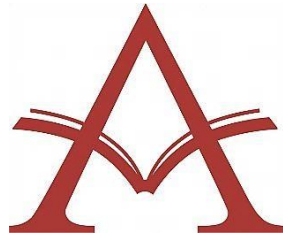


UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS



ESCUELA DE POSGRADO

TESIS

**Análisis en el Otorgamiento de los Créditos Comerciales en
la Empresa Industrial Litografía Manix S.A.C., 2015-2016**

**PARA OPTAR EL GRADO DE MAESTRO EN
ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR:

Bach. Alan Johnny Gonzales Vásquez

ASESOR:

Dr. Manuel Salvador Cama Sotelo

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD

LIMA, PERÚ

2017

Resumen

Con el fin de desarrollar el presente tema de investigación fue necesario definir un objetivo, describir que nivel en la evaluación del otorgamiento en los créditos comerciales tiene la empresa litografía Manix S.A.C. 2016, Lima, de igual manera se han descrito 4 objetivos denominados específicos por lo cual se alcanzaron el objetivo descrito como General.

Se usó una metodología adecuada con el fin de elaborar la investigación desarrollada mediante el enfoque que es cuantitativo además de tipo descriptivo. Además, una muestra para la elaboración de esta investigación fue que estuvo estructurado de unos 54 profesionales que trabajan en los departamentos o áreas vinculadas con la gestión crediticia de la entidad.

El instrumento utilizado fue el cuestionario y la técnica para el recojo de la información fue la encuesta. Con la fiabilidad de la Herramienta es que se midió a través de Alfa Crombach, lo cual arrojó una fiabilidad aceptable del 0.825. Los resultados fueron graficados en tablas que son de frecuencia así como con barras, del cual se obtuvo viendo la tabla 03, además de la figura que es la 1, el 31.48% por los profesionales que perciben sobre el otorgamiento en los créditos comerciales que esta nos presenta muy buen nivel, además el 51.85% percibe que el nivel es medio o regular, finalmente el 16.67% considera el nivel es malo o deficiente.

Palabras clave: información, otorgamiento, crédito, riesgo crediticio, análisis

Abstract

In order to develop the present research topic, it was necessary to define an objective, to describe that level in the evaluation of the granting in the commercial credits has the company Lithography Manix S.A.C. 2016, Lima, 4 specific objectives have been described so that the objective described as General was achieved.

An adequate methodology was used in order to elaborate the research developed through the approach that is quantitative in addition to descriptive type. Also a sample for the elaboration of this investigation was that it was structured of about 54 professionals who work in the departments or areas related to the credit management of the entity.

The instrument used was the questionnaire and the technique for collecting the information was the survey. With the reliability of the Tool is that it was measured through Alfa Crombach, which yielded an acceptable reliability of 0.825. The results were plotted on tables that are frequency as well as bars, which was obtained by looking at table 3, in addition to the figure that is 1, 31.48% by professionals who perceive the granting of commercial credits It shows very good level, in addition 51.85% perceive that the level is average or regular, finally the 16.67% considers the level is bad or deficient.

Keywords: information, grant, credit, credit risk, analysis

Tabla de Contenidos

Carátula	
Resumen.....	.ii
Abstract.....	.iii
Tabla de Contenidos.....	.iv
Introducción	1
1.1 Antecedentes.....	3
1.2 Fundamentación científica, técnica o humanística	6
1.3 Justificación	10
<i>Justificación práctica</i>	10
<i>Justificación Metodológica</i>	11
<i>Justificación teórica</i>	11
1.4 Problema.	12
1.5 Hipótesis.....	13
1.6 Objetivo.....	13
II. Marco metodológico	15
2.1. Variables	15
2.2 Operacionalización de la variable.....	16
2.3 Metodología	17
2.4 Tipo de estudio	17
2.5 Diseño.....	17
2.6. Población, muestra y muestreo.....	18
<i>Muestra y muestreo</i>	18
2.7. Cuáles fueron las Técnicas y/o Herramientas que usamos para de recolección de información y datos.	19
2.8. Métodos usados de análisis de los datos	21
2.9. Aspectos éticos	21
III. Resultados	22
IV. Discusión	27
Conclusiones	
Recomendaciones	
Referencias	
Anexos	

I. Introducción

Encontrar el origen del concepto “ventas a plazos”, obliga echar una mirada histórica en los inicios de las transacciones comerciales de los pueblos, a nivel mundial. Las diversas civilizaciones, compartieron un modo eficaz para satisfacer las necesidades y considerando los remanentes productivos: el trueque. Esta modalidad subsiste con éxito en muchos pueblos, cumpliendo el propósito de los comerciantes, productores y consumidores. El tema de la paridad de cambio no era ni es un problema para establecer la confiabilidad y consistencia de este mecanismo, ya que en muchas ocasiones, un objeto o artículo de valor superior era cambiada por otro de menor costo. Entonces, la solución era muy simple, ya que se cultivaron principios tan importantes como la solidaridad, la confianza y la buena fe: al día siguiente de la transacción se entregaba el complemento o diferencia. El trueque se fundó sobre fuertes cimientos principistas y su vigencia sorprende al mundo moderno, cuyo afán consumista, no permite la comprensión de aquel trueque que hizo posible el desarrollo de los pueblos desde épocas remotas.

La historia de las ventas a plazos o de las ventas al crédito- ambas tienen la misma connotación en la práctica-, se puede fijar como uno de sus puntos de partida, tomando en cuenta la Casa Dufayel de París, cuyo modelo comercial es adoptado por EE. UU., a través de la empresa Cowperthwait & Sons para luego pasar a Singer, poderoso fabricante de máquinas de coser. Y así, otras empresas se vieron entusiasmadas al implementar este sistema, como son los casos de las grandes empresas editoriales, automovilísticas, etc.

Las ventas a plazos tienen la capacidad de influir en el desarrollo económico, en consecuencia pueden producir niveles de inflación, dependiendo de los plazos y del crecimiento económico.

A diferencia del trueque, como fórmula comercial, las ventas a crédito no necesariamente parten de un principio de justicia y el principio de la confianza está condicionada a las garantías o aval que el consumidor o cliente tenga a favor.

