

CAPITULO III METODOLOGÍA

3. Metodología

3.1. Tipo de Investigación

El tipo de investigación que se desarrolló en el presente estudio es una investigación de carácter Exploratoria, Descriptiva y Propositiva porque se exploró utilizando herramientas como la observación directa, visita de campo, se utiliza para recoger, organizar, presentar, analizar, generalizar los resultados de las observaciones, se realizó una descripción de la realidad del problema identificando planes alternativos de acción; y propositiva porque con el estudio realizado está proponiendo una solución viable, que se puede poner en práctica para el desarrollo para Credife.

3.2. Diseño de Investigación

La investigación del presente estudio fue: No Experimental y Transversal, porque no se realizó experimentos, no se pretendió demostrar algo científico y fue un análisis con datos reales para desarrollar y elaborar un plan de desarrollo para Credife; Transversal porque permitió medir en el tiempo con estadísticas de acuerdo a un periodo de tiempo.

3.3. Población y muestra

Se estableció 3 categorías de informantes de Investigación. Motivo por el cual se detalla a continuación el número de personas para la presente investigación:

Categoría 1

- Clientes (base de datos de la Agencia) (Muestra de un total de 1900 clientes)

Categoría 2

- Ejecutivos de Crédito de la Agencia (6 ejecutivos)

Categoría 3

- Administrador de Agencia (1 administrador)

Para obtener información se procedió a realizar al sujeto 1 encuestas mediante una muestra poblacional de clientes, al sujeto 2 censo y al sujeto 3 una entrevista.

En la presente investigación se tomó en cuenta 1900 clientes, 6 ejecutivos de crédito y 1 administrador, por lo tanto se realizó una muestra en base a la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2 (N-1) + Z^2 p \cdot q}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra	320
N = Universo o Población	1900
p = Probabilidad de éxito	50%
q = Probabilidad de fracaso	50%
E = Error muestral	5%
Z = Valor de la variable normal estándar	1.96

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (1900)}{(0.05)^2 (1900-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = 320$$

Se realizaron 320 encuestas para la Investigación.

3.4. Métodos

- **Métodos Teóricos.-** Dentro de los métodos teóricos para llegar a obtener nueva información se tomó en consideración el de Inducción, Deducción e Histórico Lógico, porque por medio de ellos pudo obtener información necesaria e importante.
- **Inductivo.-** Este método me permitió obtener la base de información particular en los empleados, clientes de Credife para determinar el diagnóstico y poder llegar a emitir juicios de valor de carácter general.
- **Deductivo.-** Método que sirvió para llegar a situaciones de carácter puntual específica y particular sobre la base del principio y leyes generales que nos proporcionaron tanto la teoría administrativa como las teorías, técnicas y estrategias del estudio de mercado
- **Histórico.-** Puesto que en el desarrollo de la investigación se revisó los antecedentes, datos históricos de los clientes de años anteriores, colocación y crecimiento de Credife desde la creación de la misma hasta la fecha del presente estudio.
- **Métodos Empíricos.-** Este método sirvió para tomar información sobre un fenómeno por medio de entrevistas, encuestas, cuestionario y test. Las mismas que nos ayudaron a realizar un análisis más objetivo para la presente investigación.
- **Métodos Estadísticos.-** Llamados también matemáticos ya que son herramientas que permitieron medir la desviación estándar, análisis de porcentaje y gráficos.

3.5. Variables

En la presente investigación se presentó dos variables de estudio:

- Evaluación de políticas, procesos y metodologías crediticias internas de Credife Banco Pichincha.
- Elaboración de un plan de desarrollo para Credife Banco Pichincha Agencia Ibarra que posibilite el mantenimiento y crecimiento crediticio.

3.6. Operacionalización de las variables.

Los instrumentos a utilizar en esta investigación son:

- Clientes (base de datos de la Agencia, muestra) → encuesta
- Ejecutivos de Crédito de la Agencia(7 ejecutivos) → encuesta
- Administrador de Agencia → entrevista

CUADRO DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

Cuadro No. 3

Variable	Dimensión	Indicadores	Alternativas	Fuente	Técnica	Instrumento
Evaluación de políticas, procesos y metodologías crediticias internas de Credife Banco Pichincha.	Se refiere a la evaluación de políticas, procedimientos y metodologías que se desarrolla en Credife Banco Pichincha para el otorgamiento de créditos micro empresariales.	Políticas:				
		Perfil del cliente	Bajo, Medio, Alto	Ejecutivos de Crédito	Censo	Cuestionario.
		Verificaciones		Administrador, Jefe Zonal.		
		Garantías	Ninguna, Personal, Hipotecaria			
		Productos	Capital de Trabajo, Activo Fijo, Consumo, Vivienda			
		Recuperación de cartera vencida	> 6 días, >30 días, >45 días, >180 días	Ejecutivo de crédito, Gestor de recuperaciones.	Censo	Cuestionario
		Registros Negativos	Existencia, Ausencia			
		Manejo de excepciones				
		Motivos de negación	Regular, Bueno, Muy Bueno, Excelente	Cientes Vigentes.	Encuesta	Cuestionario
		Satisfacción del cliente				
		Procedimientos:				
		Documentación		Ejecutivos de Crédito	Censo	Cuestionario
		Evaluación crediticia	Aceptable, No aceptable	Administrador, Jefe Zonal.		
		Forma de pago	Quincenal, Mensual, Trimestral, Semestral.			
		Aprobación	Si, No	Administrador, Jefe Zonal, Responsable de Crédito		
		Représtamos				
		Créditos Paralelos				
		Seguimiento de Clientes				
		Control interno				
		Publicidad				
		Metodología				
		Modelo de gestión: Visita de campo.	Regular, Bueno, Muy Bueno, Excelente	Ejecutivos de Crédito, Administrador. y clientes vigentes.	Encuesta	
		Medios informáticos				

