

**UNIVERSIDAD NACIONAL “HERMILIO VALDIZÁN” -
HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS
PROGRAMA DE CAPACITACIÓN Y TITULACIÓN
PROFESIONAL**



TESIS

**CALIDAD DEL SERVICIO DE ATENCION AL
CLIENTE Y SU INFLUENCIA EN EL RIESGO
CREDITICIO DE LAS PEQUEÑAS Y
MICROEMPRESAS EN EL BANCO CONTINENTAL –
AGENCIA HUANUCO, 2017**

**TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

TESISTAS: ARGÜEZO LOZANO, EDUARDO
PINZAS Y RAMÍREZ, EDGARDO ULISES
MENDOZA SUAREZ, EMERSON ERNESTO

ASESOR: Mg. JORGE EDGAR ROSALES ALBORNOZ

HUÁNUCO – PERÚ

2017

DEDICATORIA

Al Todo poderoso y a su amado hijo Jesucristo, por darnos la vida.

Eduardo

A nuestros padres y a la memoria de los que están en el Reino de los Cielos, por su invaluable sacrificio y esfuerzo.

Ulises

A nuestras familias por ser lo más importante, con su apoyo incondicional en los momentos más difíciles.

Emerson

AGRADECIMIENTO

A nuestra casa superior de estudios, Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco por brindar facilidades para optar el título de Contador Público, mediante el Programa de Capacitación y Titulación Profesional – PROCATP.

A los docentes de nuestra facultad que con sus conocimientos y experiencias han contribuido en nuestra formación, y de manera especial a los profesores del PROCATP quienes han dedicado especial atención para realizar el presente trabajo.

Estamos seguros que nuestras metas planteadas darán frutos y por ende nos debemos esforzar cada día para ser mejor en todo lugar, sin olvidar el respeto que engrandece a la persona.

LOS TESISISTAS.

RESUMEN

El presente informe de investigación se basa en la mejora de la calidad de servicios para todos los clientes del Banco Continental - Agencia Huánuco.

Es justificable, considerando la transparencia en la información al cliente al momento de otorgar créditos a las pequeñas y microempresas.

De esta manera se fortalecerá la atención a los clientes, estableciendo un contacto que se traduzca en solución efectiva y oportuna a sus necesidades y una adecuada atención a sus requerimientos, solo así se evitará la intervención de la Superintendencia de Banca y Seguros y AFP (SBS).

Tomando en cuenta las necesidades económicas de las pequeñas y microempresas se presenta el siguiente informe titulado: Calidad del Servicio de Atención al cliente y su influencia en el Riesgo Crediticio de las Pequeñas y Microempresas en el Banco Continental – Agencia Huánuco, 2017, el problema de la investigación es: ¿En qué medida influye la transparencia en la calidad del servicio en el riesgo crediticio a las pequeñas y microempresas y el Banco Continental – Agencia Huánuco – 2017?

Palabras clave:

Calidad de servicio, Cliente, Riesgo Crediticio, Microempresa.

SUMARY

This research report is based on improving the quality of services for all clients of Banco Continental - Agencia Huánuco.

It is justifiable, considering the transparency in the information to the client when granting loans to small and micro enterprises.

This will strengthen customer service, establishing a contact that translates into effective and timely solution to their needs and an adequate attention to their requirements, only this way will avoid the intervention of the Superintendence of Banking and Insurance and AFP (SBS).

Taking into account the economic needs of small and micro enterprises, the following report is presented: Quality of the Customer Service and its influence on the Credit Risk of Small and Microenterprises in Banco Continental - Agencia Huánuco, 2017, the problem of The research is: To what extent does transparency in the quality of service influence credit risk to small and microenterprises and Banco Continental - Agencia Huánuco - 2017?

Keywords:

Quality of service, Customer, Credit risk, Micro-company.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación trata de explicar, el servicio de la atención al cliente y su influencia en el riesgo crediticio en las pequeñas y microempresas ubicadas en la ciudad de Huánuco, con relación al Banco Continental como entidad de servicios financieros.

El Capítulo I trata del Problema de la Investigación: ¿En qué medida influye la transparencia en la calidad del servicio en el riesgo crediticio a las pequeñas y microempresas y el Banco Continental – Agencia Huánuco – 2017?, consideramos tres problemas específicos: ¿En qué medida influye la eficacia de atención al cliente en el riesgo de incumplimiento, periodo 2017? ¿En qué medida la transparencia del servicio de atención al cliente influye en el riesgo de exposición, periodo 2017? Y ¿En qué medida influye la eficiencia de atención al cliente en el riesgo de recuperación, periodo 2017? Objetivos, Hipótesis, Variables, Justificación e importancia. El Capítulo II trata del Marco Teórico, antecedentes de la investigación considerada a nivel regional, nacional e internacional y las bases teóricas. El Capítulo III trata del Marco Metodológico, tipo de investigación, nivel de investigación, diseño de investigación, población y muestra. El Capítulo IV trata sobre el Resultado de la Investigación y trata de la discusión, comparando la investigación teórica con la investigación empírica.

Finalmente las conclusiones y recomendaciones del presente trabajo de investigación.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	ii.
AGRADECIMIENTO.....	iii.
RESUMEN.....	iv.
SUMARY	v.
INTRODUCCIÓN.....	vi.
ÍNDICE	vii.
CAPITULO I	
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	9
1.1. Descripción Del Problema Y Formulación Del Problema	9
1.1.1. Descripción Del Problema	9
1.2. Formulación Del Problema	10
1.2.1. Problema General (Pg)	10
1.2.2. Problemas Específicos (Pe)	10
1.3. Objetivos	10
1.3.1. Objetivo General	10
1.3.2. Objetivos Específicos.....	11
1.4. Hipótesis	11
1.4.1. Hipótesis General.....	11
1.4.2. Hipótesis Específicas.....	11
1.5. Variables, Dimensiones E Indicadores	11
1.5.1. Variable Independiente	11
1.5.2. Variable Dependiente	12
1.6. Justificación E Importancia.....	13
1.6.1. Justificación.....	13
1.6.2. Importancia.....	15
1.7. Limitaciones	16
CAPITULO II	
MARCO TEÓRICO	17
2.1. Antecedentes	17
2.2. Bases Teóricas	19
2.2.1. Van Bon, Jan (2002), “La Guía Para El Uso De La Gestion De Servicio” ...	19
2.2.2. Servicio De Atención Al Cliente	21
2.2.3. Riesgo Crediticio	26
CAPITULO III	
MARCO METODOLÓGICO.....	43

3.1. Tipo De Investigación	43
3.2. Nivel De Investigación	43
3.3. Métodos	44
3.3.1. Método Deductivo	44
3.3.2. Método De Análisis Y Síntesis.....	44
3.4. Diseño De La Investigación.....	44
3.5. Población Y Muestra.....	45
3.5.1. Población.....	45
3.5.2. Muestra	45
3.6. Técnicas De Recolección De Datos.....	46
3.6.1. Análisis Documental.....	46
3.6.2. Encuesta	46
3.6.3. Cuestionarios	47
3.6.4. Guía De Análisis Documental.....	47
3.7. Procesamiento Y Presentación De Datos.....	47
3.7.1. Procedimiento De La Prueba De Hipótesis.....	47
CAPITULO IV	
RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN.....	48
4.1. Presentación De Los Resultados E Interpretación	48
4.2. Prueba De La Primera Hipótesis Específica.....	63
4.2.1. H_a Hipótesis Alterna.....	63
4.2.2. H_o Hipótesis Nula	63
4.3. Prueba De La Segunda Hipótesis Específica	66
4.3.1. H_a Hipótesis Alterna.....	66
4.3.2. H_o Hipótesis Nula	66
4.4. Prueba De La Tercera Hipótesis Específica.....	68
4.4.1. H_a Hipótesis Alterna	68
4.4.2. H_o Hipótesis Nula	69
4.5. Prueba De La Hipótesis General.....	71
4.5.1. H_a Hipótesis General Alterna	71
4.5.2. H_o Hipótesis General Nula	71
CONCLUSIONES.....	74
SUGERENCIAS	76
BIBLIOGRAFIA.....	77
ANEXOS	79
NOTA BIOGRÁFICA.....	85

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En nuestra experiencia como servidores de las entidades financieras, ha permitido identificar la problemática que experimenta el servicio de atención al cliente que viene brindando una serie de servicios de sus competencias. Muchas veces el cliente se siente insatisfecho debido a que la atención al usuario no cumple las expectativas de manera fluida. Es decir no existe una eficiencia y eficacia en el servicio de atención al cliente como ocurre en el Banco Continental, agencia Huánuco.

La calidad del servicio que se brinda al cliente, tendrá su efecto en el riesgo crediticio, como las posibilidades de incumplimiento, exposición y recuperación de los créditos.

Para llegar a solucionar la problemática, en el Banco Continental – Agencia Huánuco, están en constante capacitación y/o actualización de la información de los servicios que brinda en el área de atención al cliente y en el área de riesgos, y que la información tiene un determinado tiempo de vigencia para cumplir objetivos en metas con éxito, se puede distinguir de otras entidades financieras por la calidad de trato personalizado para cada cliente. Además, se podría innovar un mejor servicio a sus clientes, generando la fidelidad y satisfacción a sus clientes.

La satisfacción personal y laboral está muy relacionada con una alta productividad, en la cual la satisfacción sería la causa y la productividad el efecto; por lo tanto el fortalecimiento de programas en la atención y eficacia de la evaluación crediticia con datos de la central de riesgos brindando información transparente.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. PROBLEMA GENERAL (PG)

¿En qué medida influye la calidad del servicio de atención al cliente en el riesgo crediticio de las pequeñas y microempresas (Pymes) del Banco Continental – Agencia Huánuco, durante el periodo 2017?

1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS (PE)

1. ¿En qué medida influye la eficiencia de atención al cliente en el riesgo de incumplimiento, periodo 2017?
2. ¿En qué medida la transparencia del servicio de atención al cliente influye en el riesgo de exposición, periodo 2017?
3. ¿En qué medida influye la eficacia de atención al cliente en el riesgo de recuperación, periodo 2017?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la influencia de la calidad del servicio de atención al cliente en el riesgo crediticio de las pequeñas y microempresas del Banco Continental – Agencia Huánuco, durante el ejercicio 2017.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Determinar la influencia de la eficiencia de atención al cliente en el riesgo de incumplimiento.
2. Determinar la influencia de la transparencia del servicio de atención al cliente en el riesgo de exposición.
3. Determinar la influencia de la eficacia de atención al cliente en el riesgo de recuperación.

1.4. HIPÓTESIS

1.4.1. HIPÓTESIS GENERAL

Si, la calidad del servicio al cliente es satisfactorio; entonces se reducirá el riesgo crediticio de las pequeñas y microempresas en el Banco Continental – Agencia Huánuco.

1.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

1. Si, la eficiencia de atención al cliente es cuidadosa; entonces reducirá el riesgo de incumplimiento.
2. Si, la transparencia de atención al cliente es completa; entonces se reducirá el riesgo de exposición.
3. Si, la eficacia de atención al cliente es efectiva; entonces se reducirá el riesgo de recuperación.

1.5. VARIABLES, DIMENSIONES E INDICADORES

1.5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE

- Calidad de Servicio al Cliente
- a) Dimensiones
 - Eficiencia

- Transparencia

- Eficacia

b) Indicadores

- Información

- Comunicación

- Trato y Calidez

- Capacidad

- Destreza

- Habilidades

- Desempeño

- Confiabilidad

- Calidad de Servicio

1.5.2. VARIABLE DEPENDIENTE

- Riesgo Crediticio

a) Dimensiones

- Riesgo de incumplimiento

- Riesgo de exposición

- Riesgo de recuperación

b) Indicadores

- Riesgo según (SBS)

- Liquidez

- Garantía

- Recuperaciones

- Ejecución de Garantía

➤ Riesgo de Crédito

1.6. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

1.6.1. JUSTIFICACIÓN

La esencia de una entidad bancaria es el servicio de atención al cliente. Si esto falla, cerramos la puerta y se acabó la vida de la entidad.

Ahora, el servicio de atención al cliente no es para un día, ni para un mes, tampoco solo para un año, es para siempre. Por tanto la entidad nunca puede decir tengo solucionado esto y vamos a otros puntos. No es así.

La atención al cliente tiene que estar analizándose, ajustándose, actualizándose permanentemente recurriendo a reportes de la Superintendencia de Banca de Seguros y AFP (SBS) viendo la transparencia de la información, que es un mecanismo que busca mejorar el acceso a la información que se les da a los usuarios. En ese sentido, las empresas deberán brindar información clara y exacta respecto de los productos y servicios ofrecidos, con el fin de que los usuarios comprendan sus características, beneficios, riesgos y condiciones aplicables y pueden tomar decisiones de consumo informadas y de manera responsable o central de riesgos, que revisa los Reportes de Crédito, los Balances presentados a SUNAT, los PDT's y otros documentos.

La atención al cliente no tiene límite, y en colocaciones de préstamos no hay techo. Cualquier aporte en ese sentido está totalmente justificado, porque finalmente se trata de la razón de ser de la entidad, brindando una excelente calidad de servicio.

Por otro lado, un banco existe brindando servicios tanto activas y pasivas a sus clientes calificados en la categoría según el buró de la central de riesgos, para cooperar con ellos y alcanzar objetivos comunes que no pueden lograrse mediante iniciativas individuales. Siguiendo el lineamiento indicado, el logro de las acciones, objetivos y misión comunes sólo puede concretarse si las personas que interactúan en las dependencias, disponen de una eficaz evaluación crediticia que les permita acceder al crédito; actuando de manera transparente con las normas, valores, estilos de comunicación y liderazgo, comportamiento, creencias, lenguajes y símbolos de la organización.

En la banca comercial se busca un continuo mejoramiento en la evaluación del riesgo, para así alcanzar un aumento de la productividad y la eficacia de un buen servicio de atención al cliente.

Este trabajo, se justifica porque en base a los lineamientos teóricos y prácticos se le da a entender y comprender al Banco Continental que el cliente está por encima de todo, que no hay nada imposible cuando se quiere realizar algo a favor de los clientes, que cumplir todo lo que promete a sus clientes; que sólo se debe prometer lo

que se pueda cumplir para evitar crear falsas ilusiones en los clientes que luego van a repercutir contra la entidad bancaria; que solo hay una forma de satisfacer al cliente, darle más de lo que espera.

Para que el Banco Continental pueda cumplir con todo lo que pide y exige el cliente, es necesario disponer de trabajadores con alto conocimiento en los productos que oferta y manejando el sistema de riesgo dando una información oportuna y pertinente.

1.6.2. IMPORTANCIA

Este trabajo es importante porque permite utilizar las Centrales de Riesgo como herramienta de evaluación de créditos para los trabajadores del Banco Continental, para obtener altos indicadores de productividad en créditos colocados por el personal; y, en base a estos factores alcanzar la eficacia del servicio de atención al cliente y del riesgo. También podría ser utilizado por otros bancos y empresas en general; porque finalmente, todos están interesados en el buen servicio de atención al cliente. Este trabajo podrá ser utilizado por las entidades financieras para hacer el uso correcto de la información de la central de riesgos y la Superintendencia de Banco y Seguros y AFP (SBS), así como elevar la productividad y plasmar estos factores en la eficiencia y eficacia del servicio de atención al cliente en la calificación del riesgo.

La importancia del sistema financiero, parte de las existencias de unas unidades excedentarias de liquidez y deficitarias de la

economía. Las unidades excedentarias pueden optar por gastar o consumir esa liquidez, estaríamos ante unidades de consumo, o pueden sacrificar la satisfacción de una necesidad.

1.7. LIMITACIONES

Según “En ocasiones, el problema planteado no puede tener el alcance pretendido por el investigador, de acuerdo a sus posibilidades cognoscitivas y metodológicas.”¹

En el presente trabajo de investigación las limitaciones se establecieron en términos de tiempo, ya que el Banco Continental, agencia Huánuco realiza una jornada laboral de 9 horas corridas de atención al público lo que se nos podría dificultar la recolección de información, y el contacto directo con el personal que atiende a los clientes; otro factor sería el presupuesto para los recursos materiales es decir para poder acceder a información actualizada y especializada.