La evolución de las ventas al crédito o como ahora se llama “crédito comercial” ha marchado bajo el mismo ritmo del crecimiento de las economías. En las grandes economías, hace mucho tiempo era relativamente sencillo comprar objetos o maquinarias y hasta viviendas al crédito. En las economías emergentes esto es muy difícil, salvo para cierto sector de la población con

alta solvencia económica, es decir para el estrato socioeconómico A y en menor grado para el sector B. Para la economía peruana, las ventas a crédito se ven frenadas por el alto nivel de informalidad, condición en la que aún subsiste mucho más de la mitad de las pequeñas y microempresas.

Este laborioso tema de investigación se ha considerado por ocho (8) partes o capítulos, conteniendo además anexos, esto siguiendo los procedimientos que es dada por nuestra universidad.

Comencemos invocando el capítulo I: Se refiere a la introducción, más los antecedentes, seguido de la fundamentación científica, más técnica y humanística; donde también está la justificación, problemas y cuáles son los objetivos a investigar.

Seguimos con el capítulo II: Aquí tocamos el marco metodológico, desarrollamos la variable, metodología, clases de estudio, diseño. También vemos la población más la muestra, técnicas y instrumentos para la recolección de información, y finalmente los métodos para analizar datos y los aspectos que son éticos.

Continuando con el capítulo III: Nos muestra los resultados de nuestra investigación, aquí se procesó la estadística descriptiva, con el diseño que no es experimental.

Ahora veamos el capítulo IV: Es la discusión del trabajo que investigamos, se ha cruzado los resultados de la investigación con los hechos encontrados en otras investigaciones hechas tomadas en cuenta en nuestros antecedentes.

Llegamos al capítulo V: En este capítulo Presento las conclusiones del tema de estudio, acá se ha realizado el trabajo en el campo; se procesó mediante un programa de estadística dando al final las valiosas conclusiones.

Ya casi por terminar presento el capítulo VI y además el VII: Estoy proponiendo las recomendaciones, así mismo referencias de bibliografía del trabajo que he investigado.

Y para terminar mi presentación de este trabajo les pongo a su disposición el capítulo que es el VIII, en el cual detallo anexos que he elaborado para mi trabajo investigado.

1.1 Antecedentes.

Estos antecedentes que existen por haber sido investigados , se refieren a todos los estudios que hay sobre este tema o problema que estoy invocando en este trabajo , en otras palabras son investigaciones hechas con anterioridad que servirán para conocer las dificultades similares por las que pasan o pasaron otras empresas , son : publicaciones , tesis , todo material relacionado a este tema investigado . Según Arias publicado en el 2012.

Chain (2014) en su trabajo de investigación *“estudio en el otorgamiento de los créditos que son hipotecarios en el sistema de cooperativas con la banca en Chile”*. Con ese trabajo de investigación trato de mostrar con un análisis que se pueden comparar todas las diferencias que hay en el sector de cooperativas y la banca que es tradicional en Chile. Lo que se quiso conseguir con este estudio es definir todo un escenario que sea equitativo para comparar las instituciones involucradas en caracterizar un perfil de un posible cliente, realizando estudios distintos con una metodología que sea de preparación y además de evaluación que nos permita hacer una comparación de las diferentes instituciones que otorgan créditos .

Lo destacable del presente estudio, consiste en el análisis del otorgamiento de créditos hipotecarios, en el que participa el sistema cooperativo, muy venido a menos en la realidad peruana, que hasta los años 90 gozaba de gran fortaleza y coadyuvó en el crecimiento de las Pymes. Luego de aquella década, sólo poquísimas cooperativas que en muy poco influyen en el desarrollo económico.

Ventura .en el 2011 con su tema de investigación “*Influencia del crédito que se da en el consumo y en la inversión que es privada dada en el Perú: En los Período del 2000 al - 2010*”, Trujillo. En este trabajo se determinó los objetivos que son específicos para describir cómo han evolucionado las variables que son crediticias, colocaciones divididas por tipo de los créditos, por sectores , destino y además morosidad; se analizó el desenvolvimiento en la economía del país por medio del consumo y iniciativa de la inversión privada y medir los efectos del crédito que se da en el Consumo por los períodos del 2000 - 2010. Esto se consiguió con los métodos: Analítico y sintético, deductivo e inductivo y además estadístico, sirvieron para llegar a descomponer las variables y entender como es la evolución en los créditos en el sistema Bancario.. Con el método que es deductivo, sirvió para llegar a interpretar sobre el dinamismo que es económico y como ha permitido a que las empresas que son financieras lleguen a ingresar con un gran empuje a diversos sectores, a través de sus muchas colocaciones y alcancen resultados positivos en sus inversiones. Gracias al método que lo conocemos como inductivo, hizo general el conjunto de los comportamientos que se dan en forma anual de las diversas variables que se hallan involucradas por la investigación. Finalmente contamos con el método que es estadístico nos permite realizar la interpretación en el comportamiento para las diversas variables. Se concluye que los Créditos directos del sistema financiero llegaron a un alto nivel por los últimos once (11) años con la tasa promedio que es anual del 11%, donde al 2010, los créditos comerciales representaron el 56% del total colocado por todo el sistema que es financiero, seguido por los demás créditos que son de consumo (20%), hipotecario (12%), y a la microempresa (12%). Además la tasa que es de morosidad, que está en el sistema que es financiero ha sido muy aceptable, ya que en el año 2000 con una tasa que registro 9.80%, por el 2010 llego a 2.30%, estos fueron indicios de buen manejo para el otorgamiento en los créditos de parte de todas las empresas financieras dirigidas a la economía.

Lo destacable del presente estudio consiste en el impacto social que puede ocasionar el crédito en el consumo de las familias y empresas. Un episodio nacional que corresponde mencionar es el periodo de “bonanza económica” que gozó el primer régimen de Alan García, durante el periodo 1985- 1987. El volumen del crédito creció de manera dramática, tanto como el consumo de las familias y de las propias empresas. Lamentablemente, este crecimiento económico condujo a una inflación que superó los cuatro dígitos y ello impulsó a una debacle nacional, cuya recuperación tardó muchos años, pero quedó la semilla de la corrupción en todos los ámbitos del quehacer económico, político y social.