Variable	Dimensión	Indicadores	Alternativas	Fuente	Técnica	Instrumento
Elaboración de un plan de desarrollo para Credife Banco Pichincha Agencia Ibarra que posibilite el mantenimiento y crecimiento crediticio.	Es el conjunto coordinado de documentos que recoge aspectos como la Misión, Visión, Objetivos, Estrategias, Actividades y Políticas, que adoptará en los próximos cinco años para alcanzar una imagen objetiva propuesta.	Misión Visión Objetivos Estrategias Productos Fidelidad Plan de Acción Tareas específicas Políticas de seguimiento y control	Conoce, No conoce Alcanzable, no alcanzable. Adecuado, No adecuado Cumplimiento, No cumplimiento Portafolio de Productos	Personal del área comercial de la agencia Jefe Zonal, Administrador	Censo Entrevista	Cuestionario.

Fuente: Análisis del Investigador

3.7. Validación de instrumentos.

El proceso se inició con la identificación de las variables analizando los objetivos de la presente investigación, por ello se hizo constar dos variables en un cuadro de operacionalidad, una dirigida al diagnóstico y otra a la propuesta explicando en cada una de ellas la dimensión, los indicadores, alternativas, fuente, técnica e instrumentos, dentro de los instrumentos se hizo constar dos encuestas una dirigida a los ejecutivos de crédito y otra a los clientes de Credife con 13 y 11 preguntas respectivamente, una vez que se terminó de construir el instrumento se realizó la validación de los mismos basado en el criterio y la comprensión de las preguntas para lo cual se pidió la opinión de Gustavo Terán Ejecutivo de Crédito, Myriam Yanguicela, Ejecutiva de Crédito, en cuanto a la encuesta de clientes fue validada por el señor Remigio Cadena dueño de una clínica odontológica, Mónica Hipatia Guerrero comerciante de pollos y Diego Javier Almachi propietario de un local de venta de calzado; no existieron observaciones por ello se procedió a continuar con el proceso, un censo con los ejecutivos de crédito de la agencia Ibarra y una muestra de los clientes de Credife, con la encuesta bien estructurada se procedió a tomar la información.

3.8. Proceso investigativo del problema

- a. Identificar un problema
- b. Analizar los resultados
- c. Planteamos objetivos
- d. Preguntas de investigación
- e. Investigación bibliográfica
- f. Investigación de campo
- g. Interpretar los resultados
- h. Conclusiones y recomendaciones

3.9. El procesos de la construcción de la solución viable y pertinente

3.9.1. Se analizó los resultados del proceso investigativo.

En el transcurso de la investigación se obtuvo resultados importantes, mismos que fueron analizados para determinar que elementos han sido necesarios cambiar y así presentar una solución práctica a ser aplicada en Credife.

3.9.2. Se discernió la solución más viable y pertinente.

El proceso a través del cual la evaluación de las soluciones propuestas para el problema de investigación se centralizó en los temas siguientes:

- Evaluación inicial de las soluciones
- Prueba de soluciones
- Las barreras
- Las restricciones
- Valor de la información perfecta
- Cuantificación de valores de preferencias personales

3.9.3. Se definió el modelo a seguir.

El modelo a seguir es el que se determinó de los datos arrojados de la investigación, pues existen diferentes modelos, sobretodo modelos que se ajustan a la solución expresada en el tema de tesis es decir la Evaluación de políticas, procesos y metodologías crediticias internas de Credife Banco Pichincha los modelos que existen son los propuestos por varios autores escogiendo el modelo más adecuado para operar.

3.10. Aplicación Práctica y Trascendencia

Al aplicar los cambios transformacionales, se evidenció buenos resultados al momento que se puso en práctica, porque se dio solución a las inquietudes presentadas y sobre todo será una herramienta de apoyo para que la productividad de los ejecutivos de crédito aumente y por ende aumentará la rentabilidad.

CONCLUSIONES

- El tipo de investigación que se aplicó para el presente estudio ayudo a determinar correctamente las variables de estudio para presentar una solución al problema planteado. El diseño de la presente investigación no pretendió demostrar algo científico todo lo contrario fue un análisis con datos reales para desarrollar y elaborar un plan de desarrollo para Credife con el único fin de aportar al crecimiento de la institución.
- El tamaño de la muestra que arrojó esta investigación fue el indicado para tomar la información de la categoría en estudio como la de los clientes de la empresa

RECOMENDACIONES

- Utilizar las técnicas adecuadas para el análisis de las variables en estudio tanto la evaluación de políticas, procesos y metodologías crediticias, así como la elaboración de un plan de desarrollo para Credife, que permita recopilar la información necesaria para un adecuado análisis.
- Poner en práctica las evaluaciones de instrumentos de investigación necesarias para garantizar que las encuestas enunciadas estén claras coherentes y pertinentes de acuerdo al número determinado por la muestra.