

## **CAPITULO I PROBLEMA DE INVESTIGACION**

### **1.1.ANTECEDENTES.**

En medio de la crisis económica que atravesó el Ecuador en 1999, las oportunidades de los microempresarios para acceder a fuentes de financiamiento eran limitadas, el Banco Pichincha desarrolló grandes esfuerzos para ingresar en el campo de las micro finanzas y es así como el 9 de abril de 1999 inicia operaciones Credife Desarrollo Microempresarial S.A., filial del Banco Pichincha, con el fin de prestar servicios financieros integrales, orientados al desarrollo del sector microempresarial ecuatoriano.

Credife cuenta con el nivel de independencia necesario para asegurar respuestas a los cambios dinámicos que presenta el mercado de las micro finanzas. Está en capacidad de proporcionar servicios financieros al segmento microempresarial, ubicado en la base de la pirámide socioeconómica, con el propósito de contribuir al mejoramiento del nivel de vida de este sector y facilitar su acceso al sistema financiero ecuatoriano.

Credife tiene una adecuada tecnología y metodología crediticia a sus clientes quienes son microempresarios, propietarios y administradores de negocios pequeños, informales o formales, tomando en consideración que estos pequeños empresarios están generando empleo y ayudando a la sociedad a tener un mejor estilo de vida.

Ofrece a los microempresarios los siguientes servicios: financiamiento para capital de trabajo, financiamiento para adquirir activos fijos, préstamos para

compra, construcción o remodelación de locales comerciales, créditos paralelos es decir la oportunidad de obtener un préstamo para un cliente que mantiene otro préstamo vigente a largo plazo, como es el de activo fijo.

Desde el punto de vista social Credife está apoyando a la ciudadanía a generar sus propias fuentes de ingreso, generar empleo y contribuir al desarrollo del país. Credife cuenta con el importante apoyo y asesoría de Acción Internacional, uno de los pioneros en micro finanzas, organización privada sin ánimo de lucro y con alrededor de 30 años de experiencia en el campo. Acción funciona actualmente en 14 países de América Latina y el Caribe en 5 países de África y en 30 ciudades y pueblos en los Estados Unidos. El objetivo de acción es hacer que la gente pobre en todo el mundo tenga acceso al crédito como un recurso permanente, encontrándose en el centro de este concepto el reconocimiento de que el micro crédito debe ser financieramente sostenible y no dependiente de donaciones o ayuda gubernamental.

Los clientes de Credife son personas naturales con negocios de tipo familiar o personal, sus estructuras organizacionales son informales o semi-formales, bajo la administración de sus propietarios en su gran mayoría. Por sus pequeñas y medianas inversiones están dedicados a pequeñas actividades comerciales, productivas y de servicio, con objetivos de venta limitados en su mayor parte a la satisfacción de sus necesidades. Son demandantes de crédito y requieren de asesoramiento para su desarrollo.

**SITUACIÓN ACTUAL.** \_ Credife se encuentra en veinte y tres provincias del país, con más de 45 oficinas de atención al público, una de ellas es: Agencia Ibarra, la misma que al momento presenta una cartera vigente de \$7'350000 con 2375 operaciones vigentes, información al 30 de julio del 2010, sin embargo se conoce que a fines del 2004 contaba con \$1'894.000 con 1554 operaciones; lo que se evidenció que en monto no hay problemas de crecimiento, pero si se nota un bajo crecimiento en número de operaciones, tomando en cuenta que el tiempo que se analizó es cerca de 6 años, cabe indicar que existe mucha afluencia de clientes hacia la institución pero, está perdiendo las renovaciones de clientes que ya

trabajaron con Credife, por varias razones que pueden ser, por falta de seguimiento de los ejecutivos crédito, comportamiento de pago muy alto, por falta de capacidad y voluntad de pago, cierre de los negocios, siniestros, robos o enfermedades de los clientes, en fin los motivos pueden ser varios pero lo más importante es detectar los verdaderos motivos porque la agencia no está creciendo en operaciones desembolsadas, si la agencia se encuentra en el mercado aproximadamente nueve años y tiene muchas expectativas de crecimiento, pero tiene que resolver la falencia antes mencionada para que su crecimiento sea ideal.

**PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.-** La empresa exige el cumplimiento de metas tanto en colocación de monto y operaciones a la agencia mensualmente, por lo tanto los ejecutivos necesitan nuevas y mejores estrategias para conseguir que nuevos clientes se acerquen a Credife y los actuales clientes no se vayan ya que se notó un alto índice de deserción de clientes, que no están renovando sus créditos.

Ante este inconveniente, hay que tomar cartas en el asunto para que a medida que el tiempo pase no se evidencie el decrecimiento de operaciones porque ello implica que Credife perdería posicionamiento en el mercado, abarcando la competencia sus clientes.

