades.

**Propuesta 4:** Si la tasa de interés subiera, bajaría la demanda de préstamos Multired. El impacto sería menor, ya que los clientes se irían al banco de la competencia.

**Tabla 6**

Frecuencia y porcentaje de, Si la tasa de interés subiera, bajaría la demanda de préstamos Multired. El impacto sería menor, ya que los clientes se irían al banco de la competencia.

P4	Frecuencia	%
1	2	3.5
2	5	8.8
3	9	15.8
4	25	43.9
5	16	28.1
<b>Total</b>	<b>57</b>	<b>100.0</b>



**Figura 6:** Distribución porcentual de la propuesta 4, Si la tasa de interés subiera, bajaría la demanda de préstamos Multired. El impacto sería menor, ya que los clientes se irían al banco de la competencia.

**Descripción:** Del total de encuestados el 43.9% está de acuerdo de que si la tasa de interés subiera el impacto en las colocaciones de préstamos Multired bajaría por lo tanto se perdería la preferencia de los clientes, de la misma forma un 28.1% está totalmente de acuerdo, por otro lado, un 8.8% está en desacuerdo, un 3.5% está muy en desacuerdo y por último un 15.8% es neutral.

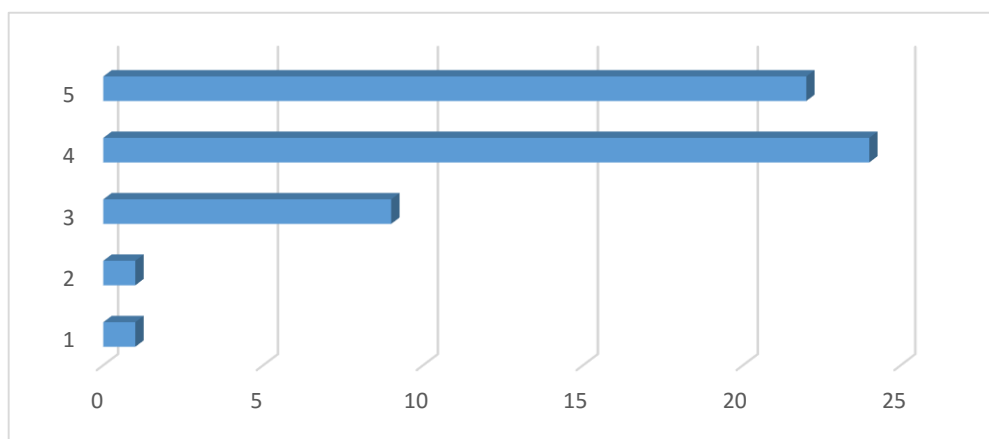
**Interpretación:** De la investigación se puede establecer que la mayoría de encuestados coinciden que si la tasa de interés subiera, los clientes potenciales dejarían seducirse por las promociones de la banca comercial.

**Propuesta 5:** El uso de la tecnología para pre calificar y otorgar los créditos a los clientes mediante el uso de celulares o las computadoras seria atractivo y generaría un impacto positivo a los prestamos Multired, esto disminuiría el malestar de los clientes por las largas colas, pérdida de tiempo, aminora el riesgo de robos y accidentes generando bienestar y comodidad desde sus trabajos u hogares.

**Tabla 7**

Frecuencia y porcentaje de, El uso de la tecnología para pre calificar y otorgar los créditos a los clientes mediante el uso de celulares o las computadoras seria atractivo y generaría un impacto positivo a los prestamos Multired, esto disminuiría el malestar de los clientes por las largas colas, pérdida de tiempo, aminora el riesgo de robos y accidentes generando bienestar y comodidad desde sus trabajos u hogares.

P5	Frecuencia	%
1	1	1.8
2	1	1.8
3	9	15.8
4	24	42.1
5	22	38.6
<b>Total</b>	<b>57</b>	<b>100.0</b>



**Figura 7.** Distribución porcentual de la propuesta 5, El uso de la tecnología para pre calificar y otorgar los créditos a los clientes mediante el uso de celulares o las computadoras seria atractivo y generaría un impacto positivo a los prestamos Multired, esto disminuiría el malestar de los clientes por las largas colas, pérdida de tiempo, aminora el riesgo de robos y accidentes generando bienestar y comodidad desde sus trabajos u hogares.

**Descripción:** Del total de encuestados el 42.1% está de acuerdo con el uso de la tecnología para la precalificación y otorgamiento de préstamos Multired en canales virtuales como celulares y computadoras, un 38.6% está totalmente de acuerdo, contrariamente un 3.6% está en desacuerdo y un 15.8% es indiferente a lo propuesto.

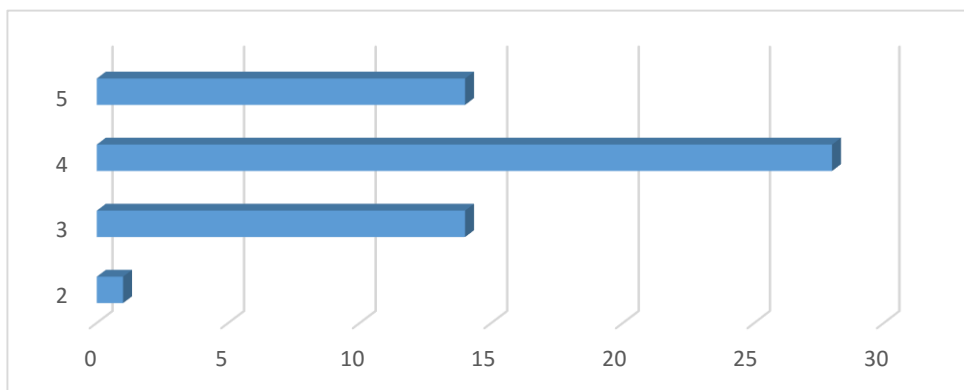
**Interpretación:** De la investigación se puede establecer que la gran mayoría de encuestados está de acuerdo en que la tecnología los empuje a realizar sus transacciones desde cualquier lugar para obtener algún crédito sin necesidad de acercarse a las oficinas del banco, esto generaría comodidad, practicidad, seguridad y ahorro de tiempo.

**Propuesta 6:** La capacidad de endeudamiento de los clientes, representa un ratio del 40% para el descuento de los ingresos por el banco, incrementando otros ingresos sustentables los pensionistas quienes en mayoría perciben ingresos por debajo del sueldo mínimo, mejorarían sus volúmenes de préstamos por lo tanto no tendrían que endeudarse en otros bancos o financieras.

### **Tabla 8**

*Frecuencia y porcentaje de, La capacidad de endeudamiento de los clientes, representa un ratio del 40% para el descuento de los ingresos por el banco, incrementando otros ingresos sustentables los pensionistas quienes en mayoría perciben ingresos por debajo del sueldo mínimo, mejorarían sus volúmenes de préstamos por lo tanto no tendrían que endeudarse en otros bancos o financieras.*

<b>P6</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>2</b>	1	1.8
<b>3</b>	14	24.6
<b>4</b>	28	49.1
<b>5</b>	14	24.6
<b>Total</b>	57	100.0



**Figura 8:** Distribución porcentual de la propuesta 6, La capacidad de endeudamiento de los clientes, representa un ratio del 40% para el descuento de los ingresos por el banco, incrementando otros ingresos sustentables los pensionistas quienes en mayoría perciben ingresos por debajo del sueldo mínimo, mejorarían sus volúmenes de préstamos por lo tanto no tendrían que endeudarse en otros bancos o financieras.

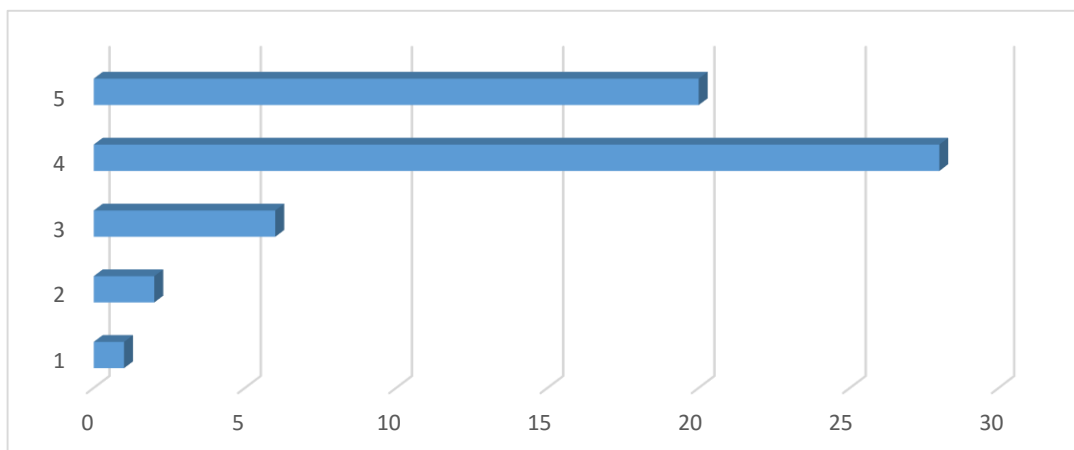
**Descripción:** Del total de encuestados el 49.1% está de acuerdo en que se incrementen los descuentos tomando en cuenta otros ingresos sustentables para obtener mayores préstamos y no darles opción a los clientes a endeudarse en otros Bancos, un 24.6% está totalmente de acuerdo, el 24.6% es neutral y contrariamente un 1.8% está en desacuerdo.

**Propuesta 7:** El sistema debería modernizarse con la finalidad de poder cobrar no solo de la cuenta originaria del préstamo sino también de cualquier otra cuenta del mismo banco ya que en muchos casos cuando pasan a ser pensionistas les empiezan a pagar su pensión por otras cuentas, es por este motivo que muchos clientes caen en morosidad y son reportados al Sistema Financiero como morosos.

### Tabla 9

Frecuencia y porcentaje de, El sistema debería modernizarse con la finalidad de poder cobrar no solo de la cuenta originaria del préstamo sino también de cualquier otra cuenta del mismo banco ya que en muchos casos cuando pasan a ser pensionistas les empiezan a pagar su pensión por otras cuentas, es por este motivo que muchos clientes caen en morosidad y son reportados al Sistema Financiero como morosos.

P7	Frecuencia	%
1	1	1.8
2	2	3.5
3	6	10.5
4	28	49.1
5	20	35.1
<b>Total</b>	57	100.0



*Figura 9:* Distribución porcentual de la propuesta 7, El sistema debería modernizarse con la finalidad de poder cobrar no solo de la cuenta originaria del préstamo sino también de cualquier otra cuenta del mismo banco ya que en muchos casos cuando pasan a ser pensionistas les empiezan a pagar su pensión por otras cuentas, es por este motivo que muchos clientes caen en morosidad y son reportados al Sistema Financiero como morosos.

**Descripción:** Del total de encuestados el 49.1% está de acuerdo con que el sistema de cobranza del Banco de la Nación se modernice, consecuentemente el 35.1% está totalmente de acuerdo, contrariamente el 5.3% está en desacuerdo, mientras que el 10.5% demuestra indiferencia.

**Interpretación:**

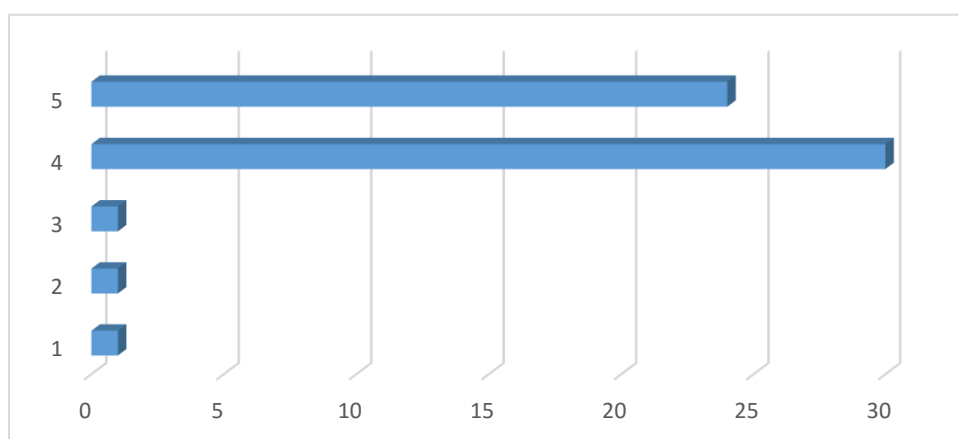
De la investigación se puede establecer que la gran mayoría está totalmente de acuerdo, que el sistema de cobranza del Banco de la Nación se modernice.

**Propuesta 8:** El Planeamiento crediticio desarrolla mecanismos de recuperación, mediante la gestión crediticia planteando no sobre endeudar a los clientes tomando en cuenta como máximo 4 deudas en entidades financieras incluido el Banco de la Nación, por lo tanto, el cliente no tendría dificultades para cumplir sus obligaciones, es por eso que es necesario difundir charlas de educación financiera en nuestras propias oficinas.

Tabla 10

Frecuencia y porcentaje de, El Planeamiento crediticio desarrolla mecanismos de recuperación, mediante la gestión crediticia planteando no sobre endeudar a los clientes tomando en cuenta como máximo 4 deudas en entidades financieras incluido el Banco de la Nación, por lo tanto, el cliente no tendría dificultades para cumplir sus obligaciones, es por eso que es necesario difundir charlas de educación financiera en nuestras propias oficinas.