Castañeda y Tamayo publicada en el 2013, en el trabajo de investigación titulada “*Morosidad y su efecto dada en el cumplimiento a los objetivos que son estratégicos en la agencia de Real Plaza que es de la Caja Municipal de Trujillo del 2010 al 2012*”, Perú. Con esta investigación se tiene por objetivo detallar el efecto que hay por la morosidad efectuada en el cumplimiento que son los objetivos definidos como estratégicos en la Agencia Real Plaza de la Caja Municipal de la ciudad de Trujillo del 2010 al 2012. Se realizó este trabajo de investigación aplicando todo un diseño para contrastar el tipo no experimental transeccional y además descriptivo, usando métodos de Análisis así como de Síntesis,

La importancia de este estudio gravita sobre el análisis de uno de los factores más peligrosos para el desarrollo de los créditos de consumo y comerciales: la morosidad. Cuando los niveles de morosidad son pequeños o los usuales en una economía estable, hay diversas formas de contrarrestarlos y generalmente la solución se encuentra en su propia naturaleza y dinámica. Pero cuando los niveles son elevados, se esperan diversos fenómenos que pueden distorsionar cualquier economía estable.

Publicada en el 2014 por Uceda y Villacorta con la elaboración de la tesis “*políticas de las ventas en el crédito y con su incidencia en la morosidad encontrada en los clientes en la empresa Import Export Yomar en Lima periodo del 2013*”. Su fin principal, fue determinar si la aplicación de las políticas de ventas que son al crédito tiene efecto en la alta morosidad de los clientes, además evaluar las causas de los altos índices de la morosidad. Con el fin de realizar esta investigación, tuvo que obtenerse información por medio de un análisis sobre el manejo en los requisitos de las políticas en ventas efectuadas al crédito, con el fin de evaluar y definir por qué en la morosidad de los clientes que son de la empresa. Con los resultados, se llegó a la conclusión que el no cumplir con los requisitos que son establecidos por las de crédito dadas por la empresa; nuevos clientes, clientes con sus créditos ya establecidos, clientes con una sanción y de recuperación, afectan la morosidad de los clientes, ello demuestra falta de responsabilidad del responsable del área de ventas. Por eso, se propone mejorar la evaluación y análisis de los créditos que se dan a los clientes, y que estos estén de acuerdo con las políticas que ha establecido la empresa.

Lo destacable desarrollada por esta tesis, consiste en el análisis sobre las políticas comerciales y su impacto en los niveles de morosidad. Ciertos cambios en el otorgamiento del crédito comercial, por muy pequeños que puedan parecer, podrían desarrollar un efecto multiplicador a favor o en contra, en torno al cumplimiento de los plazos establecidos.

1.2 Fundamentación científica, técnica o humanística.

Variable: Otorgamiento de los créditos comerciales

Definición del término crédito

Es una forma aceptable para obtener efectivo, se da mediante usar la promesa de agenciarse de dinero en la fecha o un plazo que es determinado. La que concede el crédito tiene la

seguridad plena que cobrará al vencimiento estipulado, dependiendo si lo acordó una vez que efectuó un análisis muy específico. (Por Ellerger, 2002)

Cuando se analiza un crédito su objetivo es tomar una adecuada decisión para determinar si a una empresa hay que darle lo que ha solicitado mediante el crédito. Una gran dificultad de los ejecutivos que manejan el crédito es la falta de criterio y capacidad para un buen análisis del futuro beneficiario del crédito. (Ellerger, 2002)

El mercado crediticio

El mercado de los créditos es determinado mediante el comportamiento crediticio de las entidades que participan. Hay mucha competencia por la solicitud de créditos y esto está dado por : a.- Obstáculos para nuevos y más competidores, b.- Productos de sustitución , c.- capacidad para negociar por parte de prestatarios y además depositantes; y, d.- Una enconada rivalidad dada por competidores. (BCRP, 2002)

El comercio crediticio

Se define como otorgamiento del crédito que lo da un proveedor por diversos productos y servicios, a quien es un cliente, dándole plazo para pagar más adelante, vale decir, al futuro. Se acuerda una fecha de pago por el cual el cliente respetara de lo contrario caerá sobre el alguna acción legal ya que no respeto el acuerdo conforme el trato aprobado. (Ellerger, 2002)

El crédito y su Importancia

Desempeña un papel fundamental dentro de nuestra economía, constituye un instrumento eficaz en la reactivación económica, mediante el crédito la economía se convierte en un pilar del desarrollo nacional. (Ellerger, 2002)

Solamente con un esquema de crédito muy eficaz va a ser posible que la economía se recupere, entre otras, por la necesidad de trabajo y además de desarrollo para el país. Hay que crear las bases de un sólido sistema en el mercado financiero esto hará crecer los diversos y múltiples sectores que existen en nuestra economía. (Cantú, 2004)

Implantación de eficaces Políticas crediticias.

Estas representan lo normativo en una entidad y posee relación más que directa que comienza en la identificación del sujeto de crédito y finalmente el otorgamiento del mismo y su posterior proceso de cobro. (Boscán, del 2005)

Si la empresa cuenta con una buena política de créditos estas sirven de pauta para realizar una adecuada gestión de créditos, tiene como objetivo hacer crecer las ventas y tener una mínima posibilidad de pérdida.

Dimensiones del Otorgamiento de los créditos comerciales

Para organizar y contar con una excelente pauta para otorgar créditos comerciales, hay que tener en cuenta algunos elementos muy importantes como son las Dimensiones que a continuación detallamos:

- ✓ Dimensión con respecto a la Información
- ✓ Dimensión con respecto al Riesgo crediticio
- ✓ Dimensión con respecto a la Limitación de los créditos
- ✓ Dimensión con respecto a la Organización de los créditos y también las cobranzas

Dimensión: Información.- El encargado de evaluar los créditos, debe estar en capacidad para hacer un estudio , análisis , evaluación de un potencial cliente , sobre su capacidad moral

, sus manejos financieros , mientras más sólida sea la información que obtenga de los futuros clientes más sólida será su criterio para otorgar una línea de crédito .