¹ “METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA”. (LIMA-1999) PÁG. 81

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES

- 1. POSSO SÁNCHEZ-PEREIRA, Katherine (2010), en su TESIS “ANÁLISIS, FORMULACIÓN Y ELABORACIÓN DEL MODELO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL DEPARTAMENTO DE GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURA CODENSA S.A ESP”²** nos dice que es importante fortalecer la atención a los Clientes, estableciendo un contacto que se traduzca en solución efectiva y oportuna a sus necesidades y una adecuada atención a sus requerimientos. Esto con el propósito de mantener altamente satisfecho al cliente, desarrollar nuevas oportunidades de negocio que generen valor a CODENSA y superar las expectativas de los clientes para propiciar su fidelidad.
- 2. ZEITHAML, A. V., PARASURAMAN, A., Y BERRY, L. L. (1992). NUEVO INSTITUTO LATINOAMERICANO DE CALIDAD EN LOS SERVICIOS³,** presenta un cuestionario con preguntas estandarizadas para la Medición de la Calidad del Servicio, desarrollado en los Estados Unidos, con el auspicio del Marketing Science Institute y validado a América Latina por Michelsen Consulting, “El modelo SERVQUAL de calidad de servicio”. Concluyendo lo siguiente: Las dimensiones del Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio son cinco y pueden ser definidas del siguiente modo: fiabilidad (habilidad para realizar el

² POSSO SÁNCHEZ-PEREIRA, Katherine (2010), tesis “análisis, formulación y elaboración del modelo de atención al cliente del departamento de gestión de infraestructura CODENSA S.A.” pág. 123 – 127.

³ ZEITHAML, A. V., PARASURAMAN, A., Y BERRY, L. L. (1992). Nuevo instituto latinoamericano de calidad en los servicios.

servicio de modo cuidadoso y fiable), capacidad de respuesta (disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido), seguridad (conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para concitar credibilidad y confianza), empatía (atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes) y elementos tangibles (aparición de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación).

3. QUIROGA (2002), UNIVERSIDAD DE ANÁHUAC, EXPLICO QUE “SE ANALIZAN LAS DIFERENTES ACEPCIONES DE LOS TÉRMINOS GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN, GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y GESTIÓN DE LA CALIDAD, ASÍ COMO SU RELACIÓN CON LA ACTIVIDAD DE LAS INSTITUCIONES DE INFORMACIÓN...” ⁴ Concluyendo lo siguiente: Sin información, sin datos, es imposible hacer, administrar. Las organizaciones flexibles, ágiles y con mayor capacidad de aprendizaje, en un entorno que varía con rapidez, presentan las mejores condiciones para su supervivencia, mejoramiento y el logro de un mayor nivel de competitividad y de calidad. Una empresa con una adecuada gestión de información, del conocimiento y de la calidad es una organización de excelencia. La gestión activa de la información, del conocimiento y de la calidad son tres partes componentes de un mismo proceso, cuyo objetivo es el progreso de la organización (la existencia de una condiciona a la otra y

⁴ QUIROGA (2002), UNIVERSIDAD DE ANÁHUAC, explico que “se analizan las diferentes acepciones de los términos, gestión de la información, gestión del conocimiento y gestión de la calidad, así como su relación con la actividad de las instituciones de información.

viceversa). La gestión de la calidad garantiza el éxito de la organización en general. Sin la gestión de la información, sus productos y servicios, es imposible tomar decisiones adecuadas, trazar las políticas y diseñar los procesos de la organización. La vinculación existente entre los directivos, los recursos y los procesos en el contexto de la gestión de la calidad garantiza la ubicación en el mercado y la competitividad de la organización. La gestión de la información no sólo se logra con el respeto a los procesos de gestión general, sino a partir de los logros de los colectivos y los equipos, que aportan el conocimiento y la inteligencia. La gestión de la información, en función de la gestión de la Calidad, se orienta en gran medida, hacia la identificación de los errores y sus causas.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. VAN BON, JAN (2002), “LA GUÍA PARA EL USO DE LA GESTIÓN DE SERVICIO”

Manifiesta que los objetivos de una buena gestión de servicios en tecnología de información son: proporcionar una adecuada gestión de la calidad, aumentar la eficiencia, alinear los procesos de negocio y la infraestructura, reducir los riesgos asociados a los servicios de tecnologías y sus propias organizaciones, ahora tienen que considerar la calidad de los servicios que proveen y enfocarse en sus relaciones con los clientes. Usualmente la gestión de servicios de tecnología de información involucra el uso de outsourcing, insourcing y servicios compartidos.

Es extremadamente importante mantener una base de conocimiento amplia dentro de la organización para que estas prácticas sean exitosas.

Las organizaciones actuales hacen inversiones importantes en recursos de tecnologías de información para apoyar los procesos de negocios. El valor significativo y relevante que el uso de la información tiene para las organizaciones, determina que todos los procesos relativos a la producción, administración y uso de servicios de tecnologías de información (TI) deben ser óptimamente gestionados y controlados para asegurar la calidad de la información, soporte del cumplimiento de los objetivos del negocio.

Los procesos de datos e información producto de las operaciones y procesos, requieren la aplicación de técnicas y medidas de control de un sistema de gestión que garantice la prestación de los servicios y la reducción de vulnerabilidad a amenazas generadoras de riesgo que pongan en peligro la estabilidad del sistema operacional, organizacional y del sistema macro del negocio. Todo lo anterior, justifica la necesidad de optimizar los recursos de TI en apoyo y alineación con los objetivos de negocio a través de procesos efectivos de "Gestión de Servicio TI".

En las organizaciones existe una organización de TI que genera y provee los servicios de TI y un grupo de clientes internos (usuarios) y externos que demandan esos servicios y esperan su prestación

oportuna y con calidad. Las relaciones y comunicaciones entre el proveedor de TI y los clientes de TI deben ser canalizadas a través de un sistema que garantice la optimación de los procesos de entrega y soporte de servicios a través de la consolidación de Gestión de Servicio TI.

Las inversiones en la infraestructura de TI y en los activos de información de las organizaciones cada vez son más importantes, lo cual justifica la implantación de sistemas que aseguren el rendimiento de los procesos basados en servicios de TI para asegurar la reducción del costo total de la propiedad (TCO) y un retorno de la inversión (ROI) razonable hasta ahora, solo algunas empresas de alto nivel y tamaño han asumido e incorporado a su cultura organizacional y planes de negocio, los procesos de Gestión de Servicios TI basada en las mejores prácticas de aceptación internacional.

2.2.2. SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

a. Eficiencia

Según **Thompson (2008)**⁵, en términos generales, la palabra eficiencia hace referencia a los recursos empleados y los resultados obtenidos. Por ello, es una capacidad o cualidad muy apreciada por empresas u organizaciones debido a que en la práctica todo lo que éstas hacen tiene como propósito alcanzar metas u objetivos, con recursos (humanos, financieros,

⁵ THOMPSON, T. L. PEART, R. M.; FOSTER, G. H. Mathematical Simulation Of Corn Drying – A NEW MODEL. TRANSACTION OF THE ASAE, V.11, N.4, P.582-586, 1968.

tecnológicos, físicos, de conocimientos, etc.) limitados y (en muchos casos) en situaciones complejas y muy competitivas.

A continuación se presenta varios conceptos de eficiencia, referidos por Thompson sobre afamados autores de administración, economía, mercadotecnia etc.

Según Idalberto Chiavenato, eficiencia "significa utilización correcta de los recursos (medios de producción) disponibles. Puede definirse mediante la ecuación $E=P/R$, donde P son los productos resultantes y R los recursos utilizados". Para **Koontz y Wehrich**⁶, la eficiencia es "el logro de las metas con la menor cantidad de recursos". Según **Robbins y Coulter**⁷, la eficiencia consiste en "obtener los mayores resultados con la mínima inversión". Para Reinaldo O. Da Silva, la eficiencia significa "operar de modo que los recursos sean utilizados de forma más adecuada". Aplicada a la Economía: Según **Sherman**⁸, y eficiencia "significa utilización de los recursos de la sociedad de la manera más eficaz posible para satisfacer las necesidades y los deseos de los individuos". Para Gregory Mankiw, la eficiencia es la "propiedad según la cual la sociedad aprovecha de la mejor manera posible sus recursos escasos". Simón Andrade, define la eficiencia de la siguiente manera: "expresión que se emplea para medir la capacidad o cualidad de actuación de un sistema o sujeto económico, para

⁶ KOONTZ, HAROLD & O'DONNELL, CYRIL (2003) curso de administración moderna-un análisis de sistemas y contingencias de las funciones administrativas. MÉXICO. LITOGRAFICA INGRAMEX SA.

⁷ ROBBINS, STEPHEN. "COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL" (1999) EDIT. PRETINCE HALL. OCTAVA EDICIÓN, MÉXICO.

⁸ SHERMAN, ARTHUR, "ACCIONES O COMPORTAMIENTOS" (1994). OCTAVA EDICIÓN. EDIT. IBEROAMERICANA. MÉXICO.

lograr el cumplimiento de objetivos determinados, minimizando el empleo de recursos". Según el Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., la eficiencia es el "nivel de logro en la realización de objetivos por parte de un organismo con el menor coste de recursos financieros, humanos y tiempo, o con máxima consecución de los objetivos para un nivel dado de recursos (financieros, humanos, etc.)".

Según el Diccionario de la Real Academia Española: Eficiencia (Del lat. *efficientia*) es la capacidad de disponer de alguien o de algo para conseguir un efecto determinado.

En buena cuenta la eficiencia es la óptima utilización de los recursos disponibles para la obtención de resultados deseados por las entidades. Por tanto, se puede decir que una entidad bancaria, es eficiente cuando es capaz de obtener resultados deseados mediante la óptima utilización de los recursos disponibles, lo que de hecho redundará en la eficacia del servicio de atención al cliente.

b. Eficacia

Según **Beas (2006)**⁹, cuando un gerente alcanza las metas u objetivos que le impone el banco, decimos que es Eficaz. Entonces la eficacia se refiere a los resultados en relación a las metas y cumplimiento de los objetivos organizacionales, por eso para ser Eficaz debes de priorizar las tareas y realizar en orden de

⁹ Atkinson, P. "Motivación" (1999). Primera Edición. Edit. Trillas, México, Beas Aranda José Luis (2006) Eficiencia Vs Eficacia. Bogotá. Editorial Norma

precedencia aquellas que contribuyen a alcanzar tus objetivos y metas previstas, por lo que debes de asegurarte que lo que hagas valga la pena y conduzca a un fin.

Analizando a **López (2003)**¹⁰, el Servicio de atención al cliente es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece el banco con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing.

Para determinar cuáles son los servicios que el cliente demanda se deben realizar encuestas periódicas que permitan identificar los posibles servicios a ofrecer, además se tiene que establecer la importancia que le da el consumidor a cada uno.

Se debe tratar de comparar con los bancos competidores más cercanos, así se detecta verdaderas oportunidades para adelantar y ser los mejores. Cuando ya se conoce los servicios que requieren los clientes, ahora se tiene que detectar la cantidad y calidad que ellos desean, para hacerlo, se puede recurrir a varios elementos, entre ellos; compras por comparación, encuestas periódicas a consumidores, buzones de sugerencias y sistemas de quejas y reclamos. Se debe decidir sobre el precio y el suministro del servicio.

El servicio de atención al cliente comprende los siguiente elementos: Contacto cara a cara, relación con el cliente,

¹⁰ López García Socorro (2003) Recepción y atención al cliente. Valencia-España. Universidad de Valencia.

correspondencia; reclamos y cumplidos; instalaciones, etc. Un buen servicio al cliente puede llegar a ser un elemento promocional para las ventas tan poderosas como los descuentos, la publicidad o la venta personal. Atraer un nuevo cliente es aproximadamente seis veces más caro que mantener uno.

Según **Porter (1996)**¹¹, una de las herramientas más eficaces y usadas por las empresas para diferenciarse de su competencia y desarrollar una ventaja competitiva sostenible es el servicio al cliente. Al desarrollar una estrategia de servicio al cliente se deben enfrentar tres decisiones básicas, qué servicios se ofrecerán, qué nivel de servicio se debe ofrecer y cuál es la mejor forma de ofrecer los servicios.

Interpretando a **Beas (2006)**¹², la eficiencia y la eficacia se interrelacionan, pero la falta de eficacia no puede ser compensada con Eficiencia, por grande que sea esta, ya que no hay nada más inútil que hacer eficientemente, algo que no tiene ningún valor y que no contribuye en nada para la organización. Por eso es necesario preguntarse si lo que se hace vale para algo. Una persona puede pasar todo el día en su trabajo, sentado en su escritorio, pero esto no significa que sea Eficiente ni Eficaz, más aun cuando su labor no es productiva y se dedica a utilizar indiscriminadamente los recursos con que cuenta su Organización.

¹¹ Porter Michael (1996) Ventaja Competitiva: Creación y Sostenimiento de un Desempeño Superior. México. Compañía Editorial Continental, SA. De CV.

¹² Atkinson, P. "Motivación" (1999). Primera Edición. Edit. Trillas, México, Beas Aranda José Luis (2006) Eficiencia Vs Eficacia. Bogotá. Editorial Norma.

Es necesario precisar que en la actualidad las empresas pasan por una serie de problemas por la falta de recursos, de igual forma todas, quieren ofrecer un buen producto o un buen servicio a bajo costo, por eso una vez definida la meta a la cual queremos llegar, posteriormente debemos buscar la mejora en Eficiencia.

La contribución del hombre es un factor muy importante para el éxito de su Organización. **Peter Drucker**¹³ uno de los autores de mayor prestigio en la administración, dice que "un líder debe tener un desempeño eficiente y eficaz a la vez, pero aunque la eficiencia es importante, la eficacia es aún más decisiva", de igual forma manifiesta que la clave del éxito de una organización es la eficacia.

2.2.3. RIESGO CREDITICIO

El riesgo del crédito es el más antiguo y el que mayor importancia tiene en términos de pérdidas potenciales que su inadecuado manejo puede implicar para una institución bancaria, financiera y Cooperativa de Ahorro y Crédito.

La Superintendencia de Banca y Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones define al RIESGO DE CRÉDITO como: la posibilidad de pérdidas por la imposibilidad o falta de voluntad de los socios deudores o contrapartes, o terceros obligados para cumplir completamente sus obligaciones contractuales registradas dentro o fuera del balance general.¹⁴

¹³ Peter Drucker (1997) *Estrategia Competitiva: Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia*. México. Compañía Editorial Continental, SA. De CV.

¹⁴ Resolución SBS N° 13278-2009 Pág. 403238

El riesgo de crédito irrecuperable es el condicionante de la rentabilidad y de la valuación de lo que deberá ser el activo más importante de un intermediario financiero.

Este riesgo puede proceder del sector donde la institución realiza sus actividades, o internamente de la institución.

Características:

El Riesgo Crediticio asumido por las entidades del Sector Financiero se caracteriza por las siguientes estrategias, políticas y procedimientos:

Estrategia de negocio de la entidad, que incluirá los criterios de aceptación de riesgos en función del mercado objetivo determinado y de las características de los productos diseñados para atenderlos. Dicha estrategia deberá contar con fundamentos teóricos y empíricos adecuados y estará debidamente documentada.

Políticas para la administración integral de riesgos y definición de límites de exposición para cada tipo de riesgo, así como de excepciones, dictadas por el directorio u organismo que haga sus veces.

Procedimientos para identificar, medir, controlar / mitigar y monitorear los distintos tipos de riesgo.

Una estructura organizativa que defina claramente los procesos, funciones, responsabilidades y el grado de dependencia e interrelación entre las diferentes áreas de la institución del sistema

financiero, que deberá incluir el comité y la unidad de administración integral de riesgos.

Sistemas de Información que establezcan los mecanismos para elaborar e intercambiar información oportuna, confiable, fidedigna, tanto interna como externa.

Objetivos:

El objetivo del Riesgo Crediticio se orienta a:

Revisar los procedimientos de control, orientadas a la identificación análisis y evaluación de las exposiciones significativas a riesgos, que pudieran afectar la consecución de las metas y objetivos institucionales; generando información que sirva de base a los niveles de decisión para determinar la forma en que deberán ser administrados dichos riesgos y fortalecer su sistema de control implementar, medir y manejar los riesgos relevantes para el logro de los objetivos de una organización. ¹⁵

Factores:

Factores Internos, que dependen directamente de la administración propia y o capacidad de los ejecutivos de cada empresa. Entre los factores internos están:

- Volumen de Crédito.
- Políticas de Créditos.

Mezcla de créditos: Cuando más concentración crediticia existe por empresas o sectores, mayor es el riesgo que se está asumiendo. Por ello se ha determinado que solamente el 20% del

¹⁵ MANUAL DE RIESGO DE CRÉDITOS – PERÚ2005

patrimonio de una institución financiera puede prestarse a un grupo económico o persona natural o jurídica, con el fin de precautelar la salud de ISO Bancos y entidades financieras.

Concentración geográfica, económica, por número de deudores, por grupos económicos y por grupo accionario, por ello no hay duda que cualquier tipo de concentración de cartera aumenta el riesgo de una institución financiera.