P8	Frecuencia	%
1	1	1.8
2	1	1.8
3	1	1.8
4	30	52.6
5	24	42.1
<b>Total</b>	<b>57</b>	<b>100.0</b>



*Figura 10:* Distribución porcentual de la propuesta 8, El Planeamiento crediticio desarrolla mecanismos de recuperación, mediante la gestión crediticia planteando no sobre endeudar a los clientes tomando en cuenta como máximo 4 deudas en entidades financieras incluido el Banco de la Nación, por lo tanto, el cliente no tendría dificultades para cumplir sus obligaciones, es por eso que es necesario difundir charlas de educación financiera en nuestras propias oficinas.

**Descripción:** Del total de encuestados el 52.6% está de acuerdo con la difusión de charlas de educación financiera para no sobre endeudar y consecuentemente el cliente no caiga en morosidad, el 42.1% está totalmente de acuerdo, mientras que el 3.6% está en desacuerdo y el 1.8% manifiesta neutralidad.

#### **Interpretación:**

De la investigación se puede establecer que la gran mayoría de encuestados está totalmente de acuerdo, con la difusión de charlas de educación financiera para no sobre endeudar y consecuentemente el cliente no caiga en morosidad.

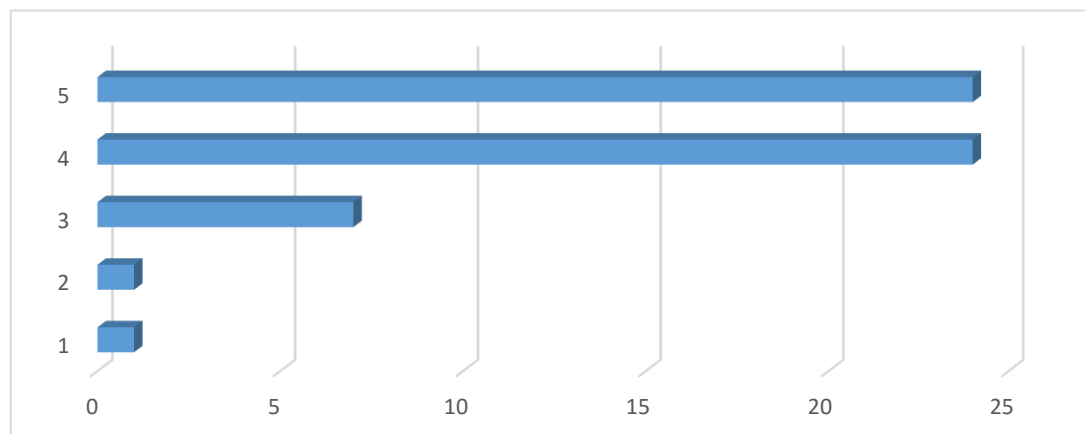


**Propuesta 9:** Proponer que en todos los destinos del módulo itinerante se aplique una tasa de interés más baja que las que se dan en el mismo banco, de esta manera se impulsarán los préstamos a clientes que por el horario de sus trabajos no son atendidos en nuestras oficinas.

Tabla 11

Frecuencia y porcentaje de, Proponer que en todos los destinos del módulo itinerante se aplique una tasa de interés más baja que las que se dan en el mismo banco, de esta manera se impulsarán los préstamos a clientes que por el horario de sus trabajos no son atendidos en nuestras oficinas.

P9	Frecuencia	%
1	1	1.8
2	1	1.8
3	7	12.3
4	24	42.1
5	24	42.1
<b>Total</b>	<b>57</b>	<b>100.0</b>



*Figura 11.* Distribución porcentual de la propuesta 9, Proponer que en todos los destinos del módulo itinerante se aplique una tasa de interés más baja que las que se dan en el mismo banco, de esta manera se impulsarán los préstamos a clientes que por el horario de sus trabajos no son atendidos en nuestras oficinas.

**Descripción:** Del total de encuestados el 42.1% está totalmente de acuerdo con bajar la tasa de interés a los préstamos otorgados en módulos itinerantes, para clientes que por falta de tiempo no pueden ir a las oficinas del Banco, también el 42.1% está de acuerdo, mientras el 12.3% es indiferente y por lo contrario 3.6% está en desacuerdo.

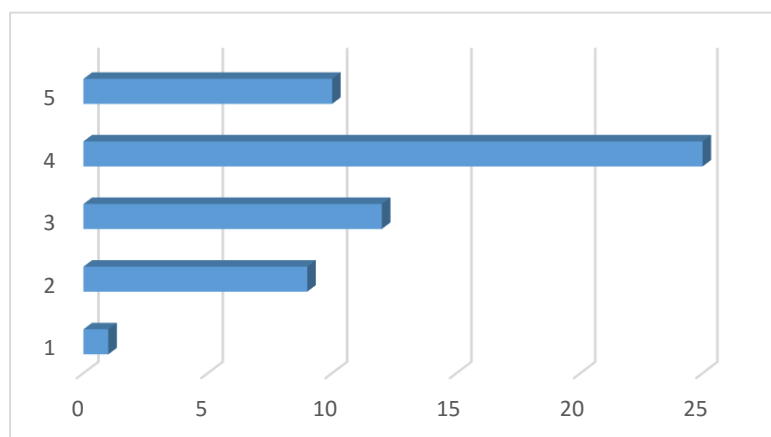
**Interpretación:** De la investigación se puede establecer que la gran mayoría de encuestados está totalmente de acuerdo con bajar la tasa de interés a los préstamos otorgados en módulos itinerantes.

**Propuesta 10:** Si en los módulos itinerantes se interactuara con los clientes mediante un animador haciéndolos bailar o participar en concursos, sorteos y repartiendo material publicitario, se fidelizaría al cliente haciéndoles sentir bien contribuyendo a su bienestar emocional.

Tabla 12

*Frecuencia y porcentaje de, Si en los módulos itinerantes se interactuara con los clientes mediante un animador haciéndolos bailar o participar en concursos, sorteos y repartiendo material publicitario, se fidelizaría al cliente haciéndoles sentir bien contribuyendo a su bienestar emocional.*

P10	Frecuencia	%
1	1	1.8
2	9	15.8
3	12	21.1
4	25	43.9
5	10	17.5
<b>Total</b>	57	100.0



*Figura 12:* Distribución porcentual de la propuesta10, Si en los módulos itinerantes se interactuara con los clientes mediante un animador haciéndolos bailar o participar en concursos, sorteos y repartiendo material publicitario, se fidelizaría al cliente haciéndoles sentir bien contribuyendo a su bienestar emocional.

**Descripción:** Del total de encuestados el 43.9% está de acuerdo con fidelizar al cliente mediante campañas crediticias en los módulos itinerantes interactuando con los clientes, el 17.5% está totalmente de acuerdo, el 21.1% manifiesta indiferencia mientras que el 15.8% está en desacuerdo y el 1.8% está muy en desacuerdo.

### Interpretación:

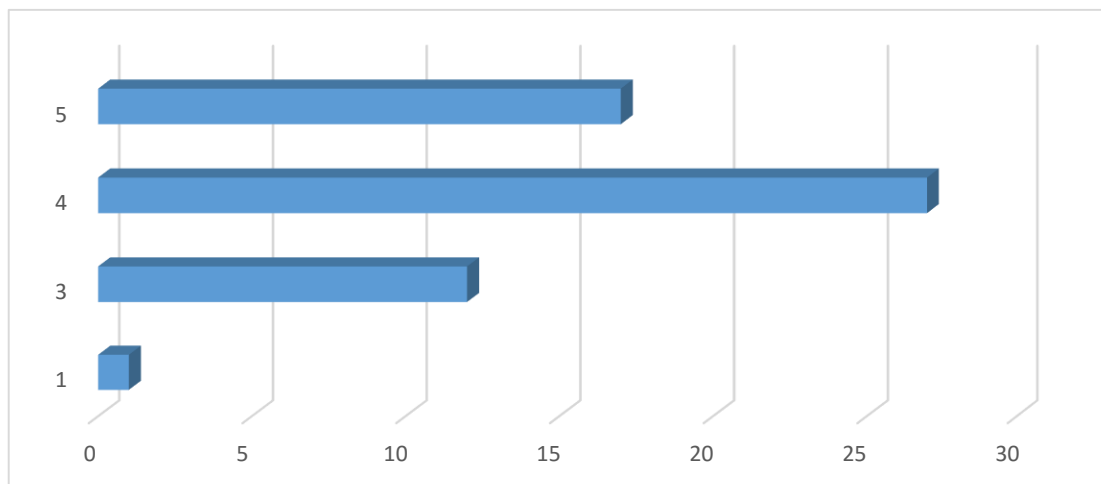
De la investigación se puede establecer que la gran mayoría está de acuerdo con fidelizar al cliente mediante campañas crediticias en los módulos itinerantes interactuando con los clientes.

**Propuesta 11:** Se lanzarían promociones como bajar la tasa de interés e impulsando el turismo nacional por cada feriado largo que se presente, de esta manera se reactivaría la economía en dichos destinos.

**Tabla 13**

Frecuencia y porcentaje de, Se lanzarían promociones como bajar la tasa de interés e impulsando el turismo nacional por cada feriado largo que se presente, de esta manera se reactivaría la economía en dichos destinos.

P11	Frecuencia	%
1	1	1.8
3	12	21.1
4	27	47.4
5	17	29.8
<b>Total</b>	<b>57</b>	<b>100.0</b>



**Figura 13:** Distribución porcentual de la propuesta 11, Se lanzarían promociones como bajar la tasa de interés e impulsando el turismo nacional por cada feriado largo que se presente, de esta manera se reactivaría la economía en dichos destinos.

**Descripción:** Del total de encuestados el 47.4% está de acuerdo con la reactivación económica en destinos turísticos promocionando los préstamos con interés bajos, el 29.8%

está totalmente de acuerdo mientras que 21.1% es indiferente a lo propuesto y contrariamente el 1.8 está muy en desacuerdo.

### Interpretación:

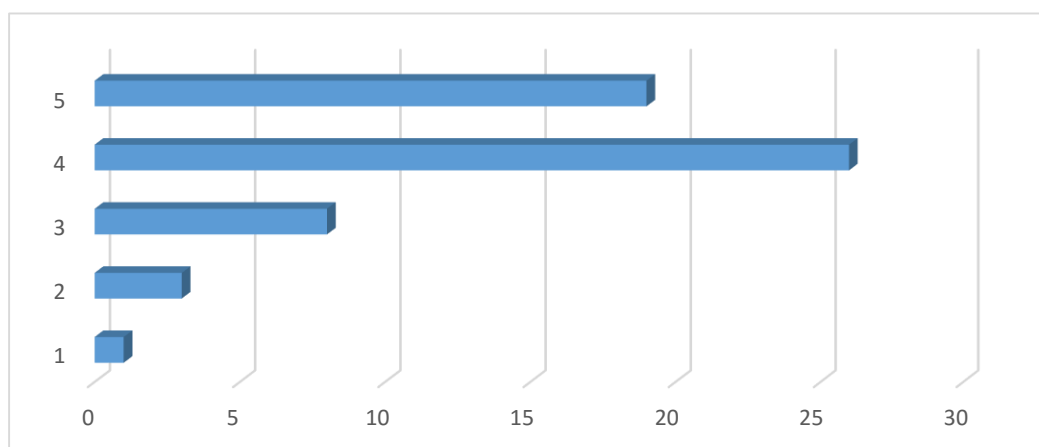
De la investigación se puede establecer con la reactivación económica en destinos turísticos promocionando los préstamos con interés bajos.

**Propuesta 12:** Por cada desembolso de préstamo lanzar un mensaje donde el cliente podría ser acreedor de un regalo que no sea muy costoso, pero necesario en el hogar.

Tabla 14

*Frecuencia y porcentaje de, Por cada desembolso de préstamo lanzar un mensaje donde el cliente podría ser acreedor de un regalo que no sea muy costoso, pero necesario en el hogar*

P12	Frecuencia	%
1	1	1.8
2	3	5.3
3	8	14.0
4	26	45.6
5	19	33.3
<b>Total</b>	<b>57</b>	<b>100.0</b>



*Figura 14:* Distribución porcentual de la propuesta 12, Por cada desembolso de préstamo lanzar un mensaje donde el cliente podría ser acreedor de un regalo que no sea muy costoso, pero necesario en el hogar

**Descripción:** Del total de encuestados el 45.6% está de acuerdo con el lanzamiento de mensajes ganadores de premios en el momento de desembolso de préstamos, el 33.3% está totalmente de acuerdo, el 14% es neutral, mientras que el 7.1% está en desacuerdo con lo propuesto.

**Interpretación:** De la investigación se puede establecer que el 45.6% está de acuerdo con el lanzamiento de mensajes ganadores de premios en el momento de desembolso de préstamos,

**Propuesta 13:** Los préstamos Multired permiten que mucha gente progrese ya que estos préstamos están destinados a la educación y desarrollo profesional, para lograr dicho desarrollo es necesario implementar paquetes publicitarios en los inicios de cada etapa escolar, universitaria y posgrado haciendo acuerdos con las distintas instituciones educativas sobre todo en el momento de las matrículas.

