



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
INSTITUTO DE POSTGRADO



MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIO

PLAN DE DESARROLLO PARA CREDIFE BANCO
PICHINCHA AGENCIA IBARRA, QUE POSIBILITE EL
MANTENIMIENTO Y CRECIMIENTO CREDITICIO

Trabajo de Investigación previo a la obtención del Grado de Magíster en
Administración de Negocios.

Autor: Ing. Mónica del Carmen Castillo

Tutor: Dr. Benito Scacco.

Ibarra, Febrero 2011

**PLAN DE DESARROLLO PARA CREDIFE BANCO PICHINCHA AGENCIA IBARRA, QUE
POSIBILITE EL MANTENIMIENTO Y CRECIMIENTO CREDITICIO**

Por: Mónica del Carmen Castillo Celín

Trabajo de Grado de Maestría aprobado en nombre de la Universidad Técnica del Norte,
por el siguiente jurado, a los 08 días del mes de febrero del 2011

Dr. Mario Montenegro

Dr. Eduardo Lara

Dra. Myrian Cisneros

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico a Dios por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo este periodo de estudio especialmente a mi madre y hermanos por haberme brindado el apoyo, consideración y afecto para poder culminar el trabajo propuesto, y avanzar una etapa más en mi vida, que me permitirá crecer como persona y como profesional.

RECONOCIMIENTOS

Agradezco la colaboración y apertura de Credife Banco Pichincha, del Administrador, de los Ejecutivos de Crédito de la Agencia Ibarra y clientes de la misma Institución, que gracias a la información brindada contribuyeron al desarrollo del presente trabajo.

Sin dejar de reconocer también el apoyo la orientación, asesoría y asistencia técnica recibida por parte de profesores, y personal de la Universidad Técnica del Norte, que incentivaron a culminar exitosamente el trabajo de investigación. Expresar mi gratitud al Dr. Benito Scacco y Dr. Mario Montenegro por su constante apoyo, sin ellos habría resultado imposible la realización de esta tesis.

INDICE GENERAL

CONTENIDO	PAG
Portada	i
Aprobación del Tutor	ii
Dedicatoria	iii
Reconocimiento	iv
Índice General	v
Lista de Cuadros y Figuras	vi
Lista de Siglas	vii
Resumen	viii
Summary	ix
1. CAPITULO I PROBLEMA DE INVESTIGACION	
1.1. Antecedentes.	1
1.2. Planteamiento del Problema	3
1.3. Objetivos	4
1.4. Preguntas de Investigación	5
1.5. Justificación	6
1.6. Viabilidad	7
2. CAPITULO II MARCO TEORICO	
2.1. Definición de Plan	8
2.2. Plan Estratégico	10
2.3. Modelos Conceptuales para Crear un Plan.	10
2.4. Plan Operativo	12
2.5. Sistema Financiero	14
2.6. Tipos de Créditos	16
2.7. Los diez mandamientos de la atención al cliente	25
2.8. El cliente	27

2.9. El servicio	32
2.10. Atención al público	33
2.11. La comunicación efectiva	34
2.12. La excelencia	39
3. CAPITULO III METODOLOGÍA	
3.1. Tipo de Investigación	41
3.2. Diseño de Investigación	41
3.3. Población y muestra	41
3.4. Métodos	43
3.5. Variables	44
3.6. Operacionalización de las variables.	44
3.7. Validación de instrumentos	50
3.8. Proceso investigativo del problema	50
3.9. El procesos de la construcción de la solución viable y pertinente	51
3.10. Aplicación Práctica y Trascendencia	51
3.11. Conclusiones y Recomendaciones	52
4. CAPITULO IV: ANÁLISIS INTERPRETACION Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	
4.1. Presentación De Los Datos, información de resultados	53
4.2. Discusión De Los Resultados	70
4.3. Contrastación de los Resultados con las Preguntas de Investigación	74
5. CAPITULO V: PROPUESTA	
5.1. Presentación de la Propuesta.	76
5.2. Antecedentes de la Propuesta.	76
5.3. Objetivos	78
5.4. Fundamento Teórico de la Propuesta	78
5.5. Beneficiarios de la Propuesta	79
5.6. Diseño Técnico de la Propuesta	80

5.7. Plan de Desarrollo	80
5.8. Plan de Implementación de la Propuesta	101
5.9. Impactos que cause la Propuesta.	103
5.10. Validación de la Propuesta	106
5.11. Justificación de la propuesta de investigación	107
CONCLUSIONES	109
RECOMENDACIONES	110
GLOSARIO	111
BIBLIOGRAFIA	113
ANEXOS	117

LISTA DE CUADROS Y FIGURAS

CUADROS

1. Entidades que operan con créditos de Microempresa	21
2. Principales causas de insatisfacción del Cliente.	30
3. Cuadro de operacionalización de variables	45
4. Cuadro de oportunidades y amenazas	89
5. Cuadro de fortalezas y debilidades	90
6. Cuadro de Estrategias	92
7. Anexo1 Cuadro de Clientes Potenciales	94
8. Anexo2 Cuadro de Hoja de Seguimiento	95
9. Anexo 3 Ayuda Ventas	96
10. Anexo 4 Buzón de Sugerencias	97
11. Implementación de la propuesta	102
12. Nivel de impacto económico	103
13. Nivel de impacto social	105

GRAFICOS

1. Fotografía de clientes	
2. Evolutivo del número de entidades controladas dedicadas a las micro finanzas	21
3. Fuente de Información de crédito	54
4. Política Que Debería Incluirse en Credife	55
5. Monto Solicitado Por Clientes	55
6. Plazo Solicitado Por Clientes	56
7. Frecuencia de Pago Solicitada Por Clientes	57
8. Credife Frente a Otras Instituciones	57
9. Garantía Solicitada Por el Cliente	58
10. Tiempo de Respuesta Para la Aprobación de Crédito	59
11. Atención De Los Ejecutivos de Crédito	59
12. Razones Para Mantener la Fidelidad a Una Institución Financiera	60
13. Conocimiento de los Productos de Credife Por Parte del Cliente	61