Factores externos, que no dependen de la administración, tales como Inflación, depreciaciones no previstas de la moneda local, eventos naturales, etc. aquí aparecen como importantes el estado de los equilibrios básicos, macroeconómicos que comprometan la capacidad de pago de los prestatarios. Frecuentemente, este riesgo se mide por las pérdidas netas de créditos entre los factores.¹⁶

Riesgo de Crédito

Históricamente el riesgo de crédito es el más antiguo y el que mayor importancia tiene en términos de las pérdidas potenciales que su inadecuado manejo puede implicar para una institución de crédito. Sus orígenes datan, por lo menos desde 1800 A.C.; en esencia ha permanecido sin variantes desde aquella época.

Dentro de las principales definiciones de riesgo de crédito se encuentran las siguientes:

El riesgo de crédito surge cuando las contrapartes están indispuestas o son totalmente incapaces de cumplir sus

¹⁶ JOSÉ MIGUEL BULNES, ANÁLISIS DE RIESGO DE CRÉDITO EDITION,2

obligaciones contractuales. El riesgo de crédito abarca tanto el riesgo de incumplimiento, que es la valuación objetiva de la probabilidad de que una contraparte incumpla, como el riesgo de mercado que mide la pérdida financiera que será experimentada si el cliente incumple.

Se determina que existen dos tipos de riesgo de crédito:

El riesgo de incumplimiento, que se refiere a la pérdida potencial derivada de que la contraparte no pueda cumplir con sus obligaciones financieras en las condiciones definidas contractualmente; y el riesgo de mercado que se define como la pérdida potencial que podría sufrir un tenedor de un portafolio de préstamos, instrumentos financieros o derivados, como consecuencia de que el valor de mercado de estos disminuya, La segunda definición, plantea exposición al riesgo de crédito aun en el caso de que la contraparte no sufra quebranto alguno.

De acuerdo con los principios para la administración del riesgo de crédito del mismo comité, el riesgo de crédito puede definirse simplemente como la pérdida potencial ocasionada por el hecho de que un deudor o contraparte incumpla con sus obligaciones de acuerdo con los términos establecidos.”

Control de Riesgos de Crédito

Para entender el origen del crédito debemos entender el significado del dinero, tomemos con ejemplo que se encontrara absolutamente aislada, solo podría obtener aquellos bienes que tuviere a su

disposición o fuese capaz de transformar. Esto es, si viviera en un bosque con árboles de todo tipo, podría consumir las frutas de algunos de ellos y con la madera de otros, fabricarse una mesa y una silla. Su capacidad de obtener bienes estaría enormemente restringida. Al considerar un grupo de personas, cada una de ellas tiene capacidades diferentes, recursos diferentes y gustos diferentes. Estas diferencias son las que originan el intercambio, que no sólo hace que uno pueda contar con aquello que no tiene o que no puede transformar, sino que posibilita la especialización, contribuyendo involuntariamente a la eficiencia, entendiéndose como tal a la mejor combinación de recursos para la obtención de una mayor producción con la menor utilización de estos.

Este intercambio conocido como trueque, resultaba en cierta forma ineficiente, dado que implica inmensos problemas, algunos de ellos era el tiempo necesario para encontrar la contraparte que disponía del bien que se quería y que además dicha contraparte debía tener la necesidad del bien a intercambiar.

Como solución de estos problemas surge el dinero en forma de metales preciosos especialmente oro y plata, que tenían la característica que además de actuar como dinero, era un bien en sí mismo, con su propio precio. Los bienes que podían usarse como dinero debían ser bienes tales que fueran duraderos, transportables, divisibles, homogéneos y de oferta limitada. Este

último punto tenía una gran importancia ya que de poder ser ilimitada la oferta, carecerá de valor económico alguno.

Los metales preciosos fueron sustituidos por el dinero de papel o papel moneda que hoy conocemos, este instrumento reúne todas las condiciones que se han mencionado, pero para que este funcione es necesario que sea respaldado por quien lo emite, ya que contrario con la mercancía, su valor intrínseco es prácticamente nulo.

Importancia del Riesgo de Crédito

El sector bancario es uno de los principales motores económicos de un país, ya que actúa como colocador de recursos económicos entre agentes superavitarios y deficitarios, desempeñando un importante papel en la movilización de fondos de los depositantes y en la concesión de créditos, canalizando así, recursos para inversión y ahorro.

El riesgo de crédito cobra una gran importancia dada la creciente globalización y los cambios en el mercado financiero, lo cual lleva a mejorar los mecanismos de regulación que busquen disminuir el riesgo en todos los sentidos. Por consecuencia de los factores mencionados en el párrafo anterior, es que la mayoría de los países han establecido mecanismos de supervisión y regulación para controlar el riesgo de crédito en las instituciones. Sin embargo a pesar de una regulación prudencial, la experiencia indica que cuando una crisis llega amenazante a la industria bancaria de un

país, los fondos y las reservas que se tengan para tratar estos problemas se vuelven insuficientes para mantener la integridad del sistema.

El objetivo de estos programas fue el de hacerle más fácil a los deudores el que enfrentaran sus obligaciones ante los bancos, al mismo tiempo el gobierno asumió una parte importante del costo incurrido por la concesión de estos apoyos. De igual forma las autoridades financieras bajo el argumento de proteger a los ahorradores dentro de los bancos del país, destinaron cantidades importantes a instituciones de crédito que sufrieron un deterioro significativo en sus niveles de capitalización por medio de implementar un programa denominado Programa de Capitalización Temporal (PROCAPTE).

Manifestaciones del Riesgo de Crédito

Como se mencionó en la parte que se refiere al origen del crédito, el riesgo inherente a este presenta dos fuentes de pérdidas, las Pérdidas Esperadas (PE) y las Pérdidas No Esperadas (PNE). En el Perú a las primeras se les hace frente con provisiones preventivas.

Dichas provisiones son calculadas con base a un análisis, estático de la condición general de cada uno de los créditos que integran la cartera.

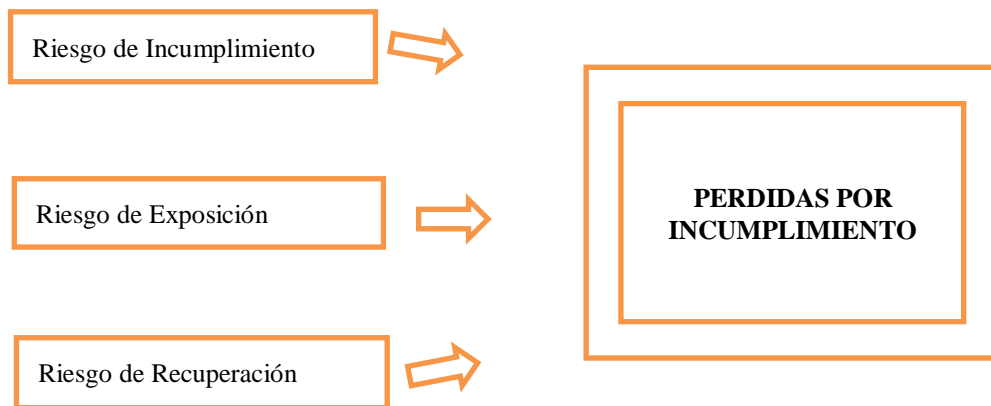
Las grandes carteras calificadoras de los Estados Unidos, (Standard & Poor's, Moody's, Duff & Phelps), realizan este tipo de

análisis para bonos gubernamentales y corporativos de varios países tanto por emisiones como por emisores.

El segundo tipo de pérdidas (Pérdidas No Esperadas) está asociada a cambios en la calidad de la cartera de crédito en el tiempo. A esta se suele hacer frente con el capital de la institución.

Análisis del Riesgo de Crédito

Riesgo de Crédito



1. Riesgo de Incumplimiento: el cual se refiere a la posibilidad de que el principal o los intereses, o ambos a la vez no sean pagados total o parcialmente por el acreditado, por lo cual el riesgo lo asume quien lo otorga.

a. Existen diversas definiciones para “incumplimiento”: el no cumplimiento de una obligación de pago, el rompimiento de un acuerdo en el contrato de crédito o el incumplimiento económico. Se declara incumplimiento de pago cuando un pago programado no se ha realizado dentro de un periodo

determinado, o se efectúa con posterioridad a la fecha en que estaba programado dicho pago.

2. Riesgo de Exposición: Este riesgo se genera por la incertidumbre respecto a los montos futuros en riesgo. Cuando los créditos pueden pagarse total o parcialmente de manera anticipada, en especial cuando no existe penalización, se presenta el riesgo de exposición, ya que no se conoce con exactitud el plazo de liquidación y por ello se dificulta la estimación de los montos en riesgo.

3. Riesgo de Recuperación: La recuperación no se puede predecir ya que depende del tipo de incumplimiento y de diversos factores relacionados con las garantías que se hayan recibido, el tipo de garantía de que se trate y su situación al momento del incumplimiento. La existencia de una garantía minimiza el riesgo de crédito si esta puede realizarse fácil y rápidamente, a un valor adecuado de acuerdo al monto adeudado, incluyendo los accesorios (moratorios, gastos, etc.). En el caso de los avales, también existe incertidumbre, pero sobre todo modifica el riesgo de crédito ya que en caso de incumplimiento se traslada del acreditado al avalista.

Fuentes y Análisis del Riesgo de Crédito

Fuentes del Riesgo de Crédito: Es conveniente antes de iniciar el análisis del riesgo de crédito, identificar en las operaciones del

balance las fuentes de exposición de riesgo de crédito, al que se enfrenta una institución financiera.

Si se observa el balance de una institución financiera, se puede notar que la principal fuente de riesgo de crédito al que está expuesta la misma, tiene su origen del lado de los activos.

Tal y como se puede observar en la Tabla 1, los activos de las instituciones financieras se encuentra divididos en activos financieros (bonos, acciones, papel bancario, papel privado, derivados etc.) y activos con naturaleza crediticia (principalmente préstamos comerciales, hipotecarios o de consumo) y otros activos (inmuebles y otros).

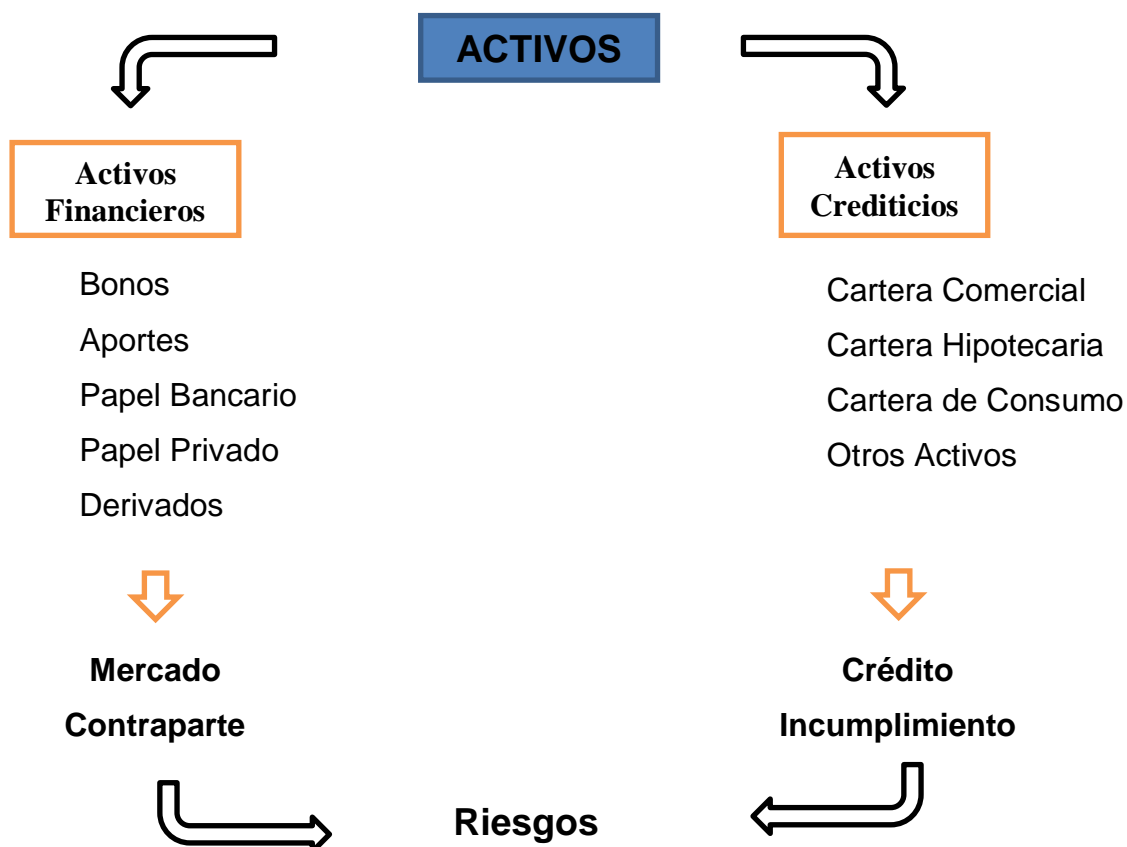


TABLA 1. Exposición al riesgo de los Activos

La naturaleza de los diferentes tipos de activos representa una exposición al riesgo distinta.

Para tener un buen análisis del riesgo de crédito hay que identificar cuáles son las fuentes para así cuantificarla:

Tipos de Riesgo:

“Riesgo de Contraparte: Se origina cuando una empresa o individuo está expuesto al riesgo de incumplimiento de un tercero, por lo general estos tipos de riesgos se asocian con operaciones que pueden evaluarse a mercado como son los Swaps, de hecho se trata de un riesgo característico del mercado de derivados.

Riesgo de concentración: se refiere a un riesgo extra de cartera que surge como consecuencia de una mala diversificación de créditos.

Riesgo de créditos relacionados: es aquel que surge de una falta de objetividad en el análisis o en la decisión de otorgar un crédito a una persona o entidad vinculada a una institución crediticia.

Riesgo sistémico: es el riesgo de que problemas de solvencia causen dificultades a otras instituciones, en otros segmentos del mercado, o el sistema financiero en su conjunto. El riesgo sistémico en el mercado financiero se genera por la interdependencia de las instituciones a cambios abruptos en el precio de los activos.

Riesgo de mercado: en su forma más elemental, este riesgo hace referencia a la evaluación de valores que tenga el prestatario, de esta manera, el riesgo de mercado se convierte en la pérdida

potencial por cambios en los factores que inciden sobre la valuación de un valor o posición de mercado. Dos de las principales formas en que se presenta el riesgo de mercado con: riesgo de tasa de interés y riesgo cambiario”¹⁷

Significado de variable independiente:

La información: está constituida por un grupo de datos ya supervisados y ordenados, que sirven para construir un mensaje basado en un cierto fenómeno o ente.

La comunicación: es el proceso de transmisión de información entre un emisor y un receptor que decodifica e interpreta un determinado mensaje.

Trato y Calidez: es la forma de comunicarse o de establecer un vínculo con otro persona o con un grupo de sujetos.

Capacidad: se refiere a los recursos y actitudes que tiene un individuo, entidad o institución, para desempeñar una determinada tarea o cometido.

La destreza: es la habilidad o arte con el cual se realiza una determinada cosa, trabajo o actividad y haciéndolo de manera correcta, satisfactoria, es decir, hacer algo con destreza implicará hacerlo y bien.

La habilidad: es la aptitud innata, talento, destreza o capacidad que ostenta una persona para llevar a cabo y por supuesto con éxito, determinada actividad, trabajo u oficio.

¹⁷ DE LARA ALFONSO, MEDICIÓN Y CONTROL DE RIESGOS FINANCIEROS(2004) PP19

El desempeño: realizar labores o funciones que corresponden a su cargo, profesión, papel o empleo.

La confiabilidad: es la "capacidad de un ítem de desempeñar una función requerida, en condiciones establecidas durante un período de tiempo determinado". Es decir, que habremos logrado la Confiabilidad requerida cuando el "ítem" hace lo que queremos que haga y en el momento que queremos que lo haga.

Calidad de Servicio: es un concepto que deriva de la propia definición de Calidad, entendida como satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente o, expresado en palabras de J. M. Juran, como aptitud de uso. Antes de abordar la definición de la Calidad de Servicio, es pertinente hacer algunas precisiones.

CLASIFICACIÓN CREDITICIA DEL DEUDOR DE LA CARTERA DE CRÉDITOS¹⁸.

Según la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS), las Categorías de Clasificación crediticia del deudor de la cartera de créditos son:

Para las grandes y medianas empresas

a. Categoría normal (0)

El deudor:

- Presenta una situación financiera líquida, con bajo nivel de endeudamiento patrimonial y adecuada estructura del

¹⁸ SBS. RESOLUCIÓN N° 11356 Modificatorias al Reglamento para la evaluación y Clasificación de Créditos. Pág. 23.

mismo con relación a su capacidad de generar utilidades. El flujo de caja no es susceptible de un empeoramiento significativo ante modificaciones importantes en el comportamiento de las variables tanto propias como vinculadas con su sector de actividad.