Tabla 15

*Frecuencia y porcentaje de, Los préstamos Multired permiten que mucha gente progrese ya que estos préstamos están destinados a la educación y desarrollo profesional, para lograr dicho desarrollo es necesario implementar paquetes publicitarios en los inicios de cada etapa escolar, universitaria y posgrado haciendo acuerdos con las distintas instituciones educativas sobretodo en el momento de las matrículas.*

P13	Frecuencia	%
3	3	5.3
4	30	52.6
5	24	42.1
<b>Total</b>	57	100.0

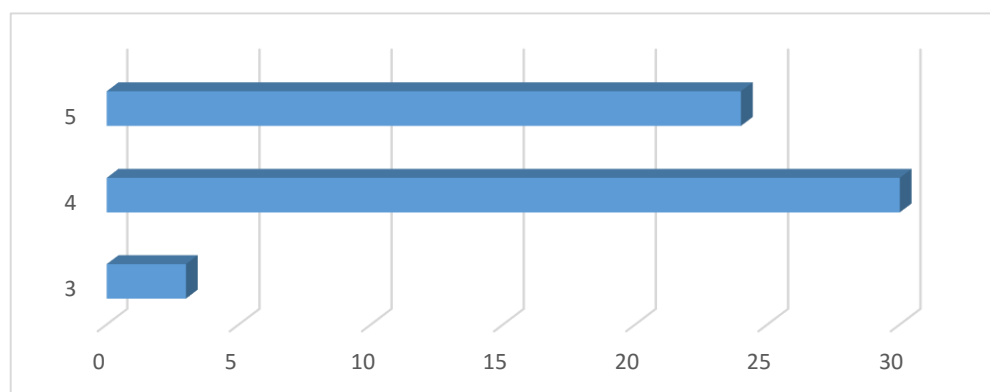


Figura 15: *Distribución porcentual de la propuesta 13, Los préstamos Multired permiten que mucha gente progrese ya que estos préstamos están destinados a la educación y desarrollo profesional, para lograr dicho desarrollo es necesario implementar paquetes publicitarios en los inicios de cada etapa escolar, universitaria y posgrado haciendo acuerdos con las distintas instituciones educativas sobretodo en el momento de las matrículas.*

**Descripción:** Del total de encuestados el 52.6% está de acuerdo con que se implemente paquetes publicitarios en los inicios de cada etapa estudiantil, fortaleciendo la educación, el 42.1% está totalmente de acuerdo y el 5.3% es indiferente o neutral en sus opiniones.

### Interpretación:

De la investigación se puede establecer que la está mayoría de acuerdo con que se implemente paquetes publicitarios en los inicios de cada etapa estudiantil.

**Propuesta 14:** El Planeamiento crediticio impacta a nuestra sociedad a corto, mediano y largo plazo ya que, mediante los préstamos, los clientes desarrollan su infraestructura, mejorando su calidad de vida, por lo tanto, es necesario llegar a este público objetivo, invitándolos en nuestras propias oficinas, mediante una publicidad en los videos, que se acerquen a los módulos de préstamos para asesorarlos.

Tabla 16

*Frecuencia y porcentaje de, El Planeamiento crediticio impacta a nuestra sociedad a corto, mediano y largo plazo ya que, mediante los préstamos, los clientes desarrollan su infraestructura, mejorando su calidad de vida, por lo tanto, es necesario llegar a este público objetivo, invitándolos en nuestras propias oficinas, mediante una publicidad en los videos, que se acerquen a los módulos de préstamos para asesorarlos.*

P14	Frecuencia	%
1	1	1.8
2	1	1.8
3	6	10.5
4	35	61.4
5	14	24.6
<b>Total</b>	<b>57</b>	<b>100.0</b>

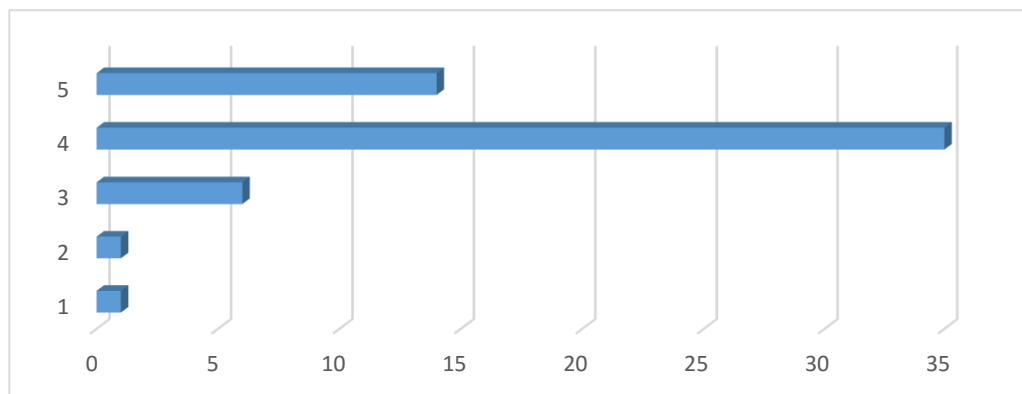


Figura 16: *Distribución porcentual de la propuesta 14, El Planeamiento crediticio impacta a nuestra sociedad a corto, mediano y largo plazo ya que, mediante los préstamos, los clientes desarrollan su infraestructura, mejorando su calidad de vida, por lo tanto, es necesario llegar a este público objetivo, invitándolos en nuestras propias oficinas, mediante una publicidad en los videos, que se acerquen a los módulos de préstamos para asesorarlos.*

**Descripción:** Del total de encuestados el 61.4% está de acuerdo que, mediante los préstamos y la publicidad, los clientes desarrollen su infraestructura (terminar de construir sus

viviendas), con la finalidad de mejorar su calidad de vida, el 24% está totalmente de acuerdo mientras que el 10.5% es neutral y finalmente el 3.6% está en desacuerdo.

### Interpretación:

De la investigación se puede establecer que está a mayoría está de acuerdo que, mediante los préstamos y la publicidad, los clientes desarrollen su infraestructura (terminar de construir sus viviendas),

**Propuesta 15:** El préstamo Multired impacta en la psicología de los clientes ya que mejora la autoestima y el respeto propio, es por eso que se debe implementar políticas de difusión masiva como las redes sociales, periódicos y televisión para llegar a todos nuestros clientes en general.

Tabla 17

*Frecuencia y porcentaje, El préstamo Multired impacta en la psicología de los clientes ya que mejora la autoestima y el respeto propio, es por eso que se debe implementar políticas de difusión masiva como las redes sociales, periódicos y televisión para llegar a todos nuestros clientes en general.*

P15	Frecuencia	%
2	1	1.8
3	6	10.5
4	33	57.9
5	17	29.8
<b>Total</b>	57	100.0

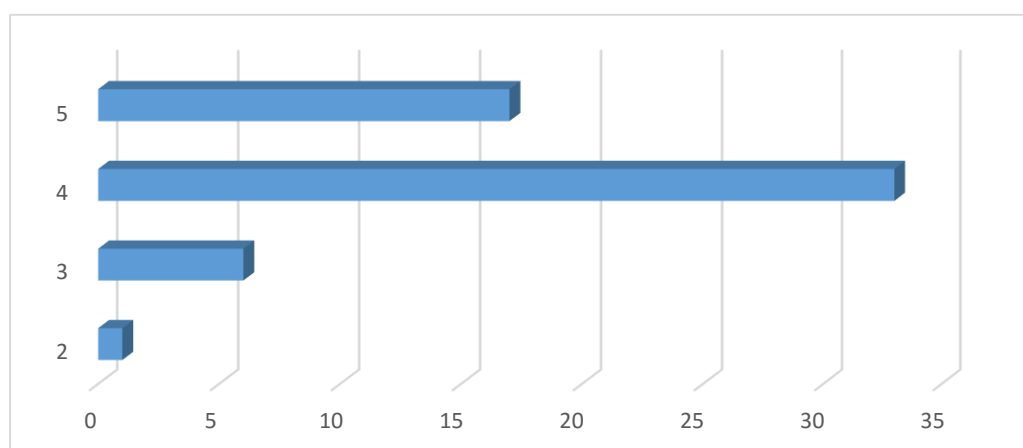


Figura 17: Distribución porcentual de la propuesta 15, El préstamo Multired impacta en la psicología de los clientes ya que mejora la autoestima y el respeto propio, es por eso que se debe implementar políticas de difusión masiva como las redes sociales, periódicos y televisión para llegar a todos nuestros clientes en general.

**Descripción:** Del total de encuestados el 57.9% está de acuerdo con aplicar políticas de difusión masiva y poder llegar a la mayor cantidad de clientes ya que el hecho de mejorar nuestra economía, impactan psicológicamente en nuestra autoestima y amor propio, el 29.8% está totalmente de acuerdo, el 10.5% es indiferente mientras que el 1.8% está en desacuerdo a lo propuesto.

### Interpretación:

Se puede establecer que el 57.9% está de acuerdo con aplicar políticas de difusión masiva y poder llegar a la mayor cantidad de clientes ya

### Propuesta 16

Proponer una cuota comodín al año del préstamo Multired donde el cliente podría elegir qué mes no pagar su cuota por cualquier contingencia económica que le sucediera, esto contribuye a la seguridad y satisfacción personal.

Tabla 18

*Frecuencia y porcentaje de, Proponer una cuota comodín al año del préstamo Multired donde el cliente podría elegir qué mes no pagar su cuota por cualquier contingencia económica que le sucediera, esto contribuye a la seguridad y satisfacción personal.*

P16	Frecuencia	%
2	5	8.8
3	4	7.0
4	26	45.6
5	22	38.6
<b>Total</b>	57	100.0

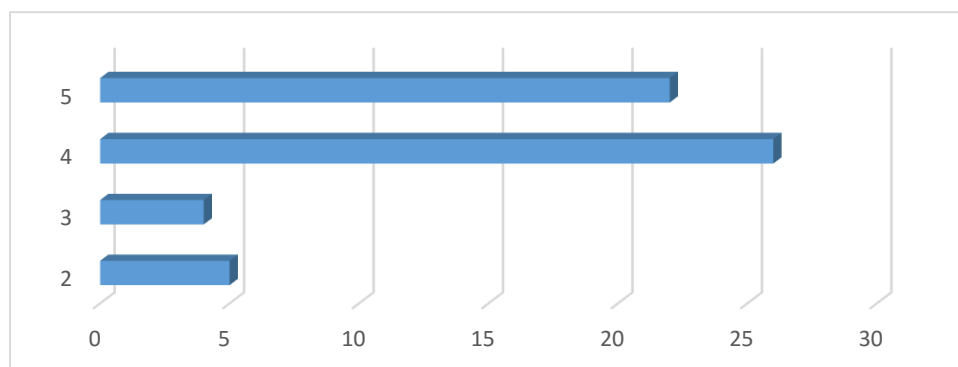


Figura 18: *Distribución porcentual de la propuesta 16, Proponer una cuota comodín al año del préstamo Multired donde el cliente podría elegir qué mes no pagar su cuota por cualquier contingencia económica que le sucediera, esto contribuye a la seguridad y satisfacción personal.*



**Descripción:** Del total de encuestados el 45.6% está de acuerdo con tener la opción de una cuota comodín para atenuar alguna contingencia que pueda suceder en algún momento dentro del periodo de pago del préstamo, el 38.6% está totalmente de acuerdo, el 7.0% es neutral y el 8.8% está en desacuerdo.

**Interpretación:** Se puede establecer que el 45.6% está de acuerdo con tener la opción de una cuota comodín para atenuar alguna contingencia que pueda suceder en algún momento dentro del periodo de pago del préstamo, el 38.6% está totalmente de acuerdo, el 7.0% e

**Propuesta 17:** Difundir los prestamos Multired para emprendedores, esto va de la mano con una campaña publicitaria, podría mejorarse el producto con intereses más bajos y montos mayores a lo actual establecido, consecuentemente este direccionamiento del préstamo contribuiría a la reactivación económica Nacional, generando consumo y empleo dinamizando la economía.

Tabla 19

*Frecuencia y porcentaje de, Difundir los prestamos Multired para emprendedores, esto va de la mano con una campaña publicitaria, podría mejorarse el producto con intereses más bajos y montos mayores a lo actual establecido, consecuentemente este direccionamiento del préstamo contribuiría a la reactivación económica Nacional, generando consumo y empleo dinamizando la economía.*

<b>P17</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>1</b>	1	1.8
<b>3</b>	8	14.0
<b>4</b>	28	49.1
<b>5</b>	20	35.1
<b>Total</b>	57	100.0

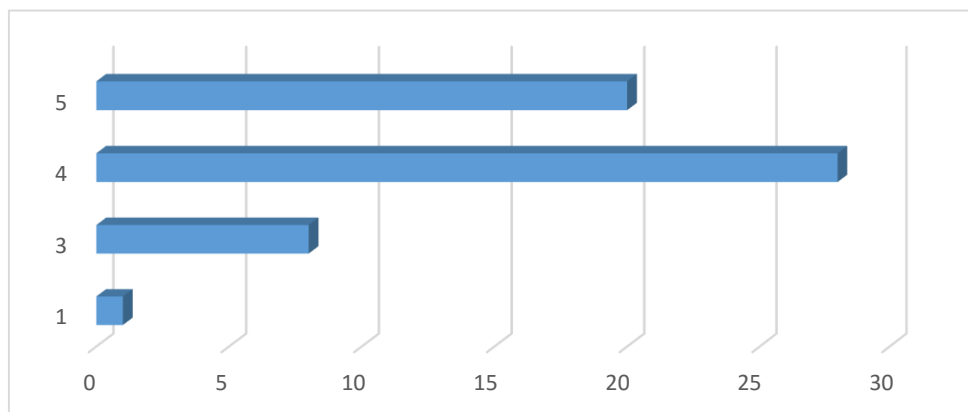


Figura 19: *Distribución porcentual de la propuesta 17, Difundir los préstamos Multired para emprendedores, esto va de la mano con una campaña publicitaria, podría mejorarse el producto con intereses más bajos y montos mayores a lo actual establecido, consecuentemente este direccionamiento del préstamo contribuiría a la reactivación económica Nacional, generando consumo y empleo dinamizando la economía.*

**Descripción:** Del total de encuestados el 49.1% está de acuerdo con la creación de préstamos para emprendedores consecuentemente este producto generará empleo y consumo por lo tanto reactivaría la economía, el 35.1% está totalmente de acuerdo mientras el 14.0% es neutral, contrariamente el 1.8% está muy en desacuerdo.