14. Perfil del Cliente de Credife	61
15. Producto de Mayor Acogida	62
16. Suficiencia de Portafolio de Productos Credife	63
17. Garantía Adecuada Para Recuperar un Crédito	63
18. Negativa Para No Aceptar Un Crédito	64
19. Registro Negativo más Frecuente Para No Renovar Un Crédito	65
20. Motivo de Excepciones Frecuentes	65
21. Documentación Para Cubrir El Riesgo Crediticio	66
22. Suficiencia de la Evaluación De Crédito Para Análisis del Riesgo Crediticio	67
23. 2Políticas de Recuperación de Cartera	67
24. Tiempo Adecuado Para el Traspaso de Cartera al Departamento de Cobranzas	68
25. Conocimiento de La Misión, Visión y Objetivos de Credife	69
26. Planes de Acción Frente a la Competencia	69
27. Hoja de sugerencias	82
28. Microempresas por Provincias	83
29. Estándares y Estadísticas de clientes Credife	86

LISTA DE SIGLAS

OIT	Organización Internacional del Trabajo.
ONGs.	Organismos No Gubernamentales
PYMES	Pequeñas y Medianas Empresas
FODEMI	Fondo de Desarrollo Microempresarial
SAC – AIIECH	Servicio de Ahorro y Crédito de la Asociación de Iglesias Indígenas Evangélicas de Chimborazo.
ICP	Índice de Comportamiento de Pago
SBA	Superintendencia de Bancos
POA	Plan Operativo Anual

PLAN DE DESARROLLO PARA CREDIFE BANCO PICHINCHA AGENCIA IBARRA, QUE POSIBILITE EL MANTENIMIENTO Y CRECIMIENTO CREDITICIO.

Autor: Mónica del Carmen Castillo

Tutor: Benito Scacco

Año: 2011

RESUMEN

La presente investigación esta dirigida a encontrar una solución viable para el mantenimiento y crecimiento crediticio de Credife Banco Pichincha Agencia Ibarra, misma que se dedica a la colocación de créditos para microempresarios, ubicada en Ibarra en la Av. Jaime Rivadeneira y Av. Mariano Acosta; frente a la necesidad de obtener mejores resultados de productividad y evitar la pérdida o decrecimiento de clientes, se buscó alternativas para conseguir una afluencia de clientes microempresariales; apoyado en un marco teórico firme y una metodología apropiada buscando el tipo de investigación, de carácter Exploratoria, Descriptiva y Propositiva, se identificó los sujetos de estudio para fijar la población y muestra, con métodos que implementaron lo teórico, inductivo, deductivo, histórico, empírico, estadístico y el estudio de dos variables la primera, evaluación de política, procesos y metodologías crediticias internas de la agencia y la elaboración de una plan de desarrollo para Credife que posibilite el mantenimiento y crecimiento crediticio, seguido de una validación de los instrumentos, análisis interpretación y discusión de los resultados de las encuestas realizadas a clientes y personal de la institución, y contrastando los resultados con las preguntas de investigación para concluir con una propuesta detallada en el capítulo V, que es un modelo a seguir para crear un plan, una propuesta que nace de un diagnóstico realizado en la oficina de Credife agencia Ibarra, en donde se pudo evidenciar que existen ciertas falencias en políticas, procesos, metodologías crediticias internas, gracias a una oportuna información del cliente. Este plan de desarrollo permitirá recoger aspectos como la Misión, Visión, Objetivos, Estrategias, Actividades y Políticas, que adoptará en los próximos cinco años para alcanzar una imagen objetiva propuesta; y así conseguir que la empresa tenga una demanda elevada de los productos que oferta y una mejor productividad, buscando siempre la fidelidad, satisfacción del cliente, la rentabilidad y posicionamiento de mercado para Credife.

**DEVELOPMENT PLAN FOR PICHINCHA BANK - CREDIFE AGENCY IBARRA
THAT ENABLE THE MAINTENANCE AND GROWTH CREDIT.**

Author: Mónica del Carmen Castillo

Tutor: Benito Scacco

Year: 2011

ABSTRACT

This research is aimed at finding a viable solution for the maintenance and loan growth Credife Agency Banco Pichincha Ibarra, very dedicated to the placement of credits for micro, located in Ibarra Jaime Rivadeneira Av and Av Mariano Acosta address the need for better productivity and avoid losing customers or decrease, we sought ways to get an influx of microenterprise clients, supported by a strong theoretical framework and appropriate methodology looking for the type of research, exploratory, descriptive purposes, we identified study subjects to determine the population and sample, methods that implement the theoretical, inductive, deductive, historical, empirical, statistical and study the first two variables, assessment policy, processes and methodologies credit inside the agency and the preparation of a development plan for Credife that enables maintenance and loan growth, followed by validation of the instruments, analysis, interpretation and discussion of the results of customer surveys and staff of the institution, and contrasting the results with the research questions to conclude with a detailed proposal in Chapter V, which is a model for creating a plan, a proposal born of a diagnosis made in the agency office Credife Ibarra, where they could show that there are some flaws in policies, processes, internal credit methodologies, thanks to a timely customer information. This development plan will pick up things like the Mission, Vision, Objectives, Strategies, Activities and Policies, which will take over the next five years to achieve a given objective image, and so ensure that the company has a high demand for the products we offer and improved productivity, always looking for loyalty, customer satisfaction, profitability and market positioning for Credife.