- Cumple puntualmente con el pago de sus obligaciones.
- Adicionalmente y sin perjuicio de lo establecido tiene un sistema de información consistente y actualizada, que le permita conocer en forma permanente su situación financiera y económica.
- Cuenta con una dirección calificada y técnica, con apropiados sistemas de control interno.
- Pertenece a un sector de la actividad económica o ramo de negocios que registra una tendencia creciente.
- Es altamente competitivo en su actividad.

b. Categoría con problemas potenciales (1)

El deudor presenta cualquiera de las características siguientes:

- Una buena situación financiera y de rentabilidad, con moderado endeudamiento patrimonial y adecuado flujo de caja podría, en los próximos doce (12) meses, debilitarse para afrontar los pagos, dado que es sumamente sensible a modificaciones de variables

relevantes como entorno económico, comercial, regulatorio, publico, entre otros.

- Atrasos ocasionales y reducidos en el pago de sus créditos que no exceden los 60 días.

c. Categoría deficiente (2)

El deudor presenta cualquiera de las características siguientes:

- Una situación financiera débil y un flujo de caja que no le permite atender el pago de la totalidad del capital y de los intereses de las deudas. La proyección del flujo de caja no muestra mejoría en el tiempo y presenta alta sensibilidad a modificaciones menores y previsibles de variables significativas, debilitando aún más sus posibilidades de pago. Tiene escasa capacidad de generar utilidades.
- Atrasos mayores a sesenta (60) días y que no excedan de ciento veinte (120) días.

d. Categoría dudoso (3)

El deudor presenta cualquiera de las características siguientes:

- Un flujo de caja manifiestamente insuficiente, no alcanzando a cubrir el pago de capital ni de intereses; presenta una situación financiera crítica y muy alto nivel de endeudamiento patrimonial, y se encuentra obligado

a vender activos de importancia para la actividad desarrollada y que, materialmente, son de magnitud significativa con resultados negativos en el negocio.

- Atrasos mayores a 120 días y que no excedan de 365 días

e. Categoría pérdida (4)

El deudor presenta cualquiera de las características siguientes:

- Un flujo de caja que no alcanza a cubrir sus costos. Se encuentra en suspensión de pagos, siendo factible presumir que también tendrá dificultades para cumplir eventuales acuerdos de reestructuración; se encuentra en estado de insolvencia decretada o está obligado a vender activos de importancia para la actividad desarrollada y que materialmente sean de magnitud significativa.
- Atrasos mayores a 365 días.

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación es **Aplicada** “(...) también llamada constructiva, utilitaria o pragmática, se caracteriza por su interés en la aplicación de los conocimientos teóricos a determinada situación concreta y las consecuencias prácticas que de ellas se deriven, ya que existe teorías y conceptos sobre el tema materia de investigación (...)”¹⁹ . Se realizó la aplicación de los sistemas de transparencia impartidas por la Superintendencia de Banca y Seguros y AFP (SBS), tanto en la atención al cliente como el riesgo crediticio.

3.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo constituye un estudio de nivel **Descriptiva** porque analiza cómo mejorar la atención al cliente para reducir el riesgo crediticio. “La investigación es descriptiva según (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista, 2006), y se adopta a este proyecto debido a que los conocimientos que se emplean en mejorar la atención al cliente”²⁰; siendo el estudio de tipo **descriptivo-correlacional** por que se busca evaluar el grado de asociación que existe entre dos variables y analizar el grado de vinculación existente entre ellas.

¹⁹ Investigación Aplicada

²⁰ Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista, 2006

3.3. MÉTODOS

3.3.1. MÉTODO DEDUCTIVO

Se ha utilizado el método **Deductivo**, puesto que los conceptos y enunciados surgen de una revisión y sistematización presentada en el marco teórico; a partir del cual se realiza la **contrastación empírica** en una realidad concreta, al determinarse previamente las definiciones de las variables: Calidad de servicio y riesgo crediticio y sus respectivas dimensiones.

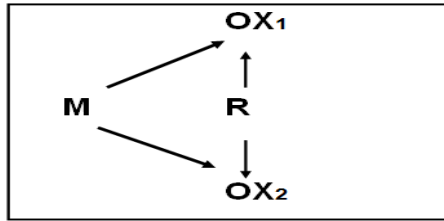
3.3.2. MÉTODO DE ANÁLISIS Y SÍNTESIS

A través del **análisis** se realizó la descomposición de los elementos y procesos de la calidad del servicio y análisis del riesgo de crédito que se muestran en los resultados. Y la **síntesis** se logró a través de la prueba de hipótesis al determinarse la relación entre las dimensiones de las variables.

3.4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Se utilizó un diseño de tipo de investigación correlacional no experimental ya que se estableció la relación de variables mediante el método estadístico.

Donde las variables se manejarán bajo el siguiente esquema:



Dónde:

M = Es la muestra de la investigación

X₁ = Variable Independiente

X₂ = Variable Dependiente

O = Observación

r = Relación de cada evento

3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.5.1. POBLACIÓN

Para determinar la población de trabajo, se ha tenido en cuenta que la población debe estar conformada por todas las pequeñas y microempresas clientes del Banco Continental – Agencia Huánuco que suman 132 clientes.

3.5.2. MUESTRA

La muestra se obtuvo mediante el muestreo no probabilístico.

CUADRO N° 01

PERSONAL ADMINISTRATIVO

PERSONAL	CANTIDAD
Gerente del Banco	1
Sub gerente	1
Ejecutivo de negocio	2
Ejecutivo de banca	2
Asesor de servicio	4
Usuarios	122
TOTAL	132

Fuente: Elaboración Propia

3.6. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**3.6.1. ANÁLISIS DOCUMENTAL**

Se utilizó dicha técnica para obtener información contable de las pequeñas y microempresas, determinadas en la muestra, el mismo que nos permitió tener conocimiento directo del nivel de riesgo de los usuarios. Los documentos utilizados se muestran en el Anexo N° 03.

3.6.2. ENCUESTA

Se utilizó esta técnica para obtener información empírica de las pequeñas y microempresas que forman parte de nuestra muestra.

Esta técnica resulta útil para recoger datos de información dentro de la empresa y verificar la capacidad de gestión que viene llevando.

3.6.3. CUESTIONARIOS

Este instrumento se aplicó a las pequeñas y microempresas usuarios del Banco Continental – Agencia Huánuco, para recopilar datos de la calidad de servicio. Ver anexos N° 01 y 02.

3.6.4. GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL

Este documento se aplicó para la recolección de información del nivel de riesgo de las pequeñas y microempresas. Ver Anexo N° 04.

3.7. PROCESAMIENTO Y PRESENTACIÓN DE DATOS

Las respuestas de los cuestionarios, así como del análisis documental han sido tabuladas y presentadas en cuadros o tablas estadísticas SPS para el análisis e interpretación sobre la atención al cliente y el riesgo crediticio.

3.7.1. PROCEDIMIENTO DE LA PRUEBA DE HIPÓTESIS

La prueba de hipótesis se realizó a partir de las Variables de la Calidad del Servicio al Cliente y el Riesgo Crediticio, para lo cual estas variables han sido analizadas por un proceso de lo cuantitativo a lo cualitativo en el procesamiento y tratamiento de datos. Como las variables alcanzan la categoría de cualitativas se aplicará la prueba de la chi – cuadrada o Ji – cuadrada.

CAPITULO IV

RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS E INTERPRETACIÓN

DIMENSIÓN: Eficiencia

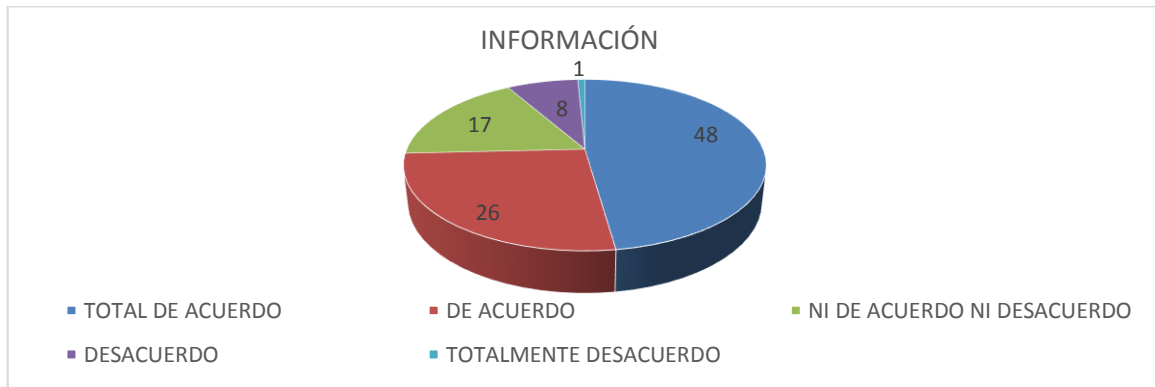
INDICADOR: Información

PREGUNTA N° 01: ¿La información brindada por el promotor es clara y exacta?

CUADRO N° 01

INFORMACIÓN		
ALTERNATIVA	n_i	h_i %
Total De Acuerdo	63	48
De Acuerdo	35	26
Ni De Acuerdo Ni Desacuerdo	23	17
Desacuerdo	10	8
Totalmente Desacuerdo	1	1
TOTAL	132	100

GRÁFICO N° 01



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 48% manifiestan que están totalmente de acuerdo con la información brindada por el promotor, el 26% de los usuarios están de acuerdo con la información, mientras el 17% se mantienen indiferentes, el 8% están en desacuerdo y el 1% totalmente desacuerdo.

DIMENSIÓN: Eficiencia

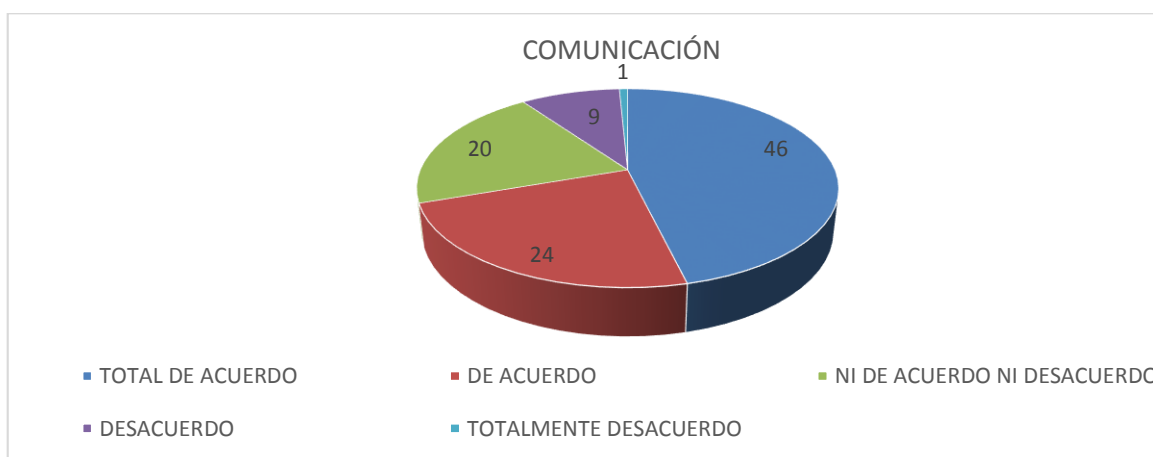
INDICADOR: Comunicación

PREGUNTA N° 02: ¿La comunicación brindada por el promotor durante el contrato es clara y exacta?

CUADRO N° 02

COMUNICACIÓN		
ALTERNATIVA	n_i	h_i %
Total De Acuerdo	61	46
De Acuerdo	31	24
Ni De Acuerdo Ni Desacuerdo	27	20
Desacuerdo	12	9
Totalmente Desacuerdo	1	1
TOTAL	132	100

GRAFICO N° 02



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 46% manifiestan que están totalmente de acuerdo con la comunicación brindada por el promotor, el 24% de los usuarios están de acuerdo con la comunicación brindada, mientras el 20% se mantienen indiferentes, el 9% están en desacuerdo y el 1% totalmente desacuerdo.

DIMENSIÓN: Eficiencia

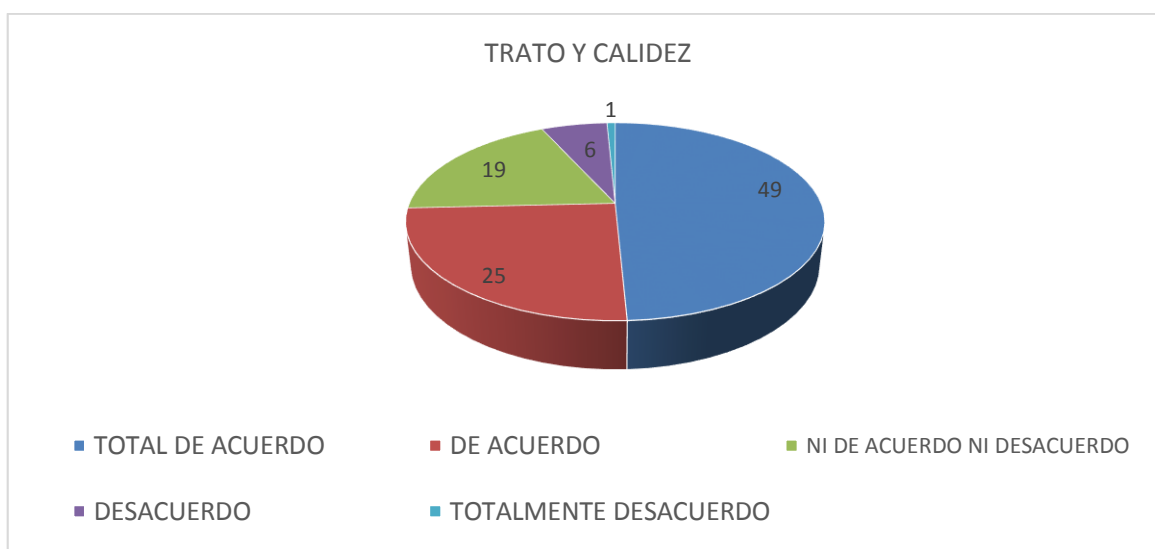
INDICADOR: Trato y Calidez

PREGUNTA N° 03: ¿El trato y calidez del promotor satisface sus expectativas?

CUADRO N° 03

TRATO Y CALIDEZ		
ALTERNATIVA	n_i	h_i %
Total De Acuerdo	65	49
De Acuerdo	33	25
Ni De Acuerdo Ni Desacuerdo	25	19
Desacuerdo	8	6
Totalmente Desacuerdo	1	1
TOTAL	132	100

GRAFICO N° 03



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 49% manifiestan que están totalmente de acuerdo con el trato y calidez del promotor satisface sus expectativas, el 25% de los usuarios están de acuerdo con el trato y calidez del promotor, mientras el 19% se mantienen indiferentes, el 6% están en desacuerdo y el 1% totalmente desacuerdo.

DIMENSIÓN: Transparencia

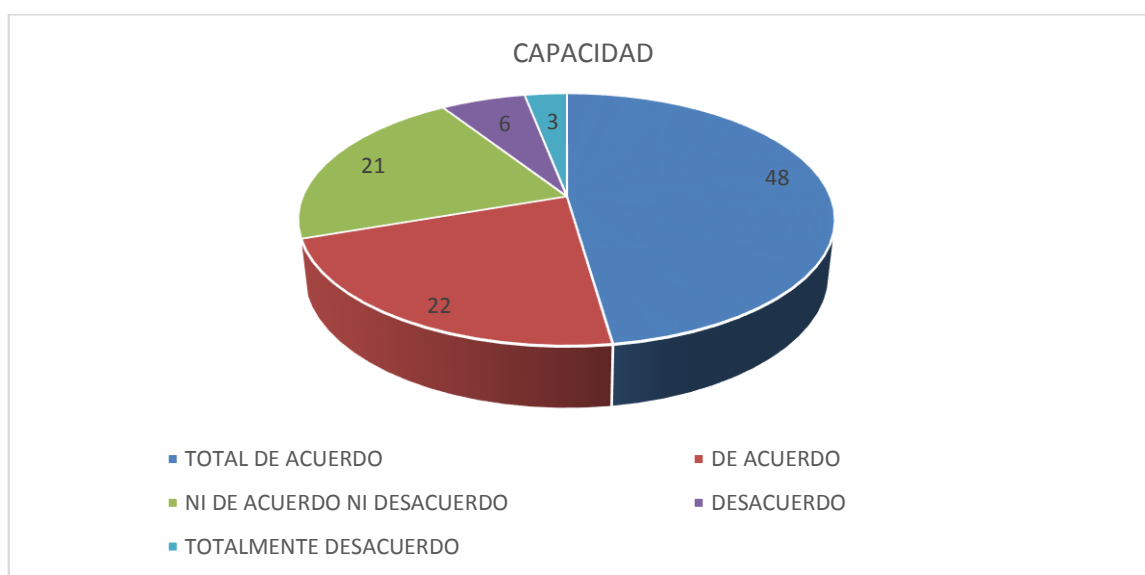
INDICADOR: Capacidad

PREGUNTA N° 04: ¿La Capacidad Del Promotor Aborda Todas Las Metas?