**Interpretación:**

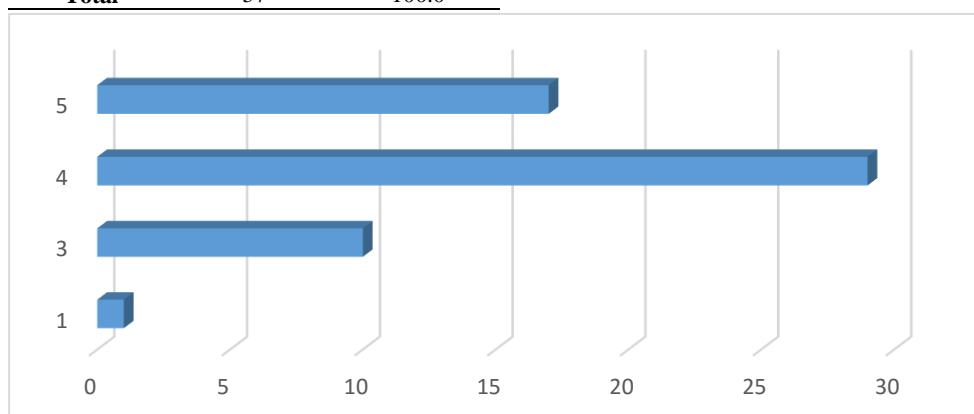
Se puede establecer en su mayoría con la creación de préstamos para emprendedores consecuentemente este producto generará empleo y consumo.

**Propuesta 18:** A más volúmenes de préstamos mayor sobre ganancia para el banco, por parte de los intereses cobrados, esto genera mayor pago del impuesto a la renta, por lo tanto, estimula la reactivación económica, es por esto la importancia de incrementar los topes como de 50 000.00 a 75 000,00 soles.

Tabla 20

*Frecuencia y porcentaje de, A más volúmenes de préstamos mayor sobre ganancia para el banco, por parte de los intereses cobrados, esto genera mayor pago del impuesto a la renta, por lo tanto estimula la reactivación económica, es por esto la importancia de incrementar los topes como de 50 000.00 a 75 000,00 soles.*

P18	Frecuencia	%
1	1	1.8
3	10	17.5
4	29	50.9
5	17	29.8
<b>Total</b>	<b>57</b>	<b>100.0</b>



*Figura 20: Distribución porcentual de la propuesta 18, A más volúmenes de préstamos mayor sobre ganancia para el banco, por parte de los intereses cobrados, esto genera mayor pago del impuesto a la renta, por lo tanto estimula la reactivación económica, es por esto la importancia de incrementar los topes como de 50 000.00 a 75 000,00 soles.*

**Descripción:** Del total de encuestados el 50.9% está de acuerdo con incrementar los topes de préstamos ya que esto generaría mayor utilidad y mayor pago de impuestos por lo tanto se reactivaría la economía, el 29.8% está totalmente de acuerdo, el 17.5% es indiferente y el 1.8% está muy en desacuerdo.

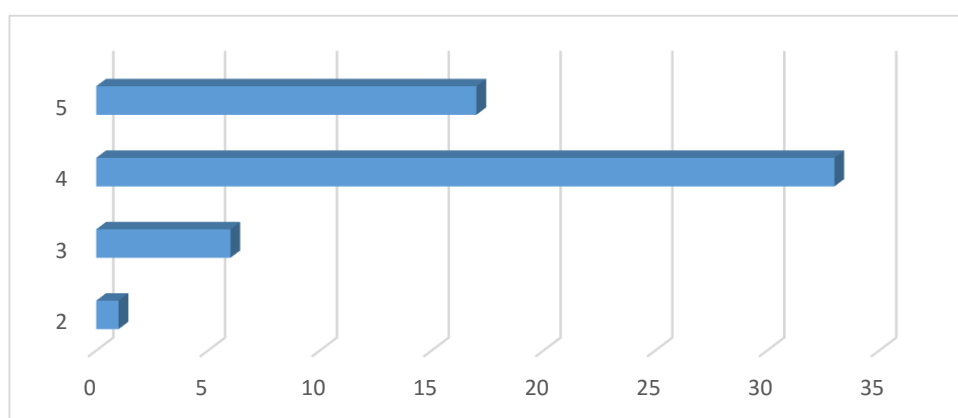
#### **Interpretación:**

**Propuesta 19:** El impacto del préstamo hacia sus clientes se ve reflejado en la consecuencia de como el gestor comercial orienta a los clientes de qué manera pueden acceder a otros canales de atención como Banca celular, cajeros automáticos, agentes corresponsales, fortaleciendo el servicio y descongestionando la afluencia de público en las agencias.

Tabla 21

*Frecuencia y porcentaje de, El impacto del préstamo hacia sus clientes se ve reflejado en la consecuencia de como el gestor comercial orienta a los clientes de que manera pueden acceder a otros canales de atención como Banca celular, cajeros automáticos, agentes corresponsales, fortaleciendo el servicio y descongestionando la afluencia de público en las agencias.*

P19	Frecuencia	%
2	1	1.8
3	6	10.5
4	33	57.9
5	17	29.8
<b>Total</b>	<b>57</b>	<b>100.0</b>



*Figura 21: Distribución porcentual de la propuesta 19, El impacto del préstamo hacia sus clientes se ve reflejado en la consecuencia de como el gestor comercial orienta a los clientes de que manera pueden acceder a otros canales de atención como Banca celular, cajeros automáticos, agentes corresponsales, fortaleciendo el servicio y descongestionando la afluencia de público en las agencias.*

**Descripción:** Del total de encuestados el 57.9% está de acuerdo con que se oriente a los clientes en acceder a otros canales de atención, para fortalecer el servicio y descongestionar la afluencia de público en las agencias, el 29.8% está totalmente de acuerdo mientras que el 10.5% es indiferente y el 1.8% está en desacuerdo.

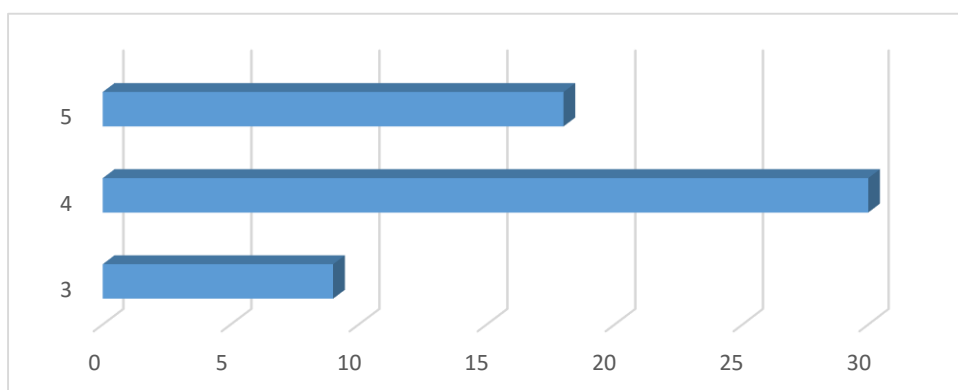
**Interpretación:** Se ha podido establecer que se oriente a los clientes en acceder a otros canales de atención.

**Propuesta 20:** El préstamo Multired también está dirigido a pensionistas y trabajadores en zonas inaccesibles donde solo el Banco de la Nación tiene presencia por lo tanto para dinamizar estos créditos en esas zonas se propone en las campañas de pagos de pensionistas, facilitar transporte (en puntos y horarios establecidos), con publicidad exterior de los prestamos Multired.

*Tabla 22*

*Frecuencia y porcentaje de, El préstamo Multired también está dirigido a pensionistas y trabajadores en zonas inaccesibles donde solo el Banco de la Nación tiene presencia por lo tanto para dinamizar estos créditos en esas zonas se propone en las campañas de pagos de pensionistas, facilitar transporte (en puntos y horarios establecidos), con publicidad exterior de los prestamos Multired.*

<b>P20</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>3</b>	9	15.8
<b>4</b>	30	52.6
<b>5</b>	18	31.6
<b>Total</b>	57	100.0



*Figura 22: Distribución porcentual de la propuesta 20, El préstamo Multired también está dirigido a pensionistas y trabajadores en zonas inaccesibles donde solo el Banco de la Nación tiene presencia por lo tanto para dinamizar estos créditos en esas zonas se propone en las campañas de pagos de pensionistas, facilitar transporte (en puntos y horarios establecidos), con publicidad exterior de los prestamos Multired.*

**Descripción:** Del total de encuestados el 52.6% está de acuerdo con proporcionar transporte con publicidad exterior en zonas de difícil acceso durante las campañas de pagos de pensionistas, el 31.6% está totalmente de acuerdo, mientras que el 15.8% es neutral.

### Interpretación:

Se ha podido establecer que el 52.6% está de acuerdo con proporcionar transporte con publicidad exterior en zonas de difícil acceso durante las campañas de pagos de pensionistas,

**Propuesta 21:** Si se capacitaría al personal de préstamos a nivel nacional sobre la importancia del ahorro para transmitirle al cliente, se reduciría el sobreendeudamiento de los mismos.

Tabla 23

*Frecuencia y porcentaje de, Si se capacitaría al personal de préstamos a nivel nacional sobre la importancia del ahorro para transmitirle al cliente, se reduciría el sobreendeudamiento de los mismos.*

P21	Frecuencia	%
2	1	1.8
3	6	10.5
4	24	42.1
5	26	45.6
<b>Total</b>	57	100.0

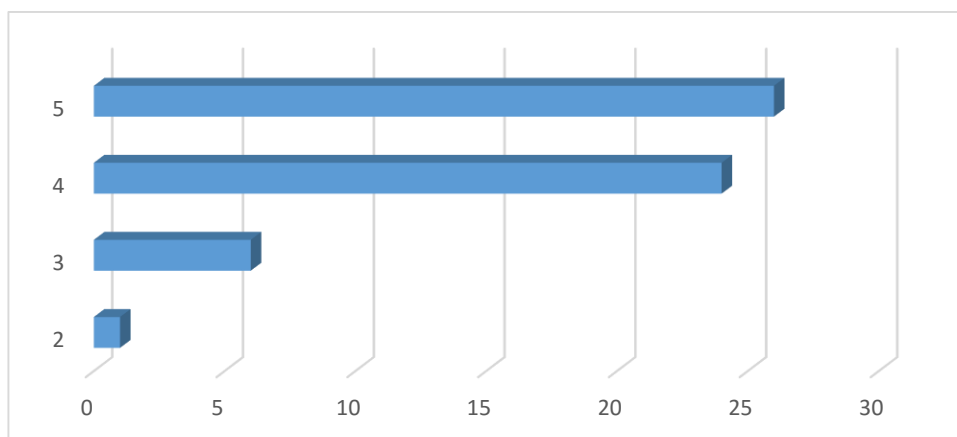


Figura 23: *Distribución porcentual de la propuesta 21, Si se capacitaría al personal de préstamos a nivel nacional sobre la importancia del ahorro para transmitirle al cliente, se reduciría el sobreendeudamiento de los mismos.*

**Descripción:** Del total de encuestados el 45.6% está totalmente de acuerdo que en el planeamiento crediticio este la capacitación al personal de préstamos sobre la importancia del ahorro para transmitir a nuestros clientes y a la vez contribuir en forjar una cultura de ahorro

que beneficie su calidad financiera e influya en reducir el sobreendeudamiento, el 42.1% está de acuerdo por lo contrario el 1.8% está en desacuerdo, mientras que el 10.5% es neutral a lo propuesto.

### Interpretación:

Se ha podido establecer que la mayoría está totalmente de acuerdo que en el planeamiento crediticio este la capacitación al personal de préstamos.

**Propuesta 22:** Es necesario inculcar a los usuarios el sentido del ahorro ya que esto generaría un desarrollo en sus economías orientándoles y aconsejándoles en las agencias como en las mismas instituciones del estado, mediante videos, panfletos y charlas, por lo tanto, se crearía una cultura del ahorro.