Para el encargado del área de créditos al hacer un análisis de cada cliente, este debe verlo como un futuro problema, mejor si es individual por lo tanto debe estar capacidad de poder evaluar analizar las condiciones del solicitante.

Dimensión: Riesgos crediticio.- Al analizar los hechos que se dan en la realidad nos damos cuenta que en algunos casos carece de perfección La falta de buenos conocimientos del crédito hace que existan ciertos riesgos.

Cuando hay desconocimiento de lo que es la realidad el riesgo es una contingencia ya que es provocada por la falta del conocer y esta se cuantifica según los resultados. (Romero, publicado 2007)

Siempre existirá en el crédito el factor del riesgo ya que esto es parte inherente del mismo y no solo comienza al dar el crédito también estará presente durante el largo proceso de la cobrar este crédito, Por eso si la empresa decide otorgar créditos deberá introducir a su gestión la capacidad para evaluar correctamente a un posible cliente como llegar finalmente a la cobranza total del crédito.

Dimensión: Limitación del crédito.- Hay que señalar cual será el límite que tendrá el crédito. Esto se lograra al momento de hacer un buen análisis de la información que tengamos a la mano del futuro cliente. (Romero, 2007)

Nos referimos al límite que tendrá los créditos otorgados que es al importe que le entregaremos al cliente y la cual será su deuda total y que este deberá pagarlo honrando su palabra y compromiso adquirido con nuestra empresa. (Romero, 2007)

Dimensión: Organización de los créditos y cobranzas.- No puede funcionar una efectiva área de crédito y también cobranzas si la empresa no ha adecuado dentro de sus políticas normas, procedimientos, formas de cobranza, hay que implementar procedimientos y que estos sean apoyados por todos los funcionarios que están involucrados en el proceso de los créditos. El responsable de análisis y además evaluación de los clientes que solicitan los créditos tendrá que ser un profesional muy entendido en la materia y capacitado para tomar las decisiones correctas, esto se lograra si la empresa mantiene actualizadas sus procesos o manuales de como de la forma como se deben procesar los créditos.

Algunas de las funciones más importantes que tiene el área de créditos:

- a) *Poner a disposición los Créditos:* Poner los créditos al alcance de los futuros clientes considerando los procedimientos de la empresa
- b) *Un riguroso análisis de la información Financiera del solicitante:* Debe tenerse esta información para hacer más creíble los datos del cliente, con esto se tendrá un mejor panorama antes de otorgar el crédito.
- c) *Políticas efectivas y solidas de cobranza:* Deben haber formas adecuadas de efectuar una cobranza, cuando se ponga difícil cobrar a ciertos clientes considerados morosos.

1.3 Justificación

Justificación práctica

El potencial impacto práctico se relaciona con ofrecer información que contribuya a resolver problemas cotidianos o de fondo en un campo determinado. Por lo general, la justificación

práctica está vinculada con la propuesta de medidas o estrategias de solución, lo cual es muy común en las ciencias económicas y administrativas (Bernal, 2010).

El presente estudio tiene como propósito analizar el otorgamiento de los créditos puestos a disposición por la empresa Litografía Manix . hacia sus clientes. En consecuencia, existe una conexión con alguna propuesta futura de mejorar las ventas a partir de los resultados obtenidos. Además podrá servir para formular algunas estrategias relacionadas a la captación de nuevos clientes o para la solución de algunas trabas administrativas, relacionadas al otorgamiento del crédito.

Justificación Metodológica

Podemos decir que esta se logra si el estudio al final da por resultado un método nuevo con esto se lograra nuevas estrategias que conllevara a lograr conocimientos muy válidos como también confiables. (por Bernal, 2010, pag. 107).

El presente estudio tiene justificación metodológica, ya que a través del instrumento empleado (cuestionario), se generó un conocimiento válido y confiable, respecto a la percepción de los colaboradores de la empresa, a través de los indicadores, sobre cada una de las dimensiones de la variable estudiada.

Justificación teórica

Bernal (2010) considera que una investigación cuyo propósito es la reflexión o el debate académico, cuenta con una justificación teórica, ya que su objetivo puede ser el análisis epistemológico del conocimiento existente sobre un tema, confrontar alguna teoría, proponer nuevos paradigmas o resolver un modelo.

La presente investigación tiene como propósito el análisis de una variable, dentro de un escenario laboral y comercial, en el entendido de la existencia de una dinámica cambiante, en razón de diferentes factores internos y externos. Las formas existentes en el otorgamiento del

crédito comercial por parte de la empresa, unidas a la cultura organizacional han coadyuvado en la creación de un modelo de gestión en la empresa, susceptible de ser superado o mejorado. En consecuencia, se confirma la justificación teórica del estudio.

1.4 Problema.

Esta laboriosa investigación se hizo dentro de la empresa Industrial Litografía Manix S.A.C., habiéndose identificado ciertos problemas relacionados a las ventas al crédito o créditos comerciales, variable importante en el movimiento comercial de la empresa, que mereció el análisis correspondiente.

El problema señalado, es de suma importancia puesto que afecta a la empresa, la cual requiere de la atención debida. Considerando las dimensiones de la variable en estudio y para establecer el problema del estudio, se formularon las siguientes preguntas:

Problema general

¿Cuál es el nivel de análisis en el otorgamiento de los créditos comerciales en la empresa Industrial Litografía Manix S.A.C.?

Problemas específicos

Problema específico 01:

¿Con que nivel para hacer el análisis para el otorgamiento de créditos comerciales cuenta la empresa, para evaluar la información del futuro cliente?

Problema específico 02:

¿Con que nivel para hacer el análisis para el otorgamiento de créditos comerciales cuenta la empresa, para evaluar el riesgo crediticio?

Problema específico 03:

¿Con que nivel para hacer el análisis para el otorgamiento de créditos comerciales cuenta la empresa, para evaluar la limitación del crédito?

Problema específico 04:

¿Con que nivel para hacer el análisis para el otorgamiento de créditos comerciales cuenta la empresa, para evaluar la Organización de los créditos y también las cobranzas?