CUADRO N° 04

CAPACIDAD		
ALTERNATIVA	n_i	h_i %
Total De Acuerdo	63	48
De Acuerdo	29	22
Ni De Acuerdo Ni Desacuerdo	28	21
Desacuerdo	8	6
Totalmente Desacuerdo	4	3
TOTAL	132	100

GRAFICO N° 04



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 48% manifiestan que están totalmente de acuerdo con la capacidad del promotor, el 22% de los usuarios están de acuerdo con la capacidad del promotor, mientras el 21% se mantienen indiferentes, el 6% están en desacuerdo y el 3% totalmente desacuerdo.

DIMENSIÓN: Transparencia

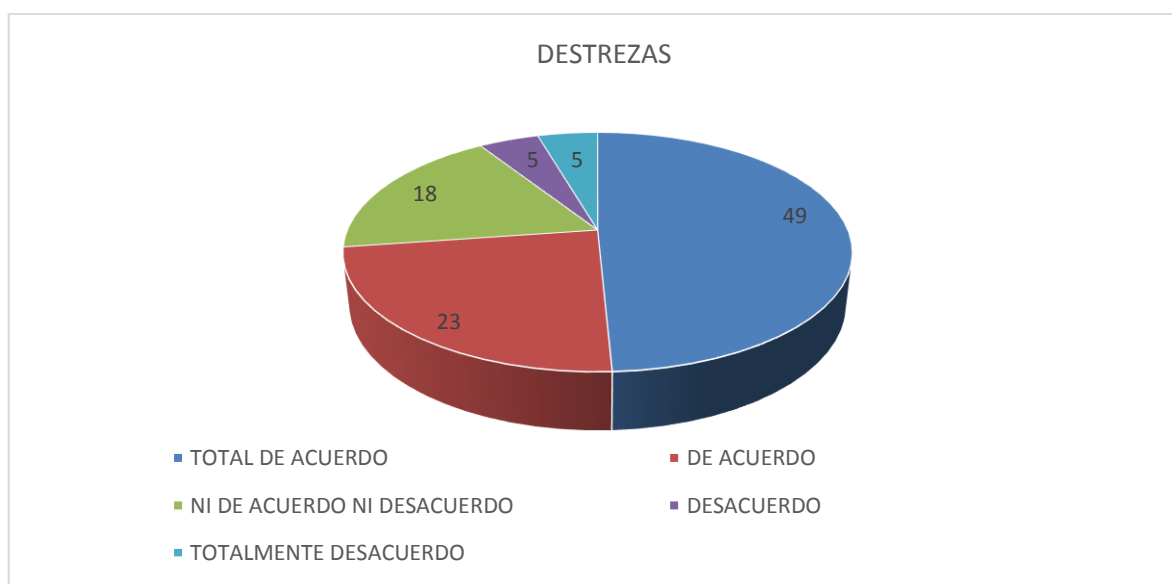
INDICADOR: Destrezas

PREGUNTA N° 05: ¿La destreza del promotor en la atención es rápida?

CUADRO N° 05

DESTREZAS		
ALTERNATIVA	n_i	h_i %
Total De Acuerdo	65	49
De Acuerdo	31	23
Ni De Acuerdo Ni Desacuerdo	24	18
Desacuerdo	6	5
Totalmente Desacuerdo	6	5
TOTAL	132	100

GRAFICO N° 05



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 49% manifiestan que están totalmente de acuerdo con la destreza del promotor en la atención es rápida, el 23% de los usuarios están de acuerdo con la destreza del promotor, mientras el 18% se mantienen indiferentes, el 5% están en desacuerdo y el 5% totalmente desacuerdo.

DIMENSIÓN: Transparencia

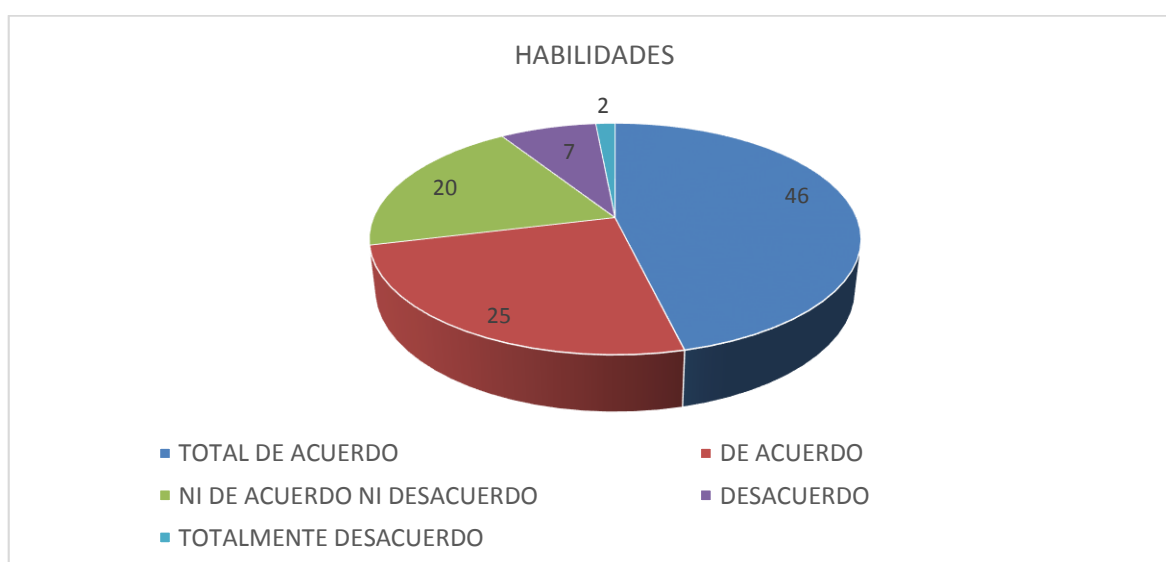
INDICADOR: Habilidades

PREGUNTA N° 06: ¿La habilidad del promotor soluciona los problemas?

CUADRO N° 06

HABILIDADES		
ALTERNATIVA	n_i	h_i %
Total De Acuerdo	61	46
De Acuerdo	33	25
Ni De Acuerdo Ni Desacuerdo	26	20
Desacuerdo	10	7
Totalmente Desacuerdo	2	2
TOTAL	132	100

GRAFICO N° 06



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 46% manifiestan que están totalmente de acuerdo con la habilidad del promotor soluciona los problemas, el 25% de los usuarios están de acuerdo con la habilidad del promotor, mientras el 20% se mantienen indiferentes, el 7% están en desacuerdo y el 2% totalmente desacuerdo.

DIMENSIÓN: Eficacia

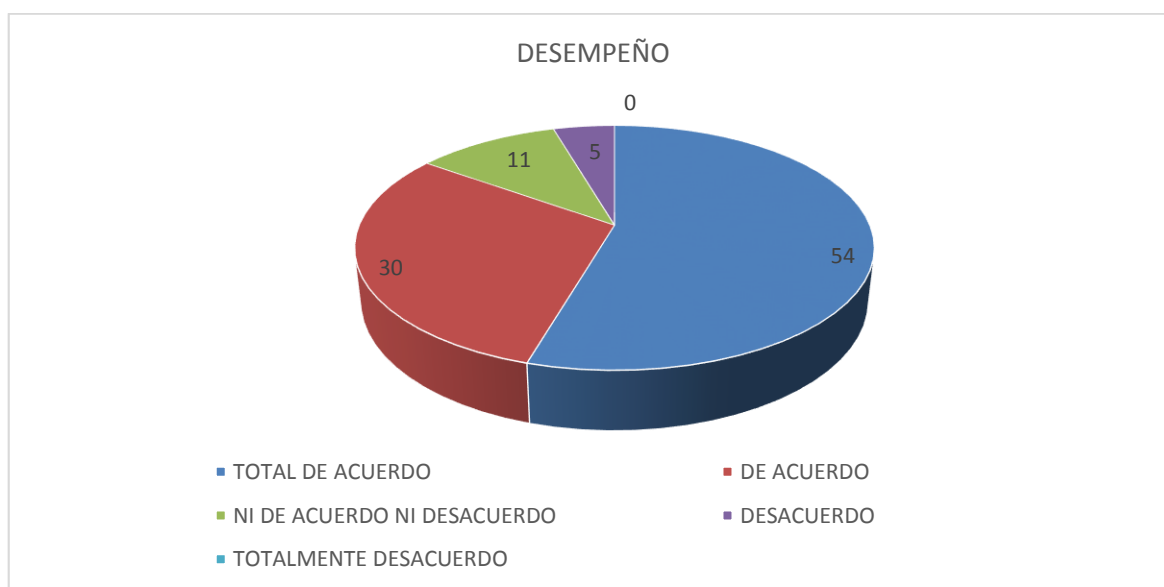
INDICADOR: Desempeño

PREGUNTA N° 07: ¿El desempeño del promotor no son deficientes?

CUADRO N° 07

DESEMPEÑO		
ALTERNATIVA	n_i	h_i %
Total De Acuerdo	72	54
De Acuerdo	40	30
Ni De Acuerdo Ni Desacuerdo	14	11
Desacuerdo	6	5
Totalmente Desacuerdo	0	0
TOTAL	132	100

GRAFICO N° 07



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 54% manifiestan que están totalmente de acuerdo con el desempeño del promotor no son deficientes, el 30% de los usuarios están de acuerdo con el desempeño del promotor, mientras el 11% se mantienen indiferentes, el 5% están en desacuerdo y el 0% totalmente desacuerdo.

DIMENSIÓN: Eficacia

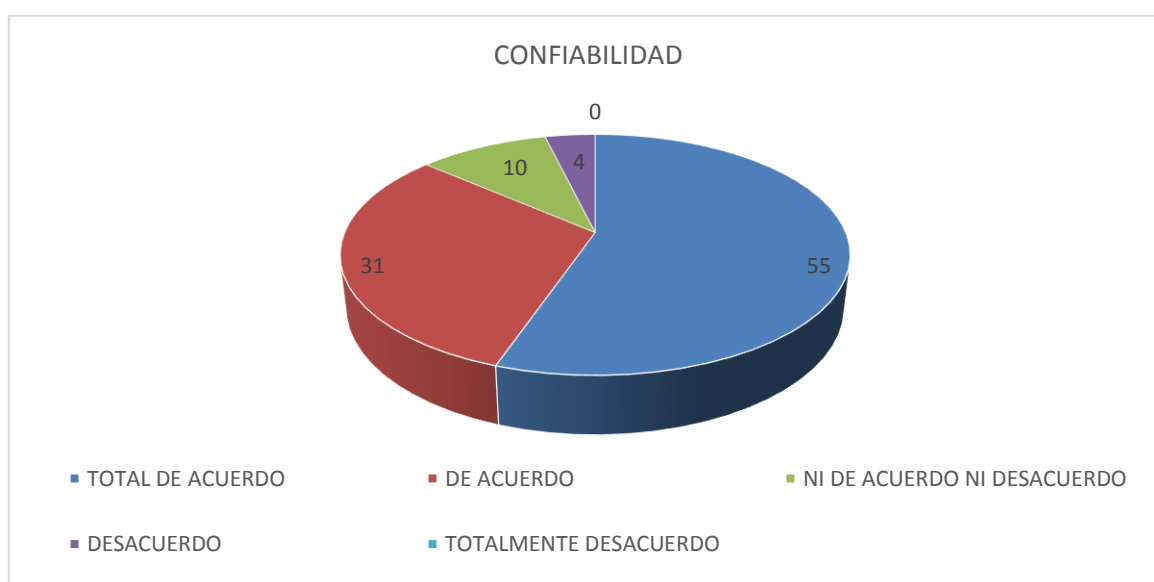
INDICADOR: Confiabilidad

PREGUNTA N° 08: ¿La confiabilidad del promotor es segura?

CUADRO N° 08

CONFIABILIDAD		
ALTERNATIVA	n_i	h_i %
Total De Acuerdo	73	55
De Acuerdo	41	31
Ni De Acuerdo Ni Desacuerdo	13	10
Desacuerdo	5	4
Totalmente Desacuerdo	0	0
TOTAL	132	100

GRAFICO N° 08



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 55% manifiestan que están totalmente de acuerdo con la confiabilidad del promotor es segura, el 31% de los usuarios están de acuerdo con la confiabilidad del promotor, mientras el 10% se mantienen indiferentes, el 4% están en desacuerdo y el 0% totalmente desacuerdo.

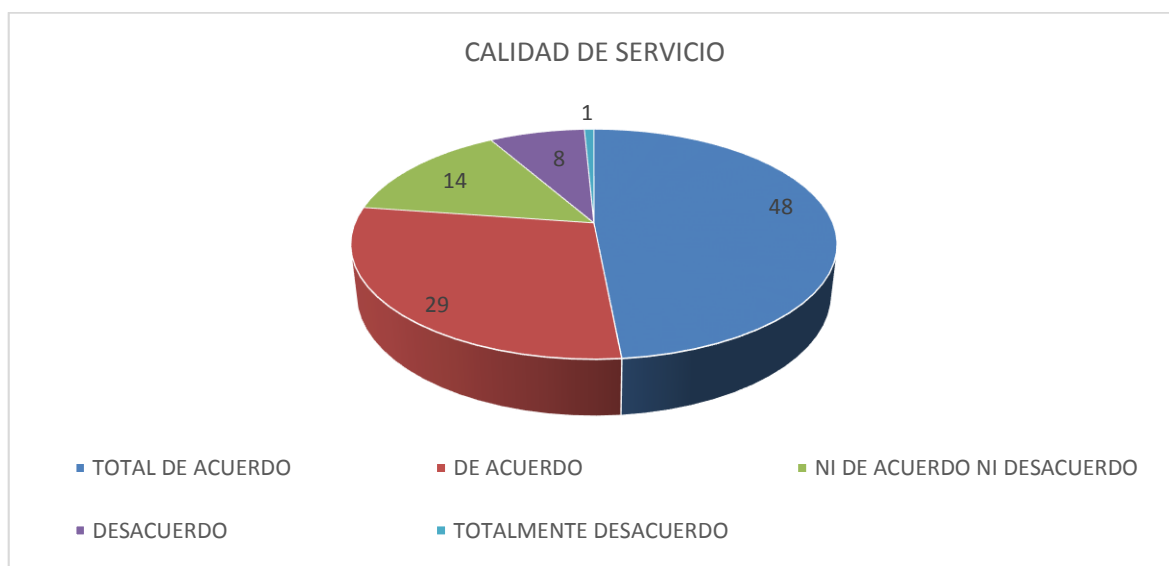
VARIABLE: Calidad De Servicio

PREGUNTA N° 09: ¿En general la calidad del servicio del promotor es satisfactorio?

CUADRO N° 09

CALIDAD DE SERVICIO		
ALTERNATIVA	n_i	h_i %
Total De Acuerdo	64	48
De Acuerdo	38	29
Ni De Acuerdo Ni Desacuerdo	19	14
Desacuerdo	10	8
Totalmente Desacuerdo	1	1
TOTAL	132	100

GRAFICO N° 09



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 48% manifiestan que están totalmente de acuerdo con la confiabilidad del promotor es seguras, el 29 % de los usuarios están de acuerdo con la confiabilidad del promotor, mientras el 14% se mantienen indiferentes, el 8% están en desacuerdo y el 1% totalmente desacuerdo.

DIMENSIÓN: Riesgo de Cumplimiento

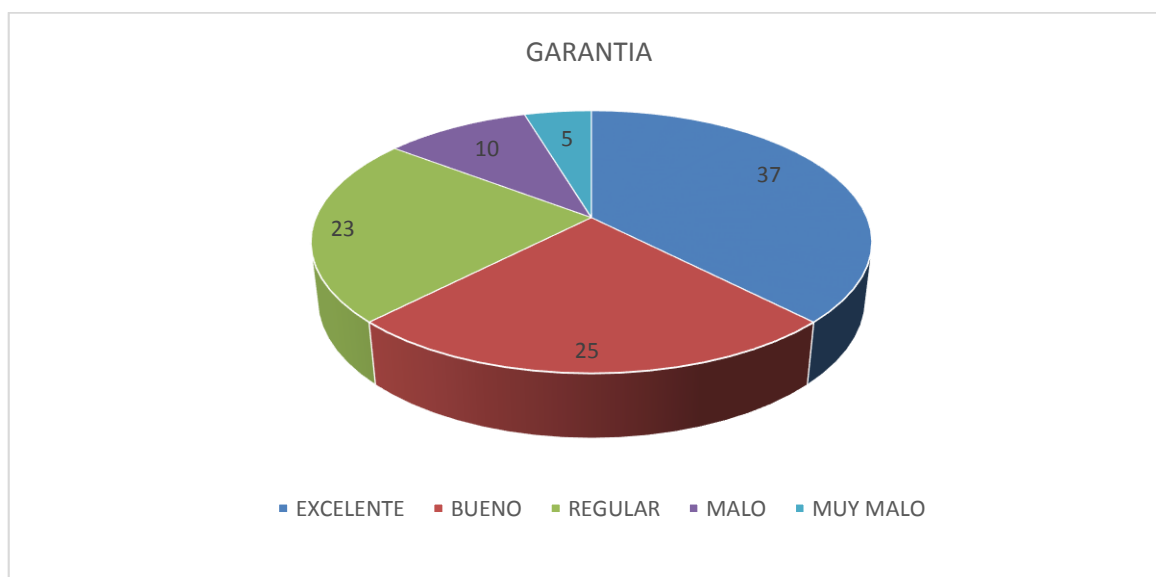
INDICADOR: Garantía

¿CUÁL ES EL NIVEL DE GARANTÍA QUE DEMUESTRA EL CLIENTE?