Tabla 24

*Frecuencia y porcentaje de, Es necesario inculcar a los usuarios el sentido del ahorro ya que esto generaría un desarrollo en sus economías orientándoles y aconsejándoles en las agencias como en las mismas instituciones del estado, mediante videos, panfletos y charlas, por lo tanto, se crearía una cultura del ahorro.*

P22	Frecuencia	%
3	4	7.0
4	29	50.9
5	24	42.1
<b>Total</b>	57	100.0

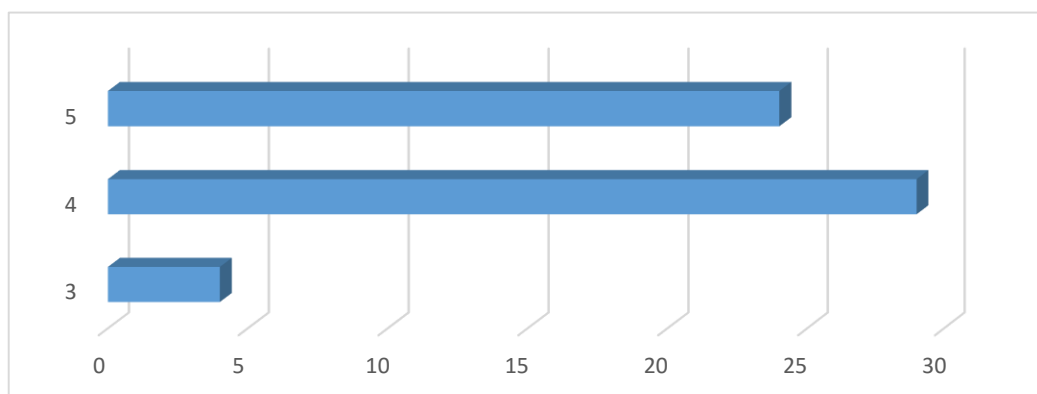


Figura 24: *Distribución porcentual de la propuesta 22, Es necesario inculcar a los usuarios el sentido del ahorro ya que esto generaría un desarrollo en sus economías orientándoles y aconsejándoles en las agencias como en las mismas instituciones del estado, mediante videos, panfletos y charlas, por lo tanto, se crearía una cultura del ahorro.*

**Descripción:** Del total de encuestados el 50.9% está de acuerdo con que se oriente e informe a los clientes en nuestras oficinas como en las instituciones del estado el sentido del ahorro mediante videos, charlas y propaganda en general, el 42.1% está totalmente de acuerdo mientras que el 7% es neutral e indiferente.

**Interpretación:**

Se ha podido establecer que de acuerdo con que se oriente e informe a los clientes en nuestras oficinas como en las instituciones del estado el sentido del ahorro mediante videos, charlas y propaganda en general.

**5.1.2. Sexo**

La siguiente tabla nos muestra la codificación y distribución del sexo, para hombres el número 1 y para mujeres el número 2 de personas que fueron encuestadas.

Tabla 25

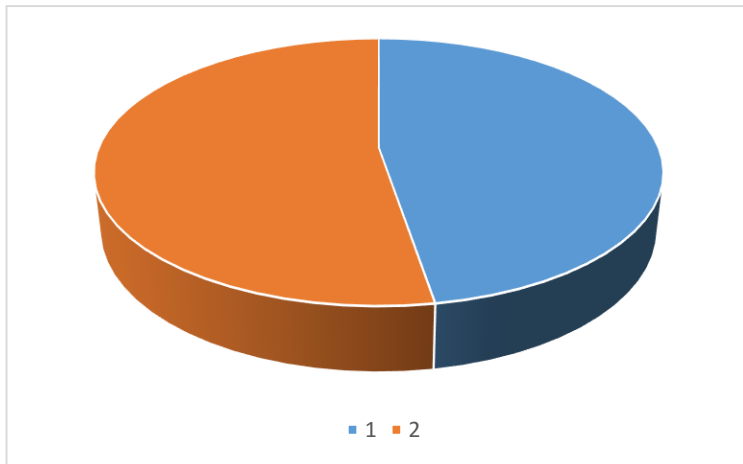
*Frecuencia y porcentaje de la distribución porcentual por sexo de los encuestados.*

<b>Sexo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>1</b>	27	47.4
<b>2</b>	30	52.6
<b>Total</b>	57	100.0

**Descripción:** Del total de encuestados 27 son hombres que equivale al 47.4% y 30 son mujeres que equivale al 52.6%.

**Interpretación:** Se puede apreciar qué la diferencia de encuestados, del sexo femenino y del sexo masculino es mínima donde la mujer lleva la delantera por un 5.2%, por lo cual existen 30 mujeres y 27 hombre





*Figura 25:* Distribución del sexo donde se aprecia que predominan las mujeres

**Descripción:** En este grafico se aprecia la distribución de manera más armónica, que a simple vista se distingue la pequeña predominancia del sexo femenino sobre el sexo masculino.

## 5.2. Análisis de resultados

Las hipótesis del trabajo de investigación son:

HG: Hipótesis General

HE: Hipótesis Especifica

VI: Variable Independiente

VD: Variable dependiente

HG: El planeamiento crediticio mejora las colocaciones de Prestamos Multired

HG0: El planeamiento crediticio no mejora las colocaciones de Prestamos Multired

HE1: Las políticas crediticias mejoran las colocaciones de préstamo Multired

HE10: Las políticas crediticias no mejoran las colocaciones de préstamos Multired

HE2: La Gestión Crediticia mejora las colocaciones de préstamos Multired

HE20: La Gestión crediticia no mejora las colocaciones de préstamos Multired

HE3: Las campañas crediticias mejoran las colocaciones de préstamos Multired

HE30: Las campañas crediticias no mejoran las colocaciones de préstamos Multired

Variables:

Variable Independiente: PLANEAMIENTO CREDITICIO

Variable Dependiente: IMPACTO EN LAS COLOCACIONES DE PRESTAMO  
MULTIRED

Para contrastar estas hipótesis se recolecto los datos de la muestra que consta de 22 propuestas, de las cuales 12 corresponden a la variable independiente y 10 a la variable dependiente.

Para probar la hipótesis debemos realizar  $12 \times 10 = 120$  cruces de variables generando 120 pruebas de hipótesis.

Una prueba cruzada consiste en clasificar las respuestas de las propuestas de la variable independiente con las propuestas de la variable dependiente generando una tabla de 2 vías llamada tabla de contingencia.

Para la validación de la hipótesis se requiere usar el contraste de la CHI-CUADRADO DE PEARSON:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^I \sum_{j=1}^J \frac{(n_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

Asumiendo un nivel de significación del 5%, se tienen las regiones de aceptación y de rechazo que vendría a ser la hipótesis nula.

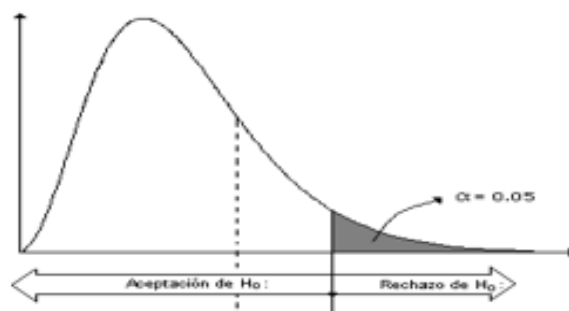


Figura 26: Distribución gráfica del Chi Cuadrado.

El resumen de las propuestas contrastadas se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 26

*Resumen de las 120 consistencias*

			V.D.										
			1.-Impacto Social				2.-Impacto Económico						
			1.1		1.2		2.1		2.2		2.3		
			P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	
V.I.	1.-Políticas Crediticias	1.1	P1	xxx	xxx			xxx					
			P2	xxx	xxx			xxx	xxx		xxx		
		1.2	P3	xxx		xxx		xxx	xxx	xxx			
			P4				xxx						
	2.-Gestión Crediticio	2.1	P5					xxx		xxx			
			P6	xxx	xxx				xxx	xxx		xxx	
		2.2	P7		xxx		xxx		xxx	xxx			
			P8	xxx				xxx				xxx	xxx
	3.-Campañas Crediticias	3.1	P9				xxx					xxx	
			P10					xxx					
		3.2	P11				xxx			xxx		xxx	xxx
			P12	xxx	xxx				xxx	xxx			



**Hipótesis específica 1:**

**Hipótesis Nula:** El impacto en las colocaciones de préstamos Multired no está asociado a las políticas crediticias.

**Hipótesis Alterna:** El impacto en las colocaciones de préstamos Multired está asociado a las políticas crediticias:

Si se incrementan los montos de 19 000 a 25 000 soles para los trabajadores y pensionistas mayores de 60 pero menores de 77 años, mejorarían sustancialmente los volúmenes de préstamos (P2) y si la tasa de interés bajara, la demanda de los préstamos Multired aumentaría (P3), se puede lograr un desarrollo de los clientes en el ámbito educativo y profesional financiando sus matrículas implementando paquetes publicitarios en las distintas instituciones educativas (P13) y la difusión de préstamos para emprendedores de la mano con una campaña publicitaria bajando el interés con montos mayores a lo establecido consecuentemente reactivando la economía nacional (P17).

Tabla 28

*Políticas Crediticias (P2) \* Impacto Social (P13)*

Tabla cruzada		Impacto Social (P13)			Total
		Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Políticas Crediticias (P2)	Muy en desacuerdo	0	1	0	1
	En desacuerdo	0	4	1	5
	Neutral	0	1	4	5
	De acuerdo	2	22	8	32
	Totalmente de acuerdo	1	2	11	14
Total		3	30	24	57

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	17,724 <sup>a</sup>	8	0.023
Razón de verosimilitud	19.565	8	0.012
Asociación lineal por lineal	1.825	1	0.177
N de casos válidos	57		

a. 11 casillas (73,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,05.

Tabla 29

*Políticas Crediticias (P2) \* Impacto Social (P17)*

Tabla cruzada		Impacto Económico (P17)				Total
		Muy en desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Políticas Crediticias (P2)	Muy en desacuerdo	1	0	0	0	1
	En desacuerdo	0	2	1	2	5
	Neutral	0	1	2	2	5
	De acuerdo	0	3	20	9	32
	Totalmente de acuerdo	0	2	5	7	14
Total		1	8	28	20	57

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	64,031 <sup>a</sup>	12	0.000
Razón de verosimilitud	16.486	12	0.170
Asociación lineal por lineal	6.129	1	0.013
N de casos válidos	57		
a. 17 casillas (85,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,02.			

Tabla 30

*Políticas Crediticias (P3) \* Impacto Social (P13)*

Tabla cruzada		Impacto Social (P13)			Total
		Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Políticas Crediticias (P3)	Muy en desacuerdo	0	1	0	1
	Neutral	1	2	2	5
	De acuerdo	1	18	4	23
	Totalmente de acuerdo	1	9	18	28
Total		3	30	24	57

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	15,021 <sup>a</sup>	6	0.020
Razón de verosimilitud	15.060	6	0.020
Asociación lineal por lineal	6.191	1	0.013
N de casos válidos	57		

a. 8 casillas (66,7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,05.

Tabla 31

*Políticas Crediticias (P3) \* Impacto Económico (P17)*

Tabla cruzada		Impacto Económico (P17)				Total
		Muy en desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Políticas Crediticias (P3)	Muy en desacuerdo	1	0	0	0	1
	Neutral	0	2	0	3	5
	De acuerdo	0	3	16	4	23
	Totalmente de acuerdo	0	3	12	13	28
Total		1	8	28	20	57

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	68,220 <sup>a</sup>	9	0.000
Razón de verosimilitud	22.961	9	0.006
Asociación lineal por lineal	9.911	1	0.002
N de casos válidos	57		

a. 12 casillas (75,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,02.

Como podemos apreciar en las tablas el valor Chi Cuadrado es:

Según la tabla 28 el valor,  $X_0^2 = 17, 724$

Según la tabla 29 el valor,  $X_0^2 = 64, 031$

Según la tabla 30 el valor,  $X_0^2 = 15, 021$

Según la tabla 31 el valor,  $X_0^2 = 68, 220$

Donde el nivel de significancia usado fue  $< 0.05$  con 8 grados de libertad en la tabla 28, 12 grados de libertad en la tabla 29, 6 grados de libertad en la tabla 30 y 9 grados de



libertad en la tabla 31. Además, un valor de significancia asintótica de 0.023 en la tabla 28, un valor de significancia asintótica de 0.000 en la tabla 29, un valor de significancia asintótica de 0.020 en la tabla 30 y un valor de significancia asintótica de 0.000 en la tabla 31.

Al respecto para demostrar que la  $H_0$  se acepta o rechaza se plantea lo siguiente:

Tabla 28:  $X_0^2 = 17,724 > X_\alpha^2 = 15,507$ , por lo tanto se rechaza la  $H_0$

Tabla 29:  $X_0^2 = 64,031 > X_\alpha^2 = 21,026$ , por lo tanto se rechaza la  $H_0$

Tabla 30:  $X_0^2 = 15,021 > X_\alpha^2 = 12,595$ , por lo tanto se rechaza la  $H_0$

Tabla 31:  $X_0^2 = 68,220 > X_\alpha^2 = 16,919$ , por lo tanto se rechaza la  $H_0$

Al encontrarse una relación entre la dimensión Políticas Crediticias con las dimensiones de Impacto Social e Impacto Económico, se comprobó que las Políticas Crediticias inciden significativamente en el impacto en las colocaciones de Préstamos Multired del Banco de la Nación.