1.5 Hipótesis

No aplican las hipótesis, debido a que el estudio es descriptivo y se enfoca en una sola variable.

Dankhe (1986) Nos habla que cuando es descriptivo un estudio no hay hipótesis ya que debido a la existencia de una única variable es difícil poder determinar el valor de misma.

1.6 Objetivo

Objetivo General

Describir el nivel de análisis en el otorgamiento de los créditos comerciales en la empresa Industrial Litografía Manix S.A.C.

Estos son Objetivos Específicos

Objetivo específico 01:

Cuál es el nivel de análisis para el otorgamiento de aquellos créditos comerciales en la información en la empresa Industrial Litografía Manix S.A.C.

Objetivo específico 02:

Describir el nivel de análisis cuando se otorgue aquellos créditos comerciales por riesgo crediticio en la empresa Industrial Litografía Manix S.A.C.

Objetivo específico 03:

Describir el nivel de análisis en el otorgamiento de los créditos comerciales en la limitación del crédito en la empresa Industrial Litografía Manix S.A.C.

Objetivo específico 04:

Describir el nivel de análisis en el otorgamiento de los créditos comerciales en la Organización de los créditos y las cobranzas de la empresa Industrial Litografía Manix S.A.C.

II. Marco metodológico

2.1. Variables

Definiciones conceptuales

Variable: Otorgamiento que se da por créditos comerciales

Esto es el análisis que hemos de hacer, para finalmente tomar una decisión y ver si el solicitante califica para darle el crédito que solicita. A veces las personas encargadas de evaluar se encuentran con dificultades ya que hay factores a favor y en contra, y esto complica tomar una decisión correcta y por ende llegar a una correcta conclusión. (Ellerger, 2002)

Un crédito que es considerado comercial es el que se ofrece a un consumidor que es nuestro cliente dándole plazo para cancelar su crédito en un futuro pactado.

Se acuerda un plazo y tiene que respetarse para evitar llegar a los tribunales y llevar a cabo acciones legales por no pagar en los plazos acordados. (Ellerger, 2002)

Definición operacional

La variable: Otorgamiento de los créditos comerciales fue evaluada a través de sus componentes o dimensiones: información, riesgo que es crediticio, también a las limitaciones dadas por el crédito y la organización de los créditos y también de las cobranzas. Estas dimensiones fueron medidas a través del instrumento cuestionario, haciendo uso de una escala de Likert y valorando tres niveles de respuesta: bueno, regular y malo.

2.2 Operacionalización de la variable

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES DEL ESTUDIO	ITEMS	ESCALA MEDICIÓN
Otorgamiento de los créditos comerciales	Esto es el análisis que hemos de hacer, para finalmente tomar una decisión y ver si el solicitante califica para darle el crédito que solicita. A veces las personas encargadas de evaluar se encuentran con dificultades ya que hay factores a favor y en contra, y esto complica tomar una decisión correcta y por ende llegar a una correcta conclusión. (Ellerger, 2002)	La variable: Otorgamiento de los créditos comerciales fue evaluada a través de sus componentes o dimensiones: información, riesgo que es crediticio, también a las limitaciones dadas por el crédito y la organización de los créditos y también de las cobranzas. Estas dimensiones fueron medidas a través del instrumento cuestionario, haciendo uso de una escala de Likert y valorando tres niveles de respuesta: bueno, regular y malo.	Información	Investigación	1,2,3,4,5	Escala de Likert
				Análisis		
				Evaluación		
				Toma de decisiones		
			Riesgo crediticio	Conocimientos imperfectos	6,7,8,9,10	
				Posibles resultados		
				Confiabilidad		
			Limitación del crédito	Monto	11,12,13,14,15	
				Deuda		
				Tiempo		
				Obligación		
			Organización del crédito y la cobranza	Sistema operativo	16,17,18,19,20	
				Procedimientos		
				Estructura		
				Responsabilidades		

Elaboración propia

2.3 Metodología

Arbaiza (2016) refiere que existen diferentes clasificaciones con respecto a los alcances y tipos de investigación. Dependerá en gran medida del problema elegido, el propósito principal del estudio y los intereses y habilidades del investigador o equipo de tesis.

Hernández et al. (2010) consideran que un estudio puede tener un alcance exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo. Sin embargo puede incluir elementos de más de uno de ellos. En consecuencia, cabe la posibilidad que esta investigación comience en forma exploratoria, luego pase a convertirse en descriptiva para , conforme se incluyan más mediciones y se obtengan más datos, se vuelva correlacional y, finalmente causal. Sin embargo, las tesis suelen enfocarse en uno o en máximo dos tipos de investigación, debido a la complejidad de realizar más mediciones y de incluirlas en el análisis correspondiente. (pág. 68)

2.4 Tipo de estudio

La elaboriosa investigación es del tipo descriptivo, porque describe situaciones y eventos, relacionados al otorgamiento de créditos en la empresa Litografía Manix S.A.C.

“Cuando es un estudio que es descriptivo lo que se buscan es especificar sobre las propiedades de las personas, así como grupos, comunidades y además otros diversos fenómenos. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

2.5 Diseño

Por su carácter consideramos que es un diseño que no es experimental ni transversal. No consideramos experimental porque así esta manifestado por (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010) En tanto no existe manipulación a propósito de las variables. O sea es un estudio por donde las variables no se varían en forma deliberada.

También es Transversal ya que recopila muchos datos dentro un momento que se da. (pp. 149-151)

Presentamos su esquema siguiente: M.....O

M que significa la muestra de quienes se les hizo el estudio y a si mismo O es la información más importante o de más interés que recopilamos de la invocada muestra.

2.6. Población, muestra y muestreo

Población

Dicho por Hernández et al (2010) Cuando hablamos de La población quiere decir el conjunto dado por todos los casos que coinciden con una serie de detalles (p.174).

Hemos considerado que esta población fue conformada por 54 profesionales que trabajan en los departamentos o áreas vinculados con la gestión crediticia de la empresa.