CUADRO N° 10

GARANTÍA		
ALTERNATIVA	n_i	h_i %
Excelente	49	37
Bueno	32	25
Regular	30	23
Malo	13	10
Muy Malo	6	5
TOTAL	132	100

GRAFICO N° 10



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

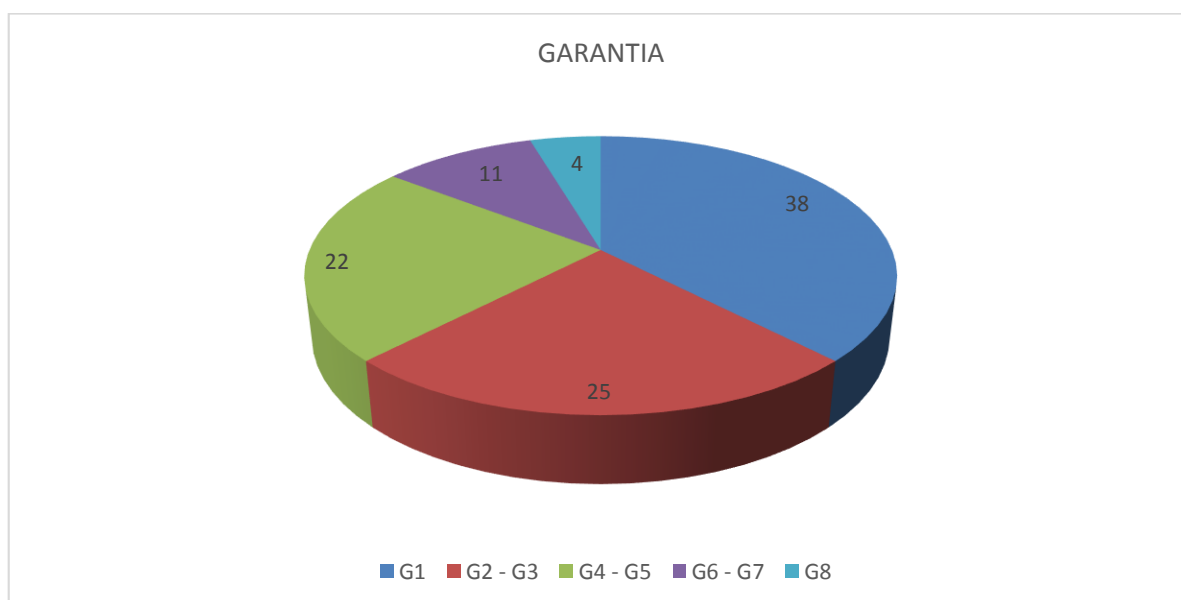
El 37% se muestra excelente el nivel de garantía que demuestra el cliente, el 25 % de los usuarios es bueno el nivel de garantía que demuestra el cliente, mientras el 23% se mantienen regular, el 10% es malo 5% muy malo.

¿EN QUÉ GRUPO DE RIESGOS SE ENCUENTRA EL CLIENTE?

CUADRO N° 11

RIESGO SEGÚN (SBS)		
ALTERNATIVA	n_i	h_i %
G1	50	38
G2 – G3	33	25
G4 – G5	29	22
G6 – G7	14	11
G8	6	4
TOTAL	132	100

GRAFICO N° 11



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

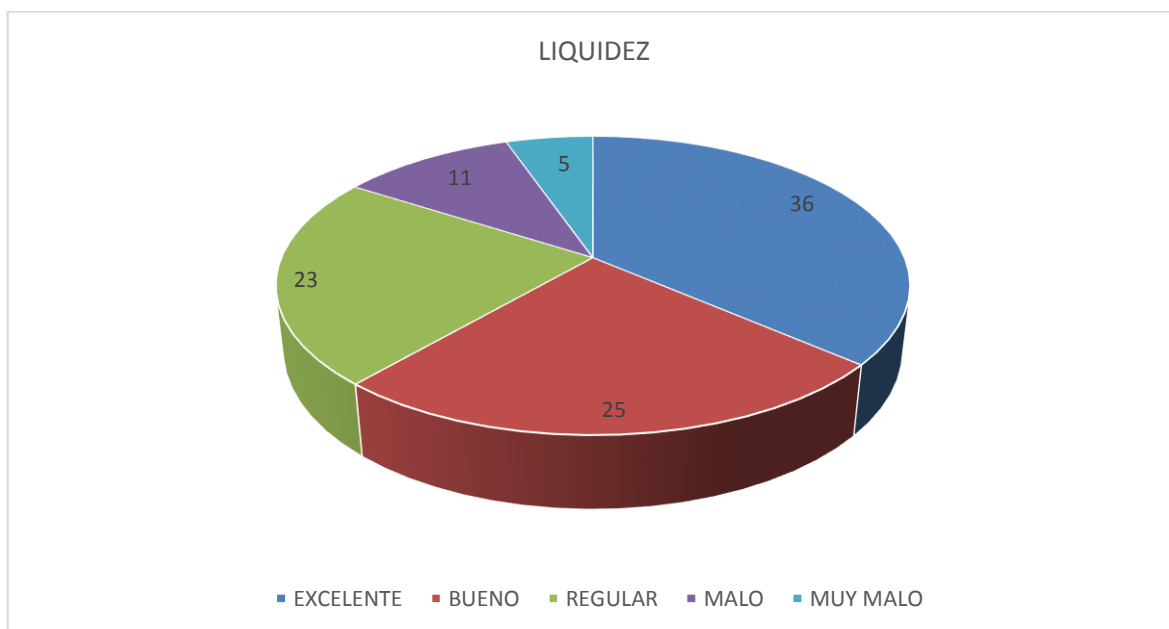
El 38% se muestra con G1 el nivel de garantía que demuestra el cliente, el 25 % de los usuarios es G2 – G3 el nivel de garantía que demuestra el cliente, mientras el 22% se mantienen G4 – G5, el 11% es G6 – G7 y el 4% es G8.

¿CUÁL ES EL NIVEL DE LIQUIDEZ QUE DEMUESTRA EL CLIENTE?

CUADRO N° 12

LIQUIDEZ		
ALTERNATIVA	n_i	h_i %
Excelente	48	36
Bueno	33	25
Regular	30	23
Malo	14	11
Muy Malo	7	5
TOTAL	132	100

GRAFICO N° 12



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

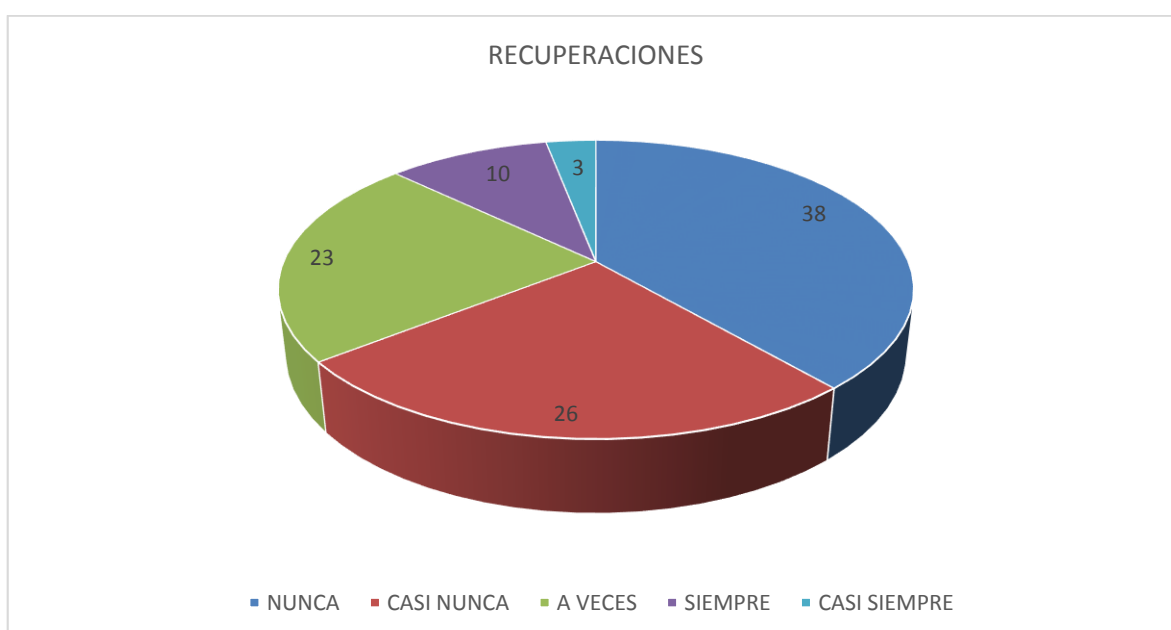
El 36% se muestra excelente el nivel de liquidez que demuestra el cliente, el 25 % de los usuarios es bueno el nivel de liquidez que demuestra el cliente, mientras el 23% se mantienen regular, el 11% es malo y el 5% muy malo.

¿CUÁL ES EL COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE?

CUADRO N° 13

RECUPERACIONES		
ALTERNATIVA	n_i	h_i %
Normal	51	38
Con Problemas Potenciales	34	26
Deficiente	30	23
Dudoso	13	10
Pérdida	4	3
TOTAL	132	100

GRAFICO N° 13



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

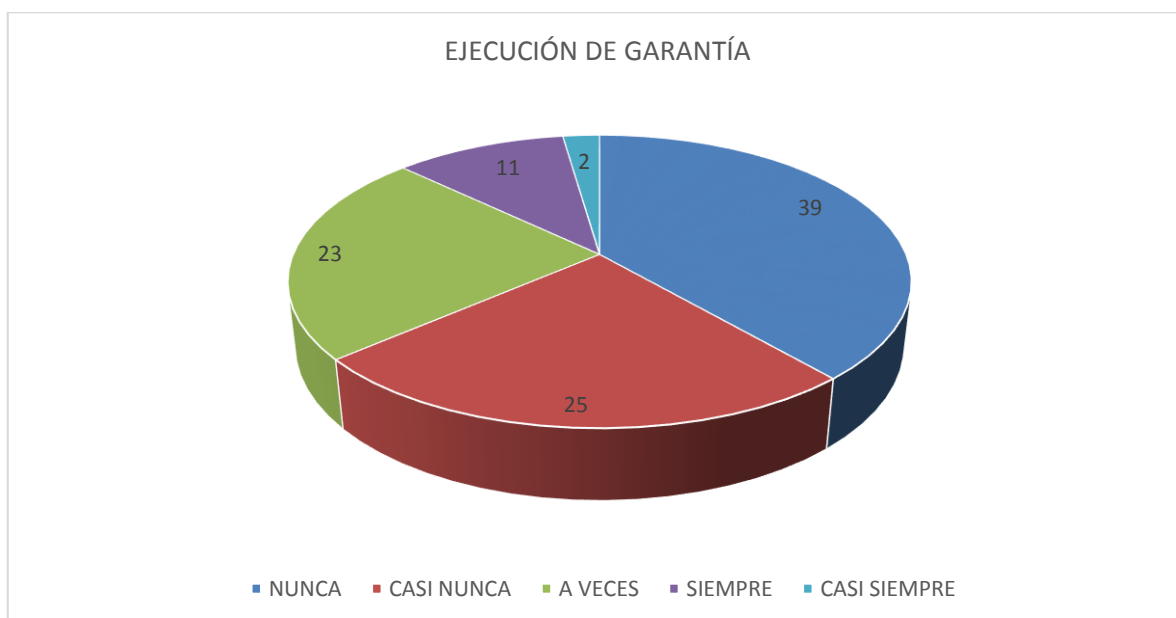
El 38% es normal el comportamiento del cliente, el 26 % de los usuarios es con problemas potenciales de comportamiento del cliente, mientras el 23% su comportamiento es deficiente, el 10% es dudoso y el 3% perdida.

¿EL CLIENTE FUE SOMETIDO A LAS SIGUIENTES EJECUCIONES DE GARANTÍA?

CUADRO N° 14

EJECUCIÓN DE GARANTÍA		
ALTERNATIVA	n _i	h _i %
Nunca	51	39
Casi Nunca	33	25
A Veces	31	23
Siempre	14	11
Casi Siempre	3	2
TOTAL	132	100

GRAFICO N° 14



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 39% es nunca fue sometido a ejecuciones de garantías, el 25 % de los usuarios casi nunca fue sometido a ejecuciones de garantías, mientras el 23% su ejecuciones de garantías es a veces, el 11% es siempre y el 2% casi siempre.

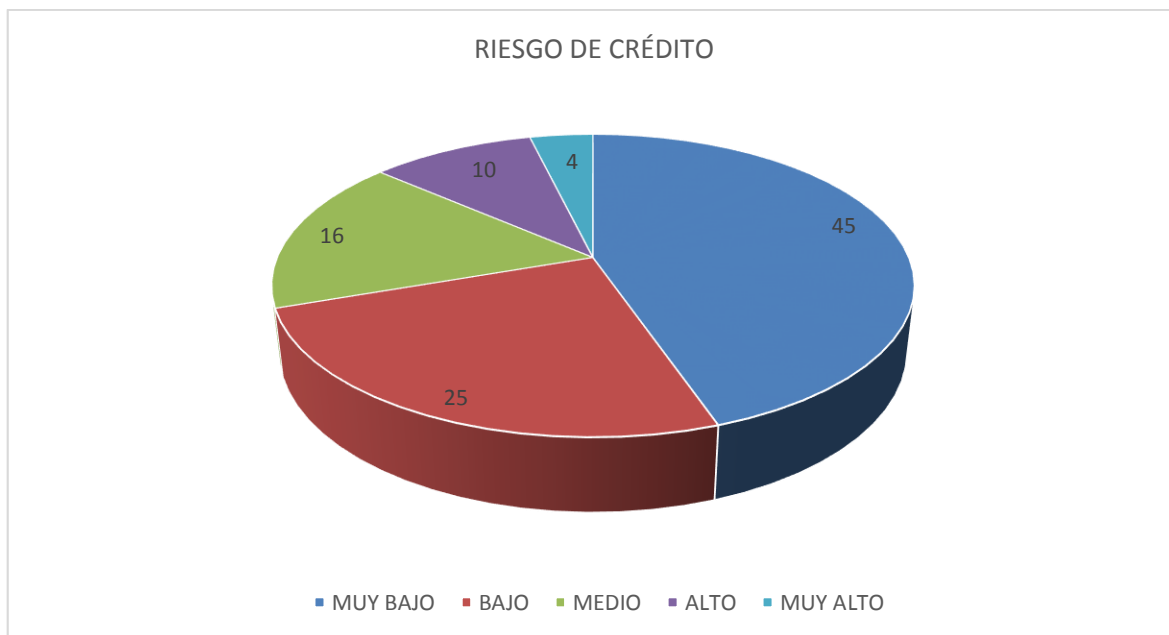
VARIABLE: Riesgo de Crédito

¿Cuál es el riesgo general impuesto en la clasificación general de riesgo al cliente?

CUADRO N° 15

RIESGO DE CRÉDITO		
ALTERNATIVA	n_i	h_i %
Muy Bajo	59	45
Bajo	33	25
Medio	22	16
Alto	13	10
Muy Alto	5	4
TOTAL	132	100

GRAFICO N° 15



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 45% se mantienen muy bajo la clasificación general de riesgo al cliente, el 25 % de los usuarios es bajo el riesgo al cliente, mientras el 16% se mantienen en medio, el 10% están en alto 4% muy alto.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

PRUEBA DE HIPÓTESIS

4.2. PRUEBA DE LA PRIMERA HIPÓTESIS ESPECÍFICA

4.2.1. H_A HIPÓTESIS ALTERNA

Si, la eficiencia de atención al cliente es cuidadosa, entonces reducirá el riesgo de incumplimiento.