### **Hipótesis específica 2:**

**Hipótesis Nula:** El impacto de las colocaciones de préstamos Multired no está asociada a la Gestión Crediticia:

**Hipótesis Alterna:** El impacto de las colocaciones de préstamos Multired está asociada a la Gestión Crediticia:

Si el ratio de endeudamiento representa máximo el 40% de la capacidad de ingreso del cliente, incrementando otros ingresos sustentables para clientes con sueldos menores al mínimo vital mejorarían sus volúmenes de préstamos por lo tanto no se endeudarían en otros bancos (P6), se pueda lograr que el cliente acceda a su préstamo por otros canales de atención como banca celular y Multired virtual para luego hacer uso de cajeros y agentes, así poder cobrar o pagar y mejorar el servicio descongestionando las agencias (P19), se pueda llegar al desarrollo de las personas y su calidad de vida mediante el mejoramiento de sus viviendas en

el mediano y largo plazo, esto gracias a un buen asesoramiento crediticio (P14), al modernizarse el sistema se reconocería las cuentas vinculadas al cliente para poder cobrar las cuotas de los préstamos atrasados que por motivo de ser cesados empiezan a cobrar por otras cuentas de otras instituciones en el mismo banco como la ONP y la Caja de Pensión Militar Policial, sería una gestión crediticia mediante el sistema pero de recuperación, el cliente no se perjudicaría por lo tanto ya estando de pensionista sería sujeto de crédito (P7), por último gestionar elevar los montos de préstamos de S/. 50 000.00 que es lo actual establecido a S/. 75 000.00, se llegaría a clientes potenciales haciéndolo más atractivo y mejoraría la demanda, esto conlleva a reactivar la economía por el pago del impuesto a la renta de parte del Banco, se beneficia el banco, se beneficia el estado y se beneficia el cliente (P18).

Tabla 32

**Gestión Crediticia (P6) \* Impacto Social (P14)**

Tabla Cruzada		Impacto Social (P14)					Total
		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Gestión Crediticia (P6)	En desacuerdo	1	0	0	0	0	1
	Neutral	0	0	4	8	2	14
	De acuerdo	0	0	2	22	4	28
	Totalmente de acuerdo	0	1	0	5	8	14
Total		1	1	6	35	14	57

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	76,892 <sup>a</sup>	12	0.000
Razón de verosimilitud	28.616	12	0.004
Asociación lineal por lineal	10.625	1	0.001
N de casos válidos	57		
a. 16 casillas (80,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,02.			

Tabla 33

*Gestión Crediticia (P6) \* Impacto Económico (P19)*

Tabla Cruzada		Impacto Económico (P19)				Total
		En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Gestión Crediticia (P6)	En desacuerdo	0	1	0	0	1
	Neutral	0	2	11	1	14
	De acuerdo	0	1	18	9	28
	Totalmente de acuerdo	1	2	4	7	14
Total		1	6	33	17	57

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	20,903 <sup>a</sup>	9	0.013
Razón de verosimilitud	18.153	9	0.033
Asociación lineal por lineal	2.735	1	0.098
N de casos válidos	57		

a. 12 casillas (75,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,02.

Tabla 34

*Gestión Crediticia (P7) \* Impacto Económico (P18)*

Tabla Cruzada		Impacto Económico (P18)				Total
		Muy en desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Gestión Crediticia (P7)	Muy en desacuerdo	0	1	0	0	1
	En desacuerdo	1	0	0	1	2
	Neutral	0	4	1	1	6
	De acuerdo	0	5	16	7	28
	Totalmente de acuerdo	0	0	12	8	20
Total		1	10	29	17	57

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	48,771 <sup>a</sup>	12	0.000
Razón de verosimilitud	28.576	12	0.005
Asociación lineal por lineal	11.405	1	0.001
N de casos válidos	57		

a. 16 casillas (80,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,02.

Como podemos apreciar en las tablas el valor Chi Cuadrado es:

Según la tabla 32 el valor,  $X_0^2 = 76,892$

Según la tabla 33 el valor,  $X_0^2 = 20,903$

Según la tabla 34 el valor,  $X_0^2 = 48,771$

Donde el nivel de significancia usado fue  $< 0.05$  con 12 grados de libertad en la tabla 32, con 9 grados de libertad en la tabla 33 y con 12 grados de libertad en la tabla 34. Además un valor de significancia asintótica de 0.000 en la tabla 32, un valor de significancia asintótica de 0.013 en la tabla 33 y un valor de significancia asintótica de 0.000 en la tabla 34.

Al respecto para demostrar que la  $H_0$  se acepta o rechaza se plantea lo siguiente:

Tabla 32:  $X_0^2 = 76,892 > X_\alpha^2 = 21,026$ , por lo tanto se rechaza la  $H_0$

Tabla 33:  $X_0^2 = 20,903 > X_\alpha^2 = 16,919$ , por lo tanto se rechaza la  $H_0$

Tabla 34:  $X_0^2 = 48,771 > X_\alpha^2 = 21,026$ , por lo tanto se rechaza la  $H_0$

Al encontrarse una relación entre la dimensión Gestión Crediticia con las dimensiones de Impacto Social e Impacto Económico, se comprobó que la Gestión Crediticia inciden significativamente en el impacto en las colocaciones de Préstamos Multired del Banco de la Nación.

### **Hipótesis específica 3:**

**Hipótesis Nula:** El impacto de las colocaciones de préstamos Multired no está asociada a las campañas crediticias.

**Hipótesis Alterna:** El impacto de las colocaciones de préstamos Multired está asociada a las campañas crediticias.

Si se lanzara promociones como bajar la tasa de interés e impulsando el turismo nacional por cada feriado largo que se presente, de esta manera se reactivaría la economía de dichos destinos (P11), si se otorga un obsequio al momento del desembolso mediante un mensaje en el Boucher por sorteo sistémico (P12), si se propone una cuota comodín al año para los préstamos Multired donde el cliente podría elegir qué mes no pagar por cualquier contingencia económica que le pueda suceder contribuyendo a la seguridad y satisfacción personal (P16), si se logra difundir con más efectividad mediante una campaña los préstamos

Multired para emprendedores con intereses más bajos y montos mayores (P17), como también se acceda a otros canales de atención para mejorar el servicio en las oficinas evitando la afluencia de público y educando al cliente (P19).

Tabla 35

*Campañas Crediticias (P11) \* Impacto Social (P16)*

Tabla Cruzada		Impacto Social (P16)				Total
		En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	5	
Campañas Crediticias (P11)	Muy en desacuerdo	0	1	0	0	1
	Neutral	2	1	3	6	12
	De acuerdo	2	2	15	8	27
	Totalmente de acuerdo	1	0	8	8	17
Total		5	4	26	22	57

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	18,543 <sup>a</sup>	9	0.029
Razón de verosimilitud	11.819	9	0.224
Asociación lineal por lineal	1.960	1	0.161
N de casos válidos	57		

a. 11 casillas (68,8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,07.

Tabla 36

*Campañas Crediticias (P12) \* Impacto Económico (P17)*

Tabla Cruzada		Impacto Económico (P17)				Total
		Muy en desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Campañas Crediticias (P12)	Muy en desacuerdo	0	0	0	1	1
	En desacuerdo	1	0	0	2	3
	Neutral	0	3	4	1	8
	De acuerdo	0	2	21	3	26
	Totalmente de acuerdo	0	3	3	13	19
Total		1	8	28	20	57

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	47,394 <sup>a</sup>	12	0.000
Razón de verosimilitud	37.592	12	0.000
Asociación lineal por lineal	3.749	1	0.053
N de casos válidos	57		
a. 16 casillas (80,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,02.			



Tabla 37

*Campañas Crediticias (P12) \* Impacto Económico (P19)*

Recuento		Impacto Económico (P19)				Total
		En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Campañas Crediticias (P12)	Muy en desacuerdo	0	0	0	1	1
	En desacuerdo	0	1	1	1	3
	Neutral	0	1	5	2	8
	De acuerdo	1	1	22	2	26
	Totalmente de acuerdo	0	3	5	11	19
Total		1	6	33	17	57

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	22,828 <sup>a</sup>	12	0.029
Razón de verosimilitud	24.221	12	0.019
Asociación lineal por lineal	0.620	1	0.431
N de casos válidos	57		

a. 16 casillas (80,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,02.

Como podemos apreciar en las tablas el valor Chi Cuadrado es:

Según la tabla 35 el valor,  $X_0^2 = 18,543$

Según la tabla 36 el valor,  $X_0^2 = 47,394$

Según la tabla 37 el valor,  $X_0^2 = 22,828$

Donde el nivel de significancia usado fue  $< 0.05$  con 9 grados de libertad en la tabla 35, con 12 grados de libertad en la tabla 36 y con 12 grados de libertad en la tabla 37.

Además un valor de significancia asintótica de 0.029 en la tabla 35, un valor de significancia asintótica de 0.000 en la tabla 36 y un valor de significancia asintótica de 0.029 en la tabla 37.

Al respecto para demostrar que la  $H_0$  se acepta o rechaza se plantea lo siguiente:

Tabla 35:  $X_0^2 = 18,543 > X_\alpha^2 = 16,919$ , por lo tanto se rechaza la  $H_0$

Tabla 36:  $X_0^2 = 47,394 > X_\alpha^2 = 21,026$ , por lo tanto se rechaza la  $H_0$

Tabla 37:  $X_0^2 = 22,828 > X_\alpha^2 = 21,026$ , por lo tanto se rechaza la  $H_0$

Al encontrarse una relación entre la dimensión Campañas Crediticias con las dimensiones de Impacto Social e Impacto Económico, se comprobó que las Campañas Crediticias inciden significativamente en el impacto en las colocaciones de Préstamos Multired del Banco de la Nación.

### 5.3 Discusión de resultados

En esta investigación se trata de demostrar que un Planeamiento crediticio impacta en las colocaciones de préstamos Multired mediante sus políticas, gestión y campañas crediticias, se demostró mediante el contraste de la CHI CUADRADO DE PEARSON que la Hipótesis nula que viene a ser la negación de las hipótesis propuestas y que demuestran que las variables no están asociadas o sean independientes unas de otras, por lo que se rechaza y se aceptan las hipótesis alternas en las siguientes condiciones.

Qué el planeamiento crediticio mejora las colocaciones de préstamos Multired (HG), qué está asociada al impacto en el incremento de préstamos con respecto a las políticas crediticias ya qué depende del cambio o flexibilización de algunas restricciones que cambiarían el rumbo de los préstamos, pero también tomando en cuenta el lado humano qué tiene mucha relación con lo social y con lo económico donde el estado tiene influencia como participación y queda demostrado en la Tabla 28 donde se cruza la propuesta 2 qué nos indica el cambio de política crediticia para incrementar los topes de montos de 19 000.00

soles a 25 000.00 para los trabajadores y pensionistas en un rango de edad de 60 a 77 años, esto dinamizaría los préstamos ante la amenaza de la banca comercial, qué bien claro lo describe Luis Herrera Bay en su Tesis Aplicación de herramientas de planificación y su incidencia en el cumplimiento de los objetivos institucionales en el área de créditos del banco de la nación, donde hace mención en su dimensión del trabajo al FODA y cabe resaltar las amenazas qué son externas y lo relacionaríamos en este caso con la banca comercial, también no podemos dejar de mencionar las oportunidades de captar cliente mediante los préstamos Multired y la propuesta<sup>13</sup>, donde se indica que los préstamos Multired permite qué mucha gente progrese ya qué estos préstamos están destinados a la educación y desarrollo profesional, para lograr dicho desarrollo es necesario implementar paquetes publicitarios en los inicios de cada etapa escolar, universitaria y posgrado haciendo acuerdos con las distintas instituciones educativas, está propuesta está relacionada al impacto social, combinando con las políticas crediticias.

Del mismo modo en la tabla 29 se cruzó la propuesta 2 con la propuesta 17 qué nos indica, difundir los préstamos Multired para emprendedores, esto va de la mano con una campaña publicitaria, mejorando el producto con intereses más bajos y montos mayores a lo actual establecido, consecuentemente este direccionamiento del préstamo contribuiría a la reactivación económica nacional generando consumo y empleo, dinamizando la economía, el banco de la nación es el banco qué maneja intereses más bajos qué la banca comercial, como estos préstamos están dirigidos a servidores del estado, se tendría qué difundir en nuestras propias oficinas en las fechas de pago, identificarlos ya qué no todos los servidores públicos tienen negocio o están por emprenderlo, según el Dr. Luis Herrera Bay en su tesis Aplicación de herramientas de planificación y su incidencia en el cumplimiento de los objetivos institucionales en el área de créditos del banco de la nación, plantea en su Hipótesis A, qué la aplicación de las estrategias de Porter permitirá mejorar el cumplimiento de objetivos en el

área de créditos del Banco de la Nación, según Porter una empresa en el mercado busca obtener una ventaja competitiva respecto a los demás, qué el define como una empresa diferencial respecto a la competencia, cabe resaltar qué la ventaja competitiva qué tiene el Banco de la Nación con respecto a la banca comercial es el convenio interinstitucional con las diferentes instituciones del estado, por lo tanto el total de clientes del banco de la nación cobran sus respectivas pensiones y sueldos por las cuentas de ahorros del mismo banco, por lo tanto en este cruce de propuestas está participando las políticas crediticias (P2) con el impacto económico (P17).