Muestra y muestreo

(Behar, al 2008) mencionó:

“Por muestra entendemos que es el subgrupo de una población. También un subconjunto de los elementos que están dentro de un conjunto definido en lo que necesitan al que llamaremos población. Para definir la población se debe extraer las muestras que representan el universo. Hay que definir en el plan y, además justificar, los universos que se estudian, de qué tamaño será la muestra, que método utilizaremos igualmente el proceso que será de selección de las unidades que analizaremos. No es tan fácil medir la población de la que obtendremos o vamos a seleccionar y,

esperamos que el subgrupo que hemos escogido sea el reflejo perfecto de nuestra muestra.

Para el presente estudio, toda nuestra muestra a sido de carácter censal, es decir fue conformada por la totalidad de nuestra población (54 profesionales), ya que debió ser la mínima cantidad para efectuar nuestro estudio.

2.7. Cuáles fueron las Técnicas y/o Herramientas que usamos para de recolección de información y datos.

Técnica

Para decidir la técnica que usaremos para medir la variable hemos utilizado la encuesta, ya que como lo describió (Hernández, Fernández, & Baptista, del 2010), la encuesta es una buena técnica que está basada en formular preguntas, para un número grande de personas, se utilizan cuestionarios, que al hacer preguntas, donde se efectúan en forma privada , por teléfono, o su correo, nos permiten indagar sobre las características, sus opiniones, sus costumbres, hábitos, sus gustos, conocimientos, sus modos y su calidad de vida, mas su situación que es ocupacional, además de lo cultural, etcétera, todo esto dentro de una comunidad que ya está determinada. (p. 165)

Herramientas de recolección de datos

Una Herramienta de medición es el medio en que basa un investigador para consignar información de las variables que piensa utilizar (Hernández, Fernández, & Baptista, del 2010).

Para el presente estudio la Herramienta el cual se aplico estuvo conformada por el cuestionario, con preguntas cerradas y escala de Likert.

Ficha del instrumento de recolección de datos:**Autor :** Alan Johnny Gonzales Vásquez**Objetivo:** Describir el análisis en el otorgamiento de los créditos comerciales en la Empresa Industrial Litografía Manix S.A.C.,**Por el nivel de Administración :** fue Individual**Por el Tiempo :** Por 20 minutos**Por el nivel de Estructura :** considerado 20 ítems**Por el nivel de medición :** Escala de Likert

Fue usado un cuestionario de preguntas , con la escala de Likert tuvo no más de 20 ítems, su finalidad fue la de recopilar información clara y precisa con respecto al otorgamiento de los créditos comerciales en la empresa industrial Litografía Manix S.A.C.

Confiabilidad del instrumento

Para tener confianza en la Herramienta a usar se practicó la prueba Alfa de Crombach.

Con el Nivel de confianza

Con el nivel de fiabilidad	
Alfa de Crombach	Cantidad de componentes
0,825	20

Por Fuente: Fue de Elaboración propia

Al hacer la prueba de confiabilidad de nuestra Herramienta hecha con la técnica alfa de Crombach el resultado fue de 0,825 esto significa una aceptable nivel de confianza , permite su aplicación en la obtención de la información , así como permite deducir que el cuestionario nos presenta un buen nivel de confianza como nos muestra en la tabla arriba elaborada.

2.8. Métodos usados de análisis de los datos

Después de haber obtenido las respuestas de nuestra prueba, procedimos a hacer el vaciado de la información en Excel, obtuvimos las sumatoria de las dimensiones y además de nuestra variable. Para luego utilizar el software SPSS , necesario para la reconversión de nuestra la variable a los niveles – rangos y obtener los informes respectivos.

Con el fin de mostrar nuestros resultados que henos obtenidos, se han trabajado las tablas de frecuencias, más porcentajes y los gráficos de barras, estos elementos ayudan a observar el detalle de los resultados encontrados.

2.9. Aspectos éticos

Este presente trabajo de investigación se elaboró y se cumplió con todos los criterios que se establece para hacer el diseño de investigación a nivel cuantitativo dada por esta casa superior de estudios, respetando las formas que debemos seguir durante el proceso de elaboración y/o investigación.

Respetando la autoría de los textos consultados para la presente investigación.

III. Resultados

3.1 Detalle de los resultados que son descriptivos

3.1.1 Conclusiones descriptivas de la variable análisis del otorgamiento dada por los créditos comerciales

Producto de la Tabla 3

Entrega de los datos por la variable análisis del otorgamiento por los créditos comerciales

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	17	31.48
Regular	28	51.85
Malo	9	16.67
Total	54	100.00

Según Fuente: Por elaboración propia

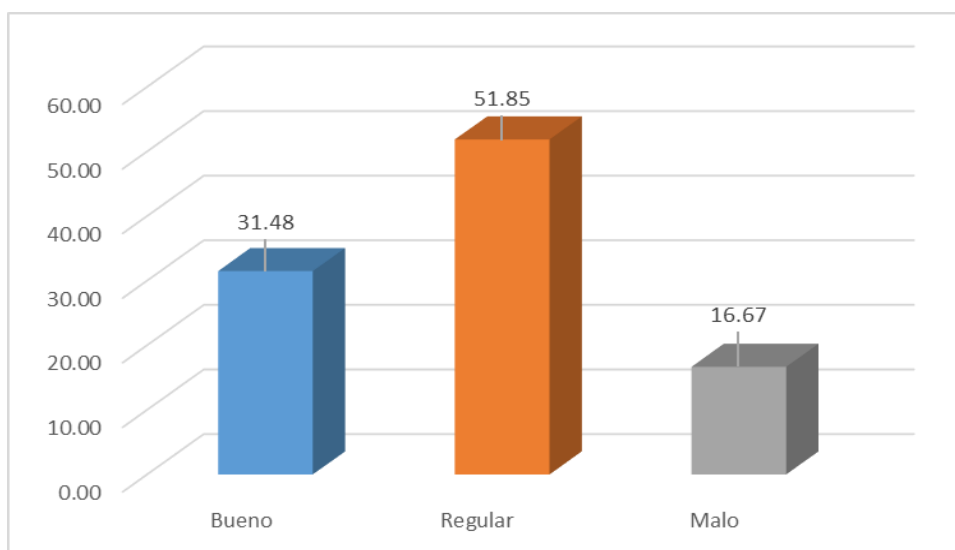


Imagen 1: Se muestra los Niveles que indican la variable análisis del otorgamiento dada por los créditos comerciales

Explicación:

Después de haber obtenido los resultados por las encuestas hechos a los profesionales se halló que el 31.48% perciben que el otorgamiento de los créditos comerciales presenta un nivel por decirlo así bueno, el 51.85% está en el nivel medio o regular y finalmente el 16.67% si es un nivel malo o deficiente.