4.2.2. H_0 HIPÓTESIS NULA

Si, la eficiencia de atención al cliente no es cuidadosa, entonces no reducirá el riesgo de incumplimiento.

Aplicando la Prueba Ji-cuadrada, previamente determinamos las frecuencias esperadas con la formula y se tienen:

En vista que el **valor empírico** es mayor que el **valor crítico**, se rechaza la hipótesis nula H_0 , por lo tanto se acepta la hipótesis alterna H_a .

Frecuencias Observadas

RIESGO DE INCUMPLIMIENTO/EFICIENCIA	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	DESACUERDO	TOTALMENTE DESACUERDO	
EXCELENTE	30	10	7	2		49
BUENO	14	11	5	3		33
REGULAR	11	8	9	2		30
MALO	7	2	3	2		14
MUY MALO	1	2	1	1	1	6
P marg.	63	33	25	10	1	132

Tabla de contingencia para las probabilidades

RIESGO DE INCUMPLIMIENTO/EFICIENCIA	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	DESACUERDO	TOTALMENTE DESACUERDO	P marg
EXCELENTE	0.2273	0.0758	0.0530	0.0152	0.0000	0.3712
BUENO	0.1061	0.0833	0.0379	0.0227	0.0000	0.2500
REGULAR	0.0833	0.0606	0.0682	0.0152	0.0000	0.2273
MALO	0.0530	0.0152	0.0227	0.0152	0.0000	0.1061
MUY MALO	0.0076	0.0152	0.0076	0.0076	0.0076	0.0455
P marg	0.4773	0.2500	0.1894	0.0758	0.0000	1.0000

Frecuencias Esperadas

RIESGO DE INCUMPLIMIENTO/EFICIENCIA	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	DESACUERDO	TOTALMENTE DESACUERDO	P marg
EXCELENTE	23.39	12.25	9.28	3.71	0.37	49.00
BUENO	15.75	8.25	6.25	2.50	0.25	33.00
REGULAR	14.32	7.50	5.68	2.27	0.23	30.00
MALO	6.68	3.50	2.65	1.06	0.11	14.00
MUY MALO	2.86	1.50	1.14	0.45	0.05	6.00
	63.00	33.00	25.00	10.00	1.00	132.00

Estadístico de prueba:

Valor Crítico

Distribución Chi cuadrado con gl
(5-1) * (5-1)gl=

Nivel se significancia	Valores Críticos según nivel de significancia
0.05	26.296

Valor empírico

						Suma Fila
1.87	0.41	0.56	0.79	0.37		4.00
0.19	0.92	0.25	0.10	0.25		1.71
0.77	0.03	1.94	0.03	0.23		3.00
0.02	0.64	0.05	0.83	0.11		1.64
1.21	0.17	0.02	0.65	20.05		22.10
Valor empírico						32.45

Decisiones Posibles según distintos niveles de significancia:

Nivel de significancia	Valores Críticos según nivel de significancia	Valor empírico	Decisiones
0.05	26.296	32.454	Rechazo H0

CELDA	f0	fe	f0-fe	(f0-fe) ²	(f0-fe) ² /fe
f11	30	23.39	6.61	43.74	1.87
f12	10	12.25	-2.25	5.06	0.41
f13	7	9.28	-2.28	5.20	0.56
f14	2	3.71	-1.71	2.93	0.79
f15	0	0.37	-0.37	0.14	0.37
f16	14	15.75	-1.75	3.06	0.19
f17	11	8.25	2.75	7.56	0.92
f18	5	6.25	-1.25	1.56	0.25
f19	3	2.50	0.50	0.25	0.10
f20	0	0.25	-0.25	0.06	0.25
f21	11	14.32	-3.32	11.01	0.77
f22	8	7.50	0.50	0.25	0.03
f23	9	5.68	3.32	11.01	1.94
f24	2	2.27	-0.27	0.07	0.03
f25	0	0.23	-0.23	0.05	0.23
f26	7	6.68	0.32	0.10	0.02
f27	2	3.50	-1.50	2.25	0.64
f28	3	2.65	0.35	0.12	0.05
f29	2	1.06	0.94	0.88	0.83
f30	0	0.11	-0.11	0.01	0.11
f31	1	2.86	-1.86	3.47	1.21
f32	2	1.50	0.50	0.25	0.17
f33	1	1.14	-0.14	0.02	0.02
f34	1	0.45	0.55	0.30	0.65
f35	1	0.05	0.95	0.91	20.05
TOTAL					32.45

En vista que el valor empírico es mayor que el valor crítico (32.45 mayor que 26.296), se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto se acepta la hipótesis alterna, en que la eficiencia de atención al cliente se relaciona con el riesgo de cumplimiento.

4.3. PRUEBA DE LA SEGUNDA HIPÓTESIS ESPECÍFICA

4.3.1. H_A HIPÓTESIS ALTERNA

Si, la transparencia de atención al cliente es completa, entonces se reducirá el riesgo de exposición.

4.3.2. H_0 HIPÓTESIS NULA

Si, la transparencia de atención al cliente no es completa, entonces no se reducirá el riesgo de exposición.

Frecuencias Observadas

RIESGO DE EXPOSICIÓN/TRANSPARENCIA	TOTAL DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	DESACUERDO	TOTALMENTE DESACUERDO	
EXCELENTE	30	10	7	1		48
BUENO	14	11	5	3		33
REGULAR	11	8	9	1	1	30
MALO	7	1	3	1	2	14
MUY MALO	1	1	2	2	1	7
P marg	63	31	26	8	4	132

Tabla de contingencia para las probabilidades

RIESGO DE EXPOSICIÓN/TRANSPARENCIA	TOTAL DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	DESACUERDO	TOTALMENTE DESACUERDO	P marg
EXCELENTE	0.2273	0.0758	0.0530	0.0076	0.0000	0.3636
BUENO	0.1061	0.0833	0.0379	0.0227	0.0000	0.2500
REGULAR	0.0833	0.0606	0.0682	0.0076	0.0076	0.2273
MALO	0.0530	0.0076	0.0227	0.0076	0.0152	0.1061
MUY MALO	0.0076	0.0076	0.0152	0.0152	0.0076	0.0530
P marg	0.4773	0.2348	0.1970	0.0606	0.0227	1.0000

Frecuencias Esperadas

RIESGO DE EXPOSICIÓN/TRANSPARENCIA	TOTAL DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	DESACUERDO	TOTALMENTE DESACUERDO	P marg
EXCELENTE	22.91	11.27	9.45	2.91	1.45	48.00
BUENO	15.75	7.75	6.50	2.00	1.00	33.00
REGULAR	14.32	7.05	5.91	1.82	0.91	30.00
MALO	6.68	3.29	2.76	0.85	0.42	14.00
MUY MALO	3.34	1.64	1.38	0.42	0.21	7.00
	63.00	31.00	26.00	8.00	4.00	132.00

Estadístico de prueba:

Valor Crítico

Distribución Chi cuadrado con

16

 gl

$(5-1) * (5-1)gl=$

Nivel se significancia	Valores Críticos según nivel de significancia
0.05	26.296

Valor empírico

					Suma Fila
2.19	0.14	0.64	1.25	1.45	5.68
0.19	1.36	0.35	0.50	1.00	3.40
0.77	0.13	1.62	0.37	0.01	2.89
0.02	1.59	0.02	0.03	5.85	7.51
1.64	0.25	0.28	5.85	2.93	10.95
Valor empírico					30.44

Decisiones Posibles según distintos niveles de significancia:

Nivel se significancia	Valores Críticos según nivel de significancia	Valor empírico	Decisiones
0.05	26.296	30.44	Rechazo H0

CELDA	f0	fe	f0-fe	(fo-fe)2	(fo-fe)2/fe
f11	30	22.91	7.09	50.28	2.19
f12	10	11.27	-1.27	1.62	0.14
f13	7	9.45	-2.45	6.02	0.64
f14	1	2.91	-1.91	3.64	1.25
f15	0	1.45	-1.45	2.12	1.45
f16	14	15.75	-1.75	3.06	0.19
f17	11	7.75	3.25	10.56	1.36
f18	5	6.50	-1.50	2.25	0.35
f19	3	2.00	1.00	1.00	0.50
f20	0	1.00	-1.00	1.00	1.00
f21	11	14.32	-3.32	11.01	0.77
f22	8	7.05	0.95	0.91	0.13
f23	9	5.91	3.09	9.55	1.62
f24	1	1.82	-0.82	0.67	0.37
f25	1	0.91	0.09	0.01	0.01
f26	7	6.68	0.32	0.10	0.02
f27	1	3.29	-2.29	5.23	1.59
f28	3	2.76	0.24	0.06	0.02
f29	1	0.85	0.15	0.02	0.03
f30	2	0.42	1.58	2.48	5.85
f31	1	3.34	-2.34	5.48	1.64
f32	1	1.64	-0.64	0.41	0.25
f33	2	1.38	0.62	0.39	0.28
f34	2	0.42	1.58	2.48	5.85
f35	1	0.21	0.79	0.62	2.93
TOTAL					30.44

En vista que el valor empírico es mayor que el valor crítico (30.44 mayor que 26.296), se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto se acepta la hipótesis alterna, en que la transparencia de atención al cliente se relaciona con el riesgo de exposición.

4.4. PRUEBA DE LA TERCERA HIPÓTESIS ESPECÍFICA

4.4.1. H_A HIPÓTESIS ALTERNA

Si, la eficacia de atención al cliente es efectiva, entonces se reducirá el riesgo de recuperación.

4.4.2. H₀ HIPÓTESIS NULA

Si, la eficacia de atención al cliente no es efectiva; entonces no se reducirá el riesgo de recuperación.

Frecuencias Observadas

RIESGO DE RECUPERACIÓN / EFICACIA	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	DESACUERDO	TOTALMENTE DESACUERDO	
MUY BAJO	32	14	5			51
BAJO	17	12	3	1		33
MEDIO	14	11	3	2		30
ALTO	9	3	2			14
MUY ALTO		1	1	2		4
P marg	72	41	14	5	0	132

Tabla de contingencia para las probabilidades

RIESGO DE RECUPERACIÓN / EFICACIA	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	DESACUERDO	TOTALMENTE DESACUERDO	P marg
MUY BAJO	0.2424	0.1061	0.0379	0.0000	0.0000	0.3864
BAJO	0.1288	0.0909	0.0227	0.0076	0.0000	0.2500
MEDIO	0.1061	0.0833	0.0227	0.0152	0.0000	0.2273
ALTO	0.0682	0.0227	0.0152	0.0000	0.0000	0.1061
MUY ALTO	0.0000	0.0076	0.0076	0.0152	0.0000	0.0303
P marg	0.5455	0.3106	0.1061	0.0379	0.0000	1.0000

Frecuencias Esperadas

RIESGO DE RECUPERACIÓN / EFICACIA	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	DESACUERDO	TOTALMENTE DESACUERDO	P marg
MUY BAJO	27.82	15.84	5.41	1.93	0.00	51.00
BAJO	18.00	10.25	3.50	1.25	0.00	33.00
MEDIO	16.36	9.32	3.18	1.14	0.00	30.00
ALTO	7.64	4.35	1.48	0.53	0.00	14.00
MUY ALTO	2.18	1.24	0.42	0.15	0.00	4.00
	72.00	41.00	14.00	5.00	0.00	132.00

Estadístico de prueba:

Valor Crítico

Distribución Chi cuadrado con

16 gl

$(5-1) * (5-1)gl=$

Nivel de significancia	Valores Críticos según nivel de significancia
0.05	26.296

Valor empírico

						Suma Fila
0.63	0.21	0.03	1.93	0.00		2.81
0.06	0.30	0.07	0.05	0.00		0.48
0.34	0.30	0.01	0.66	0.00		1.31
0.24	0.42	0.18	0.53	0.00		1.37
2.18	0.05	0.78	22.55	0.00		25.56
Valor empírico						31.53

Decisiones Posibles según distintos niveles de significancia:

Nivel de significancia	Valores Críticos según nivel de significancia	Valor empírico	Decisiones
0.05	26.296	31.526	Rechazo Ho

CELDA	f ₀	F _e	f ₀ -f _e	(f ₀ -f _e) ²	(f ₀ -f _e) ² /f _e
f11	32	27.82	4.18	17.49	0.63
f12	14	15.84	-1.84	3.39	0.21
f13	5	5.41	-0.41	0.17	0.03
f14	0	1.93	-1.93	3.73	1.93
f15	0	0.00	0.00	0.00	0.00
f16	17	18.00	-1.00	1.00	0.06
f17	12	10.25	1.75	3.06	0.30
f18	3	3.50	-0.50	0.25	0.07
f19	1	1.25	-0.25	0.06	0.05
f20	0	0.00	0.00	0.00	0.00
f21	14	16.36	-2.36	5.59	0.34
f22	11	9.32	1.68	2.83	0.30
f23	3	3.18	-0.18	0.03	0.01
f24	2	1.14	0.86	0.75	0.66
f25	0	0.00	0.00	0.00	0.00
f26	9	7.64	1.36	1.86	0.24
f27	3	4.35	-1.35	1.82	0.42
f28	2	1.48	0.52	0.27	0.18
f29	0	0.53	-0.53	0.28	0.53
f30	0	0.00	0.00	0.00	0.00
f31	0	2.18	-2.18	4.76	2.18
f32	1	1.24	-0.24	0.06	0.05
f33	1	0.42	0.58	0.33	0.78
f34	2	0.15	1.85	3.42	22.55
f35	0	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL					31.53

En vista que el valor empírico es mayor que el valor crítico (31.53 mayor que 26.296), se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto se acepta la hipótesis alterna, en que la eficacia de atención al cliente se relaciona con el riesgo de recuperación.

4.5. PRUEBA DE LA HIPÓTESIS GENERAL

4.5.1. H_A HIPÓTESIS GENERAL ALTERNA

Si, la calidad del servicio al cliente es satisfactorio; entonces se reducirá el riesgo crediticio de las pequeñas y microempresas en el Banco Continental – Agencia Huánuco.

4.5.2. H_0 HIPÓTESIS GENERAL NULA

Si, la calidad del servicio al cliente no es satisfactorio; entonces no se reducirá el riesgo crediticio de las pequeñas y microempresas en el Banco Continental – Agencia Huánuco.

Frecuencias Observadas

RIESGO DE INCUMPLIMIENTO/ EFICIENCIA	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	DESACUERDO	TOTALMENTE DESACUERDO	
MUY BAJO	32	16	9	2		59
BAJO	12	11	7	3		33
MEDIO	11	8	1	2		22
ALTO	8	2	1	2		13
MUY ALTO	1	1	1	1	1	5
P marg.	64	38	19	10	1	132

Tabla de contingencia para las probabilidades

RIESGO DE INCUMPLIMIENTO/ EFICIENCIA	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	DESACUERDO	TOTALMENTE DESACUERDO	P marg
MUY BAJO	0.2424	0.1212	0.0682	0.0152	0.0000	0.4470
BAJO	0.0909	0.0833	0.0530	0.0227	0.0000	0.2500
MEDIO	0.0833	0.0606	0.0076	0.0152	0.0000	0.1667
ALTO	0.0606	0.0152	0.0076	0.0152	0.0000	0.0985
MUY ALTO	0.0076	0.0076	0.0076	0.0076	0.0076	0.0379
P marg	0.4848	0.2879	0.1439	0.0758	0.0000	1.0000

Frecuencias Esperadas

RIESGO DE INCUMPLIMIENTO/ EFICIENCIA	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO NI DESACUERDO	DESACUERDO	TOTALMENTE DESACUERDO	P marg
MUY BAJO	28.61	16.98	8.49	4.47	0.45	59.00
BAJO	16.00	9.50	4.75	2.50	0.25	33.00
MEDIO	10.67	6.33	3.17	1.67	0.17	22.00
ALTO	6.30	3.74	1.87	0.98	0.10	13.00
MUY ALTO	2.42	1.44	0.72	0.38	0.04	5.00
	64.00	38.00	19.00	10.00	1.00	132.00

Estadístico de prueba:

Valor Crítico

Distribución Chi cuadrado con gl

$(5-1)*(5-1)gl=$

Nivel se significancia	Valores Críticos según nivel de significancia
0.05	26.296

Valor empírico

						Suma Fila
0.40	0.06	0.03	1.36	0.45		2.30
1.00	0.24	1.07	0.10	0.25		2.65
0.01	0.44	1.48	0.07	0.17		2.16
0.46	0.81	0.41	1.05	0.10		2.82
0.84	0.13	0.11	1.02	24.44		26.54
Valor empírico						36.47

Decisiones Posibles según distintos niveles de significancia:

Nivel se significancia	Valores Críticos según nivel de significancia	Valor empírico	Decisiones
0.05	26.296	36.474	Rechazo H0

CELDA	f0	fe	f0-fe	(fo-fe) ²	(fo-fe) ² /fe
f11	32	28.61	3.39	11.52	0.40
f12	16	16.98	-0.98	0.97	0.06
f13	9	8.49	0.51	0.26	0.03
f14	2	4.47	-2.47	6.10	1.36
f15	0	0.45	-0.45	0.20	0.45
f16	12	16.00	-4.00	16.00	1.00
f17	11	9.50	1.50	2.25	0.24
f18	7	4.75	2.25	5.06	1.07
f19	3	2.50	0.50	0.25	0.10
f20	0	0.25	-0.25	0.06	0.25
f21	11	10.67	0.33	0.11	0.01
f22	8	6.33	1.67	2.78	0.44
f23	1	3.17	-2.17	4.69	1.48
f24	2	1.67	0.33	0.11	0.07
f25	0	0.17	-0.17	0.03	0.17
f26	8	6.30	1.70	2.88	0.46
f27	2	3.74	-1.74	3.04	0.81
f28	1	1.87	-0.87	0.76	0.41
f29	2	0.98	1.02	1.03	1.05
f30	0	0.10	-0.10	0.01	0.10
f31	1	2.42	-1.42	2.03	0.84
f32	1	1.44	-0.44	0.19	0.13
f33	1	0.72	0.28	0.08	0.11
f34	1	0.38	0.62	0.39	1.02
f35	1	0.04	0.96	0.93	24.44
TOTAL					36.47

En general, como el valor empírico es mayor que el valor crítico (36.47 mayor que 26.296), se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto se acepta la hipótesis alterna, en que la calidad de atención al cliente se relaciona con el riesgo de crédito.