El siguiente cruce, Tabla 30, la propuesta 3 (Políticas crediticias) con la propuesta 13 (Impacto social), donde la propuesta 3 nos indica que, si la tasa de interés bajara, la demanda de los Préstamos Multired aumentaría, gana el estado, gana el banco y sobre todo cumpliendo el rol social qué le corresponde al Banco de Nación, el cliente gana, se demostró qué el impacto en las colocaciones de Préstamos Multired está asociada a las políticas crediticias cuando se trata de bajar la tasa de interés para promover los préstamos y la propuesta 13 para buscar el progreso educativo y profesional mediante capacitaciones, cursos de actualización en universidades, colegios e institutos para las matrículas en los inicios de la etapa estudiantil de cada institución educativa, la contribución en lo social se da desde qué las personas qué conforman nuestra sociedad adquieran un cierto grado de cultura y valores, la educación es fundamental para crecer como sociedad.

También se combinó la propuesta 3 (Políticas crediticias) con la propuesta 17 (Impacto económico), en la Tabla 31, donde se demostró la estrecha relación qué tiene bajar la tasa de interés con la finalidad de incrementar volúmenes de préstamos con la difusión de Préstamos Multired para emprendedores.

En la Hipótesis específica 2, el impacto de las colocaciones de Préstamos Multired está asociada a la Gestión Crediticia, según la Tabla 32, si la propuesta 6 (Gestión crediticia),

donde indica que la capacidad de endeudamiento de los clientes representa un ratio del 40% para el descuento de los ingresos por el banco, incrementando otros ingresos sustentables, los pensionistas quienes en mayoría perciben ingresos por debajo del sueldo mínimo, mejorarían sus volúmenes de préstamos por lo tanto no tendrían que endeudarse en otros bancos y financieras, combinada con la propuesta 14 (Impacto Social), que nos indica, que el planeamiento crediticio impacta en nuestra sociedad a mediano y largo plazo ya que mediante los préstamos, los clientes desarrollan su infraestructura, mejorando su calidad de vida, por lo tanto es necesario llegar a este público objetivo invitándolos en nuestras propias oficinas mediante una publicidad en los videos que se acerquen a los módulos de préstamos para asesorarlos, en este escenario están involucrados la gestión crediticia y el impacto social, cuando hablamos de Gestión Crediticia nos referimos a todo procedimiento que se desarrolla para llegar un fin u objetivo, rentabilizando las operaciones comerciales aumentando la productividad, vale decir que la gestión está inmersa en todas las actividades que hace una institución o empresa para comercializar sus productos o para un óptimo manejo interno de procesos con un eficaz y eficiente funcionamiento. Cuando hablamos del impacto social nos referimos al desarrollo de la infraestructura de viviendas de los clientes de escasos recursos y que de a pocos van mejorando gracias a los préstamos Multired, el sub desarrollo se ve cuando las personas en una ciudad en términos de infraestructura viven sin baños, sin pozos cisterna, sin acabados, en esteras, etc. Por lo tanto, está demostrado que lo social y lo económico están estrechamente relacionados.

En la tabla 33 se relaciona la propuesta 6 que tiene que ver con la gestión crediticia y la propuesta 19 que tiene que ver con el impacto económico, que nos indica cuando el gestor comercial (encargado de otorgar los préstamos), orienta a los clientes de que manera pueden acceder a los Préstamos Multired por otros canales de atención como banca por celular, donde se aprovecha el uso de la tecnología para la precalificación, emisión y desembolso del

préstamos en tiempo real, con esta gestión se dinamiza el tiempo, se evita el malestar por las largas colas, se promueve los cobros por cajeros automáticos o simplemente el medio de pago que cuenta el banco por intermedio de Visa débito, con esto se aminora el riesgo de asaltos, si combinamos el hecho de que el cliente tenga mayor accesibilidad de crédito ya que se le tomaría en cuenta otros ingresos, el impacto económico sería beneficioso para el cliente y las facilidades de la tecnología mejoraría el servicio del Banco en las oficinas como para el cliente de tras de su celular o computadora.

En la tabla 34 donde se cruza la propuesta 7 (Gestión Crediticia) y la propuesta 18 (Impacto Económico), donde la propuesta 7 nos indica que el sistema debería modernizarse con la finalidad de poder cobrar no solo de la cuenta originaria del préstamo sino también de cualquier otra cuenta del mismo banco ya que en muchos casos cuando pasan a ser pensionistas, les empiezan a pagar su pensión por otras cuentas, es por este motivo que muchos clientes caen en morosidad y son reportados al sistema financiero como morosos, este tema tiene que ver con la tecnología ya que se tiene que implementar la opción de relacionar las cuentas que pertenecen a un mismo cliente, también tiene una estrecha relación con la gestión crediticia para implementar procesos y cumplir con los objetivos, como lo describe el Dr. Luis herrera bay en la Tesis de Aplicación de herramientas de planificación y su incidencia en el cumplimiento de los objetivos institucionales en el área de créditos del banco de la nación, donde se demuestra que la matriz de desarrollo estratégico de Ansoff influye en el cumplimiento de objetivos en el área de créditos del Banco de la Nación, también con respecto al riesgo al no relacionar las diferentes cuentas de un mismo cliente y no poder recuperar el crédito está en la aplicación del análisis FODA de esa misma tesis, en la parte de amenazas y la siguiente propuesta 18, nos indica que a más volúmenes de préstamos mayor sobre ganancia para el banco, por parte de los intereses cobrados, esto genera mayor pago del impuesto a la renta, por lo tanto estimula la reactivación económica,

es por esto la importancia de incrementar los topes como de 50 000.00 a 75 000.00 soles, el impacto económico es notorio al aumentar la capacidad de endeudamiento del cliente, sin embargo es una oportunidad que se está dejando de aprovechar ya que como máximo el banco presta hasta 50 000.00 soles a clientes menores de 60 años cuyo ingreso multiplicado por 14 podrían llegar a 75 000.00 soles o más, estos clientes potenciales son aprovechados por la banca comercial y no se debe permitir contando con todo lo necesario para minimizar los riesgos.

En la Hipótesis 3, El impacto de las colocaciones de préstamos Multired está asociada a las Campañas Crediticias, según la tabla 35, en los cruces de la propuesta 11 (Campañas Crediticias), con la propuesta 16 (Impacto social), donde la propuesta 11 nos indica lanzar promociones bajando la tasa de interés e impulsando el turismo nacional por cada feriado largo que se presente, de esta manera se reactivaría la economía en dichos destinos, se está promocionando el turismo con los préstamos Multired a la vez se está reactivando la economía en dichos destinos ya que abran más clientes gastando su dinero promoviendo el comercio y el consumo generando puestos de trabajo y sacando de la pobreza a mucha gente local, esto está íntimamente ligado a la propuesta 16 que nos indica implementar una cuota comodín al año del préstamo Multired donde el cliente podría elegir que mes no pagar, ya que no faltan las contingencias económicas, esto contribuiría al bienestar personal, relacionándolo con el turismo el cliente planificaría el viaje en sus vacaciones y la cuota comodín al mes siguiente en modo de recuperación.

Según la tabla 36, en los cruces de la propuesta 12 (Campañas Crediticias) con la propuesta 17 (Impacto Económico), se demuestra lo siguiente: que la propuesta 12 nos indica que por cada desembolso de préstamo lanzar un mensaje donde el cliente podría ser acreedor de un regalo que no sea muy costoso pero necesario en el hogar, donde está promoción que es parte de una campaña crediticia para impulsar los préstamos está íntimamente relacionada a

la propuesta 17, que menciona la difusión de préstamos Multired para emprendedores con tasas de interés más bajas a lo estipulado en el reglamento interno, pero que un obsequio dirigido a estos clientes potenciales fidelizaría e incentivaría sus preferencias a pedir un préstamo en el banco de la Nación.

En la tabla 37, se relaciona la propuesta 12 (Campañas Crediticias) con la propuesta 19 (Impacto económico), se demostró la estrecha relación que hay con lanzar la campaña de los obsequios mediante el mensaje en los Voucher de desembolso y el uso de la tecnología para que mediante el celular y el internet se pueda solicitar los préstamos sin necesidad de concurrir a las oficinas, hacer pagos, giros y transferencia desde sus hogares u oficinas del trabajo, la difusión sería mediante una campaña publicitaria por internet y en las mismas oficinas con volantes y monitores televisivos internos del banco.



## CAPÍTULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1. Conclusiones

##### **Primero:**

Se confirma la Hipótesis General: El Planeamiento Crediticio mejora las colocaciones de Préstamos Multired. Gracias al contenido del instrumento de medición, se manifiesta la tendencia de la muestra poblacional, mayormente de acuerdo en las propuestas de mejora para los préstamos Multired mediante el planeamiento crediticio, por este motivo es necesario implementar los cambios que desarrollen planes a corto, mediano y largo plazo para fortalecer e incrementar los préstamos Multired del Banco de la Nación, queda demostrado hacer los cambios en las políticas crediticias, resaltando bajar la tasa de interés e incrementando los montos de préstamos por periodos en campañas y en un determinado tiempo, mejorando el producto y los procesos primordialmente beneficiando al ciudadano en lo social y económico cómo también al estado generando utilidades a raíz del incremento de préstamos Multired.

##### **Segundo:**

Se acepta la Hipótesis Especifica 1 = Las políticas crediticias mejoran las colocaciones de préstamos Multired. Las políticas crediticias son los lineamientos, parámetros y criterios limitados para otorgar préstamos, pero cuando estos lineamientos y parámetros son estáticos en el tiempo y no se contagia con el mundo externo financiero global, se va perdiendo mercado y los clientes potenciales son atraídos por la competencia, por otro lado cuando se trata de un banco del estado, las políticas son bastante conservadoras al minimizar el riesgo, pero no se dan cuenta que están perdiendo oportunidades de negocio y desperdiciando las ventajas competitivas que tiene el banco como su infraestructura y los convenios interinstitucionales con las instituciones del estado al poder cobrar la deuda de las

propias cuentas de los clientes, también es importante aclarar que la gran mayoría de los clientes encuestados están de acuerdo con cambiar las políticas crediticias, en bajar la tasa de interés, incrementar los montos de préstamos para pensionistas y activos mayores de 60 años de 19 000 a 25 000 soles, dirigir los préstamos con mejores tasas a un sector de clientes del banco de la nación que son emprendedores y están siendo captados por la banca comercial, se demostró también que bajando la tasa de interés la demanda de préstamos aumentaría por lo tanto esto conllevaría al beneficio social, mejorando su calidad de vida y económico, mejorando su poder adquisitivo de los clientes, el impacto de los préstamos Multired se da cuando el cliente se desarrolla y pueda vivir decorosamente y cubrir todas sus necesidades, no solamente el cliente se beneficia con los préstamos, también el banco de la nación y consecuentemente el Estado.

### **Tercero:**

Se acepta la Hipótesis Especifica 2 = La Gestión Crediticia mejora las colocaciones de Préstamos Multired. El planeamiento crediticio se implementa al banco de la Nación llevando sus procesos de ejecución para lograr sus objetivos por el bien del cliente, el estado y la sociedad, por lo tanto el impacto de los créditos hacia los clientes se vería reflejado, en cómo se maneja adecuadamente el uso de la tecnología como el internet y el celular y por ese mismo medio solicitar sus préstamos, el tomar en cuenta otros ingresos, que el banco no lo permite ya que son ingresos particulares, el incrementar los topes de préstamos de 50 000.00, que es el tope a 75 000.00 soles que es lo propuesto y no perder mercado ya que estos clientes que acceden a estos préstamos son clientes potenciales, modernizando el sistema de cobranzas para clientes que tienen créditos con el banco, pero pasaron al retiro o cambiaron de condición laboral o cambiaron de trabajo pero siguen perteneciendo al sector público y cobran por el mismo banco en cuentas diferentes y la educación financiera, para evitar el sobreendeudamiento minimizando los riesgos de caer en morosidad, todo esto genera un

impacto social ya que los clientes que están en proceso de desarrollo puedan culminar la construcción de sus viviendas como el tarrajéo, los acabados, baños, cocina etc. y tener una mejor calidad de vida

**Cuarto:**

Se acepta la Hipótesis específica 3 = Las Campañas Crediticias Mejoran las colocaciones de Préstamos Multired. Las campañas crediticias del banco de la Nación van acompañadas de promociones, sorpresas y publicidad, estos factores son determinantes para llegar a nuestro público objetivo, se va ver reflejado el impacto en las colocaciones de préstamos Multired si se planifica el debido proceso, para publicitar bajar la tasa de interés e impulsar el turismo en los feriados largos, promover la sorpresa de ganarse algo mediante un mensaje en el Boucher de desembolso de préstamos, cómo la cuota comodín al año donde el cliente escoge qué mes no paga su cuota y esto lo aliviaría de cualquier contingencia que tuviera, publicidad hacia los emprendedores con tasas de interés más bajas y la educación financiera que es fundamental para evitar la morosidad, todo este conglomerado de propuestas impacta la demanda de préstamos, impacta al cliente, impacta al turismo e impacta a la sociedad.

## **6.2 Recomendaciones**

**Primero:**

Con respecto al Planeamiento Crediticio, se debe implementar pidiendo autorización al Directorio del Banco de la Nación y a sus ves coordinar con la gerencia de Planeamiento y Desarrollo, la Gerencia de Negocios y Red de Agencias a nivel Nacional, cada área tendrá que asignar responsabilidades para el monitoreo del cumplimiento de implementación, registrar el Planeamiento Crediticio a una institución independiente del banco como regulador que podría ser la SBS o algún departamento del mismo banco que sea autónomo, con el fin de no cambiar los planes con cada administración que pasa, ya que en el estado por

cada cambio de gobierno o de Ministro también cambian a los directores y Gerentes y es por este motivo que no hay una línea de trabajo planificada estratégicamente a corto, mediano y largo plazo, si es que hubiera algún cambio que hacer en el Planeamiento Crediticio tendría que pasar por varias instancias entre ellas el área o institución independiente al banco como la gerencia de negocios y el área de Planeamiento y desarrollo del banco de la Nación.