Producto de la Tabla 4

Repartición de los datos dada por la dimensión información

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	20	37.04
Regular	27	50.00
Malo	7	12.96
Total	54	100.00

Según fuente: Por Elaboración propia

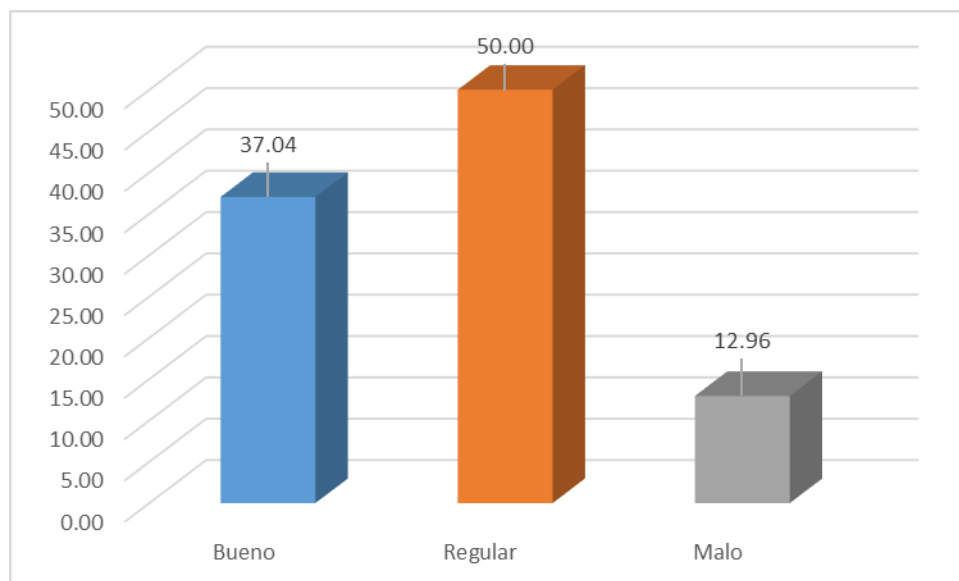


Imagen 2: Se muestra los niveles por la dimensión de información

Explicación:

Después de haber obtenido los resultados por las encuestas hechos a los profesionales se halló que el 37.14% perciben que la información en el otorgamiento de los créditos comerciales presenta un nivel por decirlo así bueno, el 50.00 % , está en el nivel medio o regular y finalmente el 12.96% si es un nivel malo o deficiente .

Producto de la Tabla 5

Repartición de los datos dada por la dimensión riesgo crediticio.

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	19	35.19

Regular	24	44.44
Malo	11	20.37
Total	54	100.00

Según fuente: Por elaboración propia

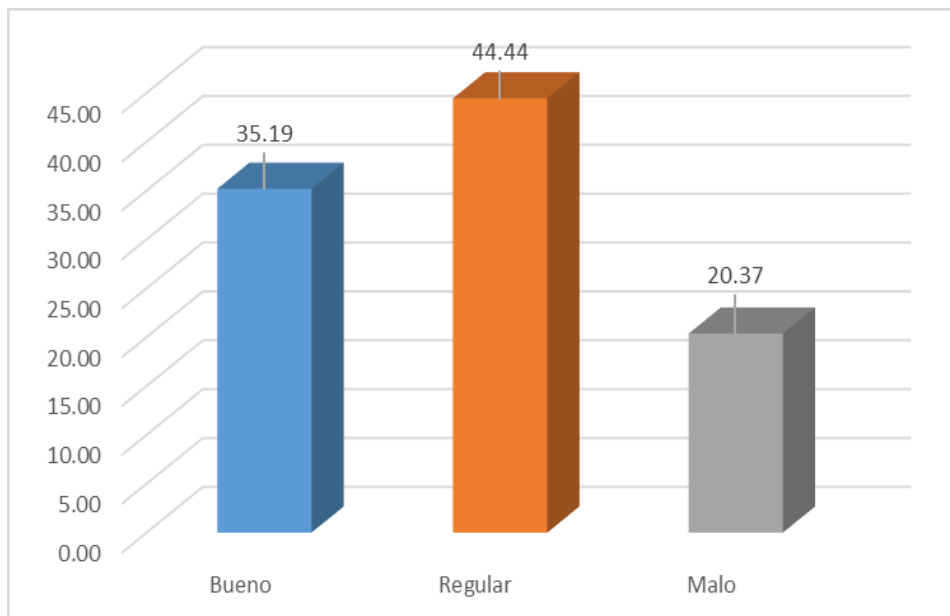


Imagen 3: Se muestra los niveles por la dimensión de riesgo crediticio.

Explicación:

Después de haber obtenido los resultados por las encuestas hechos a los profesionales se halló que el 35.19% perciben que el riesgo crediticio en el otorgamiento de los créditos comerciales presenta un nivel por decirlo así bueno, el 44.44% , está en el nivel medio o regular y finalmente el 20.37% si es un nivel malo o deficiente .

Producto de la Tabla 6

Repartición de los datos dada por la dimensión Limitación del crédito.