Si se toma en cuenta estas observaciones y se empieza a prevenir la pérdida de renovaciones de créditos se va a asegurar la supervivencia de la agencia barra, para lo cual, se debe, aceptar primero las debilidades existentes en cuanto a la salida y pérdida de operaciones y con ello trabajar con las autoridades máximas para realizar un plan de acción pertinente y oportuno que garantice una cartera sana y un crecimiento adecuado en relación a la antigüedad de la agencia.

**FORMULACION DEL PROBLEMA.-** Con los datos indicados en la presente investigación se analizará:

¿Por qué está perdiendo Credife Agenda Ibarra las renovaciones de créditos en el último año y por qué tiene un bajo nivel de crecimiento crediticio?

## **1.2.OBJETIVOS**

### **1.2.1. GENERAL:**

- Determinar las condiciones de evaluación de políticas, procesos y metodologías crediticias internas de Credife Banco Pichincha.
- Diseñar un plan de desarrollo para Credife Banco Pichincha Agencia Ibarra, que posibilite el mantenimiento y crecimiento crediticio.

### **1.2.2. ESPECIFICO:**

- Determinar las políticas y estrategias que propicien el desarrollo de Credife
- Analizar los procesos vinculados a la metodología de los créditos.
- Evaluar el impacto de los créditos, analizar sus resultados y evaluar cómo está Credife frente a la competencia.
- Identificar los segmentos que atiende la agencia de Credife Ibarra y en cuáles está perdiendo participación.
- Determinar las necesidades de financiamiento de la población objetivo de Credife.
- Desarrollar un plan de acción con tareas y estrategias específicas que contribuyan al crecimiento de clientes

### **1.3. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.**

- ¿Las políticas y estrategias actuales serán las adecuadas y oportunas para Credife, en un mercado altamente competitivo?
- ¿La metodología actual para crédito de microempresa será la más adecuada para el desarrollo de Credife?
- ¿Los créditos concedidos están siendo invertidos en el negocio de los microempresarios, el cliente se fideliza con una sola institución?
- ¿Credife tiene identificado el perfil del cliente y a que segmento del mercado está atendiendo, cuenta con el portafolio adecuado para ofertar al cliente?
- ¿Cuáles son las verdaderas necesidades de un microempresario, se está financiando de acuerdo a la capacidad del microempresario?
- ¿Un plan de desarrollo será suficiente para reactivar la colocación en monto y operaciones en la agencia de Credife Ibarra?

#### **1.4. JUSTIFICACIÓN**

La presente investigación fue necesaria e importante realizar para que la agencia de Credife Ibarra se vuelva más productiva; ya que de 30 renovaciones se logra recuperar de 5 a 10 clientes, tomando en cuenta que se depende de un trabajo bajo el parámetro de imposición de metas y con estos inconvenientes resulta muy difícil cumplirlas, lo que ocasiona grandes pérdidas para la agencia y mayor esfuerzo para los ejecutivos de crédito porque tendrán que buscar nuevos clientes para reponer los que se ha perdido, si por cada cliente que no renueve su crédito implica la colocación de dos créditos nuevos.

Uno de los objetivos principales de Credife es fidelizar al cliente ofreciéndole nuevos productos acorde a sus necesidades, sin embargo la notoria pérdida de éstos no permite que se llegue a cumplir los ideales de la Institución, provocando en ciertos casos deficientes resultados a pesar de poner todos los esfuerzos para realizar un excelente trabajo de publicidad, la pérdida de clientes puede empañar el buen desempeño del personal que día a día labora para alcanzar las metas propuestas.

Por tal motivo fue indispensable el desarrollo de esta investigación misma que permitirá ser un apoyo y guía para el buen funcionamiento de Credife agencia Ibarra.

## **1.5. VIABILIDAD**

Existe viabilidad técnica, ya que se cuenta con personal muy bien capacitado que está al tanto como se desarrolla y funciona las micro finanzas en la ciudad de Ibarra, teniendo experiencia durante algunos años sobre la metodología para atender a un microempresario, además se conoce la zona y segmentos a ser atendidos y los problemas frecuentes que suelen atravesar.

Se cuenta con viabilidad Administrativa, en vista que está autorizado obtener toda la información necesaria para el estudio contando con la respectiva autorización del señor Gerente y con el apoyo de los ejecutivos de crédito de la empresa, sumando a todo ello la colaboración de los clientes.

La viabilidad política se presenta en el momento que podemos contar con la colaboración de nuestros clientes debido al acercamiento y confianza que se les ha brindado y se espera una aceptación por parte de ellos hacia nuestros pedidos.

La forma de financiar el proyecto, será de fondos personales del investigador, ya que el tema a investigar, beneficiará y ayudará al buen desarrollo y funcionamiento de mis actividades laborales, permitiéndome a la vez ser más eficiente y productivo en vista de que se pretende atender un problema que se encuentra latente.

El tema de estudio se encuentra dentro de las normativas legales y permitidas por la Superintendencia de Bancos, instancia que ampara que se cumplan las políticas crediticias.