**Segundo:**

Con respecto a las Políticas Crediticias, hacer una reestructuración de las políticas para el otorgamiento de préstamos Multired en coordinación con el área de riesgos tomando en cuenta fundamentalmente que el banco de la Nación da préstamos solo a trabajadores y pensionista del sector público pero que exclusivamente cobren su remuneración o pensión mediante una cuenta creada por el mismo banco, este factor minimiza el riesgo de morosidad ya que el propio banco administra las cuentas, aparte que existe un seguro de desgravamen que paga la deuda que el cliente incumple al fallecer y también en coordinación con el área de sistemas para implementar los cambios de todos los puntos propuestos.

**Tercero:**

Asignar responsabilidades de seguimiento y monitoreo para todos los procesos de todas las áreas involucradas para el cumplimiento de los objetivos, la gestión crediticia se basa fundamentalmente en llevar correctamente los pasos en el camino correcto y poder llegar eficaz y eficientemente lo implementado, verificar mes a mes el incremento de préstamos a consecuencia de los cambios, hacer un seguimiento de clientes que utilizaron su préstamo para infraestructura, cuantos clientes al mes sacaron su préstamo demostrando otros ingresos y cuantos préstamos fueron otorgados por el celular y el internet, este seguimiento lo deberá hacer la Gerencia de Negocios mediante sus analista.

Asignar un control del número de operaciones que tienen las agencias al mes y verificar si a consecuencia del uso de otros canales de atención al público como el teléfono celular, internet, agentes Multired y cajeros automáticos, el número de operaciones baja.

**Cuarto:**

Con respecto a las Campañas Crediticias se recomienda hacer las coordinaciones con el área de imagen institucional para la elaboración de material publicitario y propaganda que se distribuirá a nivel nacional, el área de sistemas deberá implementar la publicidad de todos los cambios y mejoras que demanda este Planeamiento crediticio en el programa de televisión interna del banco que están en todas las oficinas, como también la propaganda del sorteo sistémico en los Voucher de desembolso al momento de terminar los préstamos Multired, también llevar un registro que lo archivara el Administrador de todos los Voucher premiados donde debe salir el nombre del cliente, el premio ganado, fecha, código del Gestor Comercial que realizó el préstamo, los clientes que realizaron sus préstamos por la web del banco deberán acercarse con el Boucher ganador donde figura su nombre a cualquier agencia, la mas cercana a su domicilio o trabajo para reclamar su premio, con respecto a la cuota comodín el Gestor Comercial deberá ofrecer este nuevo servicio para que el cliente tenga conocimiento y en algún momento de emergencia económica lo pueda usar

## REFERENCIAS

- Alva, Y., De la Cruz, J., & Escobedo, W. (2017). *Modelo De Gestión Para Una Adecuada Evaluación Financiera Para Cooperativas De Ahorro Y Crédito En El Perú Aplicando La Metodología Del Plan Empresarial Y El Sistema De Monitoreo Perlas*. Lima: ESAN.
- Andrade, J. (2013). *Proceso de crédito y cobranza para prevenir el vencimiento de cartera, en el Banco Pichincha de la ciudad de Guayaquil*. Quito: Pichincha.
- Arana, R., Núñez, J., Ore, J., & Velazco, D. (2017). *Planeamiento Estratégico del Sistema de Cajas Rurales de Ahorro y Crédito en el Perú*. Lima: PUCP.
- Banco de la Nación. (s.f.). *BN, 50 Aniversario 2016*, p. 22. Rojas, Jorge (1996), p. 67.
- Basantes, M. (2010). *Plan estratégico de recuperación de la cartera financiera existente en la ESPOCH*. Quito: Universidad de Quito.
- Bermúdez, M., & Peña, A. (2016). *Propuesta plan estratégico para recuperación cartera vencida en Imtelsa S.A. Guayaquil*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- BN. (2014). *Memoria Anual 2017. La red de puntos de atención cuenta con: (1) 6 665 Agentes Multired, de los cuales el 79% se ubica fuera de Lima; (2i) 634 agencias, todas con interconexión en línea, 84% en provincias y 58% en distritos donde el Banco es UOB*. Lima: BN.
- Carrasco, F. (2012). *Estudio sobre implementación de Gestión basada en Procesos en BANCOESTADO*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- Catellanos, C. (2016). *La Banca Comunal y la Reducción De La Pobreza En La Zona Peri Urbana De Lima, En El Período 2010- 2012*. Lima: URP.
- Comprabien. (2018). *¿Qué es la TCEA?* Lima: <https://comprabien.com.pe/faq/que-tcea>.
- Echeverry Garzón , J. (2016). *El impacto social del Sector Bancario en Colombia* . Bogotá: Documentos CEDE .

- Herrera Bay, L. (2017). *Aplicación de herramientas de planificación y su incidencia en el cumplimiento de los objetivos institucionales en el área de créditos del Banco de la Nación, 2012*. Lima: Universidad Nacional Hermilio Valdizán.
- Morales, E. (2018). *EL Sistema Financiero*. Lima: SCRIB.
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (s.f.). *Definición de crédito*. Recuperado el 31 de Enero de 2018, de <https://definicion.de/credito/>
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2015). *Definición de préstamo bancario*. Obtenido de <https://definicion.de/prestamo-bancario/>
- Pérez Porto, J. (s.f.). *La liquidez*. Recuperado el 24 de Enero de 2018, de <https://definicion.de/impacto-economico/>
- Pérez, J., & Ana G, G. (2016). *Definición de política*. Lima: <https://definicion.de/politica/>.
- Pérez, J., & Gardey, A. (2018). *Definición de rentabilidad*. Recuperado el 21 de Marzo de 2018, de <https://definicion.de/rentabilidad/>
- Pérez, J., & Merino, M. (2018). *Definición de utilidad*. Recuperado el 31 de Enero de 2018, de <https://definicion.de/utilidad/>
- Robbins, S., & Coulter, M. (8va edición). *Administración*. México: Pearson Educación.
- SBS. (2018). *Ley 26702) SBS*. Lima: 21.
- SERATIC. (2018). *Ensayo*. Lima.
- Serra, R. (2015). *¿Qué es y para qué sirve un seguro de desgravamen?* Lima: Mercurio.
- Usuario Financiero. (2018). *Tasa interés*. Lima: [https://www.bcu.gub.uy/Usuario-Financiero/Paginas/Tasa\\_Interes\\_Efectiva.aspx](https://www.bcu.gub.uy/Usuario-Financiero/Paginas/Tasa_Interes_Efectiva.aspx).
- Veintimilla, A., & Zamora, B. (2014). *Desarrollo de un plan de recuperación de cartera vencida por concepto de transmisión de energía en TRANSELECTRIC S.A*. Loja: Loja.

## APÉNDICES

### APÉNDICE A

ENCUESTA SOBRE PLANEAMIENTO CREDITICIO PARA MEJORAR LOS PRESTAMOS MULTIREGIONALES							
Estudio dirigido al planeamiento para mejorar los préstamos multiregionales del Banco de la Nación							
Investigador:		Paul Hildebrando Bañez Noel					
Datos del Encuestado							
Nombre y Apellidos:							
Edad:		Entidad:					
DNI:		Sexo:					
MEDIDAS (V.I.)			Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	El impacto económico del Banco y de los clientes serían positivos si los volúmenes de préstamos crecieran a causa de incrementar los topes de los montos de los préstamos.						
2	Si se incrementan los montos de 19000 a 25000 soles para los trabajadores y pensionistas mayores de 60, pero menores de 7 años, mejorarían sustancialmente los volúmenes de préstamos.						
3	Si la tasa de interés bajara, la demanda de los préstamos multiregionales aumentaría, ¿cuánto el estado, ¿cuánto el cliente.						
4	Si la tasa de interés bajara, bajaría la demanda de préstamos multiregionales. El impacto sería menor, ya que los clientes serían del banco de la competencia.						
5	El uso de la tecnología para precalificar y otorgar los créditos a los clientes mediante el uso de celulares y computadoras sería atractivo y generaría un impacto positivo a los préstamos multiregionales. Esto disminuiría el malestar de los clientes por las largas colas, pérdida de tiempo, menor riesgo de robos y accidentes, generando bienestar y comodidad desde sus trabajos u hogares.						
6	La capacidad de endeudamiento de los clientes, representa un ratio del 40% para el descuento de los ingresos por el banco, incrementando otros ingresos sustentables de los pensionistas que en su mayoría perciben ingresos por debajo del sueldo mínimo, mejorarían sus volúmenes de préstamos por lo tanto no tendrían que endeudarse en otros bancos o financieras.						
7	El sistema debería modernizarse con la finalidad de poder cobrar el solo de la cuenta originaria del préstamo sino también de cualquier otra cuenta del mismo banco ya que en muchos casos cuando pasan de ser pensionistas les empiezan a pagar su pensión por otras cuentas, es por este motivo que muchos clientes en edad de morosidad son reportados al sistema financiero como morosos.						
8	El planeamiento crediticio desarrolla mecanismos de recuperación, mediante la gestión crediticia planteando no sobre endeudar a los clientes tomando en cuenta como máximo 2 deudas en entidades financieras incluido el Banco de la Nación, por lo tanto el cliente no tendría dificultades para cumplir sus obligaciones, es por eso que es necesario difundir charlas de educación financiera en nuestras propias oficinas.						
9	Proponer que en todos los destinos del módulo itinerante se aplique una tasa de interés más baja que las que se aplican en el mismo banco, de esta manera se impulsarán los préstamos de los clientes que por el horario de sus trabajos no son atendidos en nuestras oficinas.						
10	Si en los módulos itinerantes se interactuara con los clientes mediante un animador haciéndolos bailar o participar en concursos, sorteos y repartiendo material publicitario, se fidelizaría al cliente haciéndoles sentir bien contribuyendo a su bienestar emocional.						
11	Se lanzarían promociones como bajar la tasa de interés impulsando el turismo nacional por cada feriado largo que se presente, de esta manera se reactivaría la economía en dichos destinos.						
12	Por cada desembolso de préstamo lanzar un mensaje donde el cliente podría ser acreedor de un regalo que no sea muy costoso, pero necesario en el hogar.						



## Variable dependiente

	MEDIDAS (V.D.)	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
13	Los prestamos Multired permiten que mucha gente progrrese ya que estos prestamos estan destinados a la educación y desarrollo profesional, para lograr dicho desarrollo es necesario implementar paquetes publicitarios en los inicios de cada etapa escolar, universitaria y posgrado haciendo acuerdos con las distintas instituciones educativas y sobre todo en el momento de las matriculas.					
14	El planeamiento crediticio impacta en nuestra sociedad a mediano y largo plazo ya que mediante los prestamos, los clientes desarrollan su infraestructura, mejorando su calidad de vida, por lo tanto es necesario llegar a este publico objetivo, invitandolos en nuestras propias oficinas mediante una publicidad en los videos que se le cercuen de los modulos de prestamos para aconsejarlos.					
15	El prestamo Multired impacta en la psicología de los clientes ya que mejora la autoestima y el respeto propio, es por eso que se debe implementar políticas de difusión masiva como las redes sociales, periodicos y televisión para llegar a todos nuestros clientes en general.					
16	Proponer una cuota comodín del préstamo Multired donde el cliente podría elegir que mes no pagar su cuota por cualquier contingencia económica que le sucediera, esto contrubuye de la seguridad y satisfacción personal.					
17	Difundir los prestamos multired para emprendedores, esto va de la mano con una campaña publicitaria, podría mejorarse el producto con intereses mas bajos y montos mayores de lo actual establecido, consecuentemente este direccionamiento de prestamo contribuiría a la reactivación económica Nacional, generando consumo y empleo dinamizando la economía.					
18	A mas volumen de prestamos mayor sobre ganacia para el banco, por parte de los intereses cobrados, esto genera mayor pago del impuesto de renta, por lo tanto estimula la reactivación económica, es por esto la importancia de incrementar los topes como el de 5000,00 a 75000,00 soles.					
19	El impacto del prestamo a la sus clientes se ve reflejado en la consecuencia de como el gestor comercial orienta a los clientes de que manera pueden acceder a otros canales de atención como Banca Celular, Cajeros Automaticos, agentes corresponsales, fortaleciendo el servicio y desgestionando la influencia del publico en las agencias.					
20	El prestamo Multired tambien esta dirigido a pensionistas y trabajadores en zonas inaccesibles donde solo el Banco de la Nación tiene presencia por lo tanto para dinamizar estos creditos en esas zonas se propone en las campañas de pagos de pensionistas, facilitar transporte en puntos y horarios establecidos, con publicidad exterior de los prestamos Multired.					
21	Si se capacita al personal de prestamos a nivel nacional sobre la importancia del ahorro, para transmitirle al cliente, se educaría sobre endeudamiento de los mismos.					
22	Es necesario inculcar a los usuarios el sentido del ahorro ya que esto generaría un desarrollo en sus economías orientandoles y aconsejandoles en las agencias como en las mismas instituciones del estado, mediante videos, panfletos y charlas, por lo tanto se rearía una cultura del ahorro.					