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	19	35.19
Regular	28	51.85
Malo	7	12.96
Total	54	100.00

Según fuente : por elaboración propia

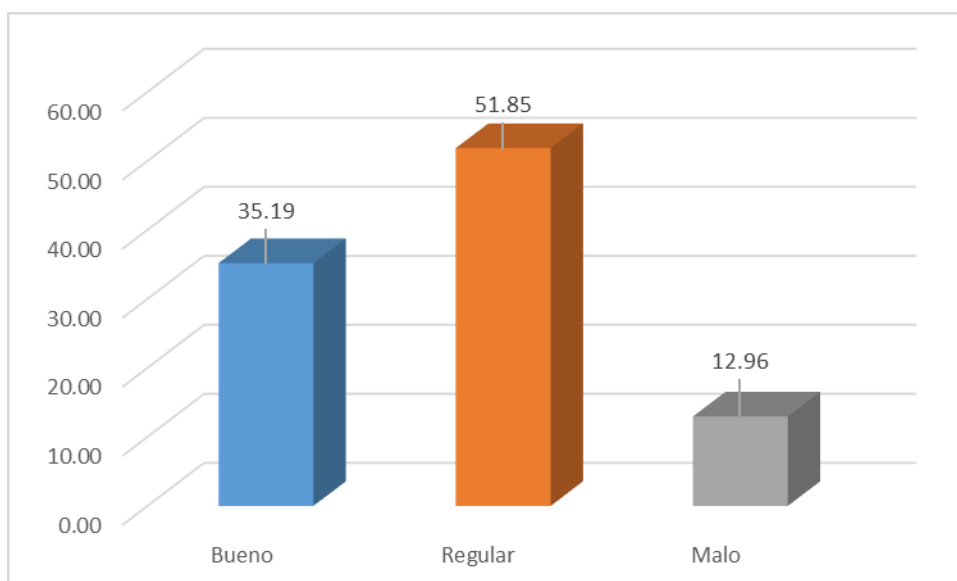


Imagen 4: Se muestra los niveles por la dimensión Limitación del crédito.

Explicación:

Después de haber obtenido los resultados por las encuestas hechos a los profesionales se halló que el 35.19% perciben que la limitación del crédito en el otorgamiento de los créditos comerciales presenta un nivel por decirlo así bueno, el 51.85% , está en el nivel medio o regular y finalmente el 12.96% si es un nivel malo o deficiente .

Producto de la Tabla 6

Repartición de los datos dada por la dimensión Organización del crédito y la cobranza.

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	12	22.22
Regular	31	57.41
Malo	11	20.37
Total	54	100.00

Según Fuente: Por elaboración propia

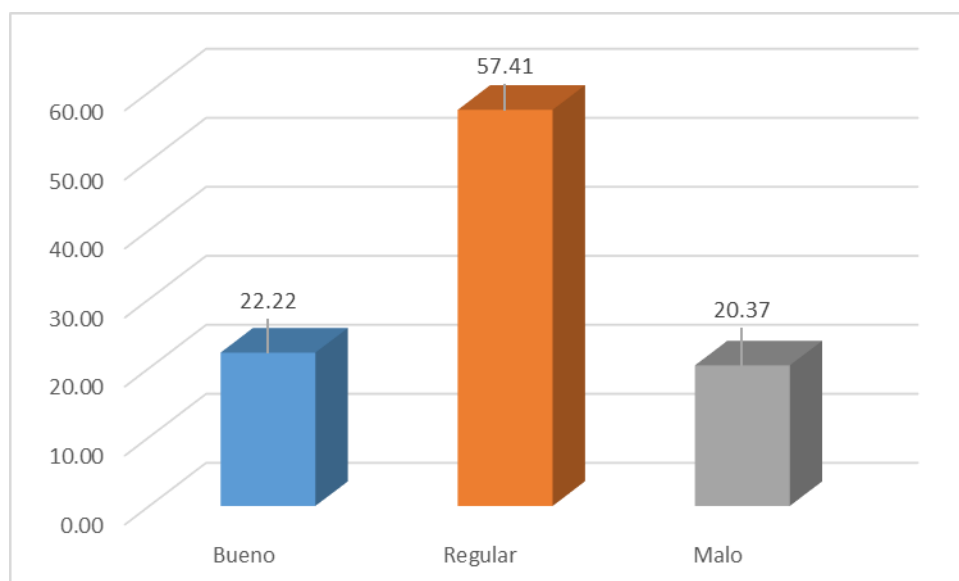


Imagen 5: Se muestra los niveles por la dimensión Organización del crédito y la cobranza

Explicación:

Después de haber obtenido los resultados por las encuestas hechos a los profesionales se halló que el 22.22% perciben que la *Organización del crédito y la cobranza* en el otorgamiento de los créditos comerciales presenta un nivel por decirlo así bueno, el 57.41% , está en el nivel medio o regular y finalmente el 20.37% si es un nivel malo o deficiente .

IV. Discusión

4.1 Controversia de los Resultados Obtenidos

Según nos muestra por el resultado que se han producido el 31.48% de los profesionales perciben que el otorgamiento de los créditos comerciales presenta un nivel por decirlo así bueno, un 51.85% nivel medio o regular y un 16.67% nivel malo o deficiente . Es decir, ligeramente más de la mitad de profesionales encuestados manifestaron su percepción sobre la condición regular en cuanto al nivel del otorgamiento de los créditos comerciales. Ventura (2011) acerca del “Influencia del crédito en la inversión netamente privada así como en el consumo que se da en el Perú: de los Períodos del 2000 al 2010”, donde concluye que créditos directos del sistema financiero tuvieron un crecimiento durante los 11 años últimos con una tasa anual promedio del 11%, donde al 2010, los créditos comerciales representaron el 56% del total colocado por el sistema , seguido por los créditos que son de consumo (20%), hipotecario (12%), y a la microempresa (12%). tasa morosa, registrada por el sistema financiero fue aceptable, para el año 2000 la tasa registraba 9.80% y en el 2010 fue 2.30%, estos dieron indicios del buen manejo por otorgamiento de los créditos de parte de las entidades financieras que giraron hacia la economía.

Al respecto, no se puede afirmar aproximación ni alejamiento en cuanto a cifras, respecto a los resultados del presente estudio con la de Ventura (2011). Sin embargo, se puede generar la discusión, partiendo de los resultados. Por un lado existe una percepción ligeramente mayoritaria, que coloca en una condición de regular, respecto al otorgamiento de los créditos comerciales.

Esta tesis está conectada con la dimensión Información en el otorgamiento del crédito. Considerando los