CONCLUSIONES

1. La eficiencia de atención al cliente influye en el riesgo de incumplimiento, debido a que la mayoría de los clientes están de acuerdo con la información, comunicación, trato y calidez del promotor (48%, 46% y 49%, según los cuadros 1, 2 y 3 respectivamente). Asegura la garantía que en su mayoría son buenos o excelentes (62%) y se toma cuidado del grupo de riesgo que en su mayoría están en los grupos G-1, G-2 o G-3 (38%).
2. La transparencia de atención al cliente influye en el riesgo de exposición, debido a que la mayoría de los clientes están de acuerdo con la capacidad, destrezas y habilidades del promotor (48%, 49% y 46%), según los cuadros 4, 5 y 6 respectivamente). Asegura el conocimiento de la liquidez de los clientes que poseen más de 1.6, representado por el 61% en que por cada S/1.00 de deuda a corto plazo dispone más de S/. 1.60 de activos corrientes. (Ver cuadro N° 12)
3. La eficacia de atención al cliente influye en el riesgo de recuperación, debido a que la mayoría de los clientes están de acuerdo con el desempeño y confiabilidad del promotor (54% y 55%), según los cuadros 7 y 8 respectivamente). Asegura el recupero de los créditos como demuestra el comportamiento de los clientes que en su mayoría son normales o poseen problemas potenciales que representan el 64% y que en la ejecución de garantías, nunca o casi nunca han sido afectados representados por el 64%. (Ver cuadros N° 13 y 14).

4. La calidad de servicio al cliente influye en el riesgo de crédito, debido a que la mayoría de los clientes están de acuerdo con la calidad del servicio del promotor representado por el 77% (Ver cuadro N° 09). Hace que el riesgo del crédito sea baja representado por el 70% de los clientes (ver cuadro N° 15).

SUGERENCIAS

- 1.** El grupo de trabajo de la investigación, sugiere tomar en consideración los aspectos que hemos citado en la recomendación N° 1 lo referente a la atención al cliente que debe ser suficientemente eficaz.
- 2.** El grupo de trabajo de la investigación, sugiere que exista transparencia en la atención a los clientes con respecto a las informaciones que le alcanza al cliente por de los promotores.
- 3.** El grupo de trabajo de la investigación, sugiere la aplicación de la atención con eficiencia y eficacia al cliente por ser razón de la existencia de la institución financiera.
- 4.** El grupo de trabajo de la investigación, sugiere que el banco mantenga siempre una alta calidad de servicio personalizado a sus clientes para tener una buena imagen en su entorno.

BIBLIOGRAFIA

- 1) Atkinson, P. "Motivación" (1999). Primera Edición. Edit. Trillas, México, Beas Aranda José Luis (2006) Eficiencia Vs Eficacia. Bogotá. Editorial Norma.
- 2) DE LARA ALFONSO, MEDICIÓN Y CONTROL DE RIESGOS FINANCIEROS(2005) PP19
- 3) Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista, 2006
- 4) Investigación Aplicada
- 5) JOSÉ MIGUEL BULNES, ANÁLISIS DE RIESGO DE CRÉDITO EDITION,2
- 6) Koontz, Harold & O'Donnell, Cyril (2003) Curso de Administración Moderna-Un Análisis de Sistemas y Contingencias de las Funciones Administrativas. México. Litográfica Ingramex SA.
- 7) López García Socorro (2003) Recepción y atención al cliente. Valencia-España. Universidad de Valencia
- 8) MANUAL DE RIESGO DE CRÉDITOS – PERÚ2005
- 9) METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA". (LIMA-1999) PÁG. 81
- 10) Peter Drucker (1997) Estrategia Competitiva: Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia. México. Compañía Editorial Continental, SA. De CV.
- 11) Porter Michael (1996) Ventaja Competitiva: Creación y Sostenimiento de un Desempeño Superior. México. Compañía Editorial Continental, SA. De CV.

- 12) POSSO SÁNCHEZ-PEREIRA, Katherine (2010). “Análisis, Formulación y Elaboración del Modelo de Atención al Cliente del Departamento de Gestión de Infraestructura CODENSA S.A.”
- 13) QUIROGA (2002), UNIVERSIDAD DE ANÁHUAC, EXPLICO QUE “SE ANALIZAN LAS DIFERENTES ACEPCIONES DE LOS TÉRMINOS GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN, GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y GESTIÓN DE LA CALIDAD, ASÍ COMO SU RELACIÓN CON LA ACTIVIDAD DE LAS INSTITUCIONES DE INFORMACIÓN.
- 14) Resolución SBS N° 13278-2009 Pág.
- 15) Robbins, Stephen. “Comportamiento Organizacional” (1999) Edit. Pretince Hall. Octava Edición, México.
- 16) SBS RESOLUCIÓN N° 11356 Modificatorias al Reglamento para la evaluación y Clasificación de Créditos. Pág. 23.
- 17) Sherman, Arthur, “Acciones o Comportamientos” (1994). Octava Edición. Edit. Iberoamericana. México.
- 18) Thompson, T. L. Peart, R. M.; Foster, G. H. Mathematical simulation of corn drying – A new model. Transaction of the ASAE, v.11, n.4, p.582-586, 1968.
- 19) VAN BON, Jan (2002). “La Guía para el Uso de la Gestión de Servicio”. Editorial London. Gran Bretaña. Pág. 7 – 24.
- 20) ZEITHAML, A. V., PARASURAMAN, A., Y BERRY, L. L. (1992). “Nuevo Instituto Latinoamericano de Calidad en los servicios”.

ANEXOS

ANEXO N° 01
CUESTIONARIO

La presente encuesta tiene por objeto recopilar datos para un estudio de la calidad del servicio de atención al cliente por parte de los promotores a las pequeñas y microempresas en los créditos concedidos por el Banco Continental – Agencia Huánuco, durante el primer semestre del año 2017. POR TANTO: se le agradece responder con seriedad y objetividad que le caracteriza, marcando con una X a una de las alternativas que presenta las siguientes preguntas:

N°	ITEMS	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni de desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
1	¿La información brindada por el promotor es clara y exacta?					
2	¿La comunicación brindada por el promotor durante el contrato es clara y exacta?					
3	¿El trato y calidez del promotor satisface sus expectativas?					
4	¿La capacidad del promotor aborda todas las metas?					
5	¿La destreza del promotor en la atención es rápida?					
6	¿La habilidad del promotor soluciona los problemas?					
7	¿El desempeño del promotor es deficiente?					
8	¿La confiabilidad del promotor es segura?					
9	¿En general la calidad del servicio del promotor es satisfactoria?					

ANEXO N° 02

COHERENCIA ENTRE INDICADORES Y PREGUNTAS

N°	INDICADORES	PREGUNTAS
1	Información	¿La información brindada por el promotor es clara y exacta?
2	Comunicación	¿La comunicación brindada por el promotor durante el contrato es clara y exacta?
3	Trato y Calidez	¿El trato y calidez del promotor satisface sus expectativas?
4	Capacidad	¿La capacidad del promotor aborda todas las metas?
5	Destrezas	¿La destreza del promotor en la atención es rápida?
6	Habilidades	¿La habilidad del promotor soluciona los problemas?
7	Desempeño	¿El desempeño del promotor son deficientes?
8	Confiabilidad	¿La confiabilidad del promotor es segura?
9	Calidad de Servicio	¿En general la calidad del servicio del promotor es satisfactoria?

ANEXO N° 03**COHERENCIA ENTRE INDICADORES Y ANÁLISIS DOCUMENTAL**

N°	INDICADORES	DOCUMENTO
1	Riesgo según (SBS)	Reporte (SBS)
2	Liquidez	Estado Situación Financiero
3	Garantía	Pagare, Solicitud de Préstamo
4	Recuperación	Reporte de notificaciones
5	Ejecución de garantía	Relación de Vencidos y Cartas Notariales.
6	Riesgo del crédito	Créditos aprobados

ANEXO N° 04
GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTARIA

GARANTÍA

¿Cuál es el nivel de garantía que demuestra el cliente?

Excelente	
Bueno	
Regular	
Malo	
Muy Malo	

LIQUIDEZ

¿Cuál es el nivel de liquidez que demuestra al cliente?

0.0 – 0.5	Muy Malo	
0.6 – 1.0	Malo	
1.1 – 1.5	Regular	
1.6 – 2.0	Bueno	
2.1 – mas	Excelente	

EJECUCIÓN DE GARANTÍA

¿El cliente fue sometido a los sgtes ejecuciones de garantía?

Nunca	
Casi Nunca	
A veces	
Siempre	
Casi Siempre	

RIESGOS SEGÚN (SBS)

¿En qué grupo de riesgos se encuentra el cliente?

G1	Excelente	
G2 - G3	Bueno	
G4 - G5	Regular	
G6 - G7	Malo	
G8	Muy Malo	

RECUPERO

¿Cuál es el comportamiento del cliente?

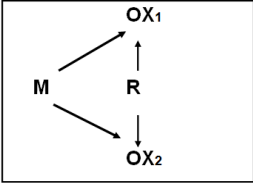
Normal	
Con problemas potenciales Normal	
Deficiente	
Dudoso	
Pérdida	

RIESGO DE CRÉDITO

¿Clasificación general de riesgo al cliente?

Muy Alto	
Alto	
Regular	
Bajo	
Muy Bajo	

ANEXO Nº 05
MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA GENERAL Y ESPECÍFICOS	OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS GENERAL Y ESPECÍFICOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOJO DE DATOS	METODOLOGÍA
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL					
¿En qué medida influye la calidad del servicio de atención al cliente en el riesgo crediticio de las pequeñas y microempresas (Pymes) del Banco Continental-Agencia Huánuco durante el periodo 2017?	Determinar la influencia de la calidad del servicio de atención al cliente en el riesgo crediticio de las pequeñas y microempresas del Banco Continental – durante el ejercicio 2017	Si, la calidad del servicio al cliente es satisfactorio; entonces se reducirá el riesgo crediticio de las pequeñas y microempresas en el Banco Continental – Agencia Huánuco.	<u>Variable Independiente:</u> Calidad del Servicio al Cliente. <u>Variable dependiente:</u> Riesgo Crediticio			<u>Técnica.-</u> Encuesta <u>Instrumento.-</u> Cuestionario	TIPO DE INVESTIGACIÓN: APLICADA NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN: DESCRIPTIVO MÉTODOS: DEDUCTIVO. ANÁLISIS MUESTRAS: ENCUESTAS 132 ENTRE EJECUTIVOS Y USUARIOS
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICOS					
¿En qué medida influye la eficiencia de atención al cliente en el riesgo de incumplimiento?	Determinar la influencia de la eficiencia de atención al cliente en el riesgo de incumplimiento.	Si, la eficiencia de atención al cliente es cuidadosa; entonces reducirá el riesgo de incumplimiento.	Calidad	Eficiencia	- Información - Comunicación - Trato y Calidez	Cuestionario	DISEÑO: CORRELACIONAL NO EXPERIMENTAL. GRAFICO DE LA MUESTRA
			Riesgo	Riesgo de Incumplimiento	- Garantía - Riesgo SBS - Riesgo de Crédito	Análisis Documental	
¿En qué medida la transparencia del servicio de atención al cliente influye en el riesgo de exposición?	Determinar la influencia de la transparencia del servicio de atención al cliente en el riesgo de exposición.	Si, la transparencia de atención al cliente es completa; entonces reducirá el riesgo de exposición.	Calidad	Transparencia	- Capacidad - Destrezas - Habilidades	Cuestionario	
			Riesgo	Riesgo de Exposición	- Liquidez	Análisis Documental	
¿En qué medida influye la eficacia de atención al cliente en el riesgo de recuperación?	Determinar la influencia de la eficacia de atención al cliente en el riesgo de recuperación.	Si, la eficacia de atención al cliente es efectiva; entonces se reducirá el riesgo de Recuperación.	Calidad	Eficacia	- Desempeño - Confiabilidad	Cuestionario	
			Riesgo	Riesgo de Recuperación	- Recuperaciones - ejecución de Garantía	Análisis Documental	

NOTA BIOGRÁFICA

APELLIDOS : ARGÜEZO LOZANO

NOMBRE : EDUARDO

LUGAR DE NACIMIENTO : HUÁNUCO

FECHA DE NACIMIENTO : 13/10/1956

DNI N° : 22413841

FORMACIÓN ACADÉMICA

NIVEL SECUNDARIA:

- ❖ COLEGIO NACIONAL GRAN UNIDAD ESCOLAR “LEONCIO PRADO” HUÁNUCO

NIVEL UNIVERSITARIO:

- ❖ UNIVERSIDAD NACIONAL “HERMILIO VALDIZAN” – FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS – HUÁNUCO

FORMACIÓN PROFESIONAL:

- ❖ BACHILLER EN CIENCIAS CONTABLES POR LA UNIVERSIDAD NACIONAL “HERMILIO VALDIZAN” DE HUÁNUCO

EXPERIENCIA LABORAL:

- ❖ BANCO CONTINENTAL DEL PERÚ, periodo del 01 diciembre 1979 al 18 de febrero 2017.

NOTA BIOGRÁFICA

APELLIDOS : PINZAS Y RAMÍREZ

NOMBRE : EDGARDO ULISES

LUGAR DE NACIMIENTO : HUÁNUCO

FECHA DE NACIMIENTO : 11/06/1957

DNI N° : 22413936

FORMACIÓN ACADÉMICA

NIVEL SECUNDARIA:

- ❖ COLEGIO NACIONAL GRAN UNIDAD ESCOLAR “LEONCIO PRADO” HUÁNUCO

NIVEL UNIVERSITARIO:

- ❖ UNIVERSIDAD NACIONAL “HERMILIO VALDIZAN” – FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES – HUÁNUCO

FORMACIÓN PROFESIONAL:

- ❖ BACHILLER EN CIENCIAS DE LA CONTABILIDAD POR LA UNIVERSIDAD NACIONAL “HERMILIO VALDIZAN” DE HUÁNUCO

EXPERIENCIA LABORAL:

- ❖ BANCO CONTINENTAL DEL PERÚ, periodo del 11 de Enero de 1979 al 30 de enero del 2010.

NOTA BIOGRÁFICA

APELLIDOS : MENDOZA SUAREZ

NOMBRE : EMERSON ERNESTO

LUGAR DE NACIMIENTO : HUÁNUCO

FECHA DE NACIMIENTO : 15/09/1983

DNI N° : 44017107

FORMACIÓN ACADÉMICA

NIVEL SECUNDARIA:

- ❖ COLEGIO NACIONAL MIXTO ILLATHUPA

NIVEL UNIVERSITARIO:

- ❖ UNIVERSIDAD NACIONAL “HERMILIO VALDIZAN” – FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS – HUÁNUCO

FORMACIÓN PROFESIONAL:

- ❖ BACHILLER EN CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERA POR LA UNIVERSIDAD NACIONAL “HERMILIO VALDIZAN” DE HUÁNUCO

EXPERIENCIA LABORAL:

- ❖ PROMOTOR DE CRÉDITOS EN LA CAJA DE AHORROS MUNICIPAL AREQUIPA, desde el 01 de octubre de 2009 al 31 de diciembre de 2010.
- ❖ ASISTENTE ADMINISTRATIVO EN LA SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE REGISTROS PÚBLICOS DE HUANCAYO, desde 01 de febrero del 2011 hasta el 31 de octubre del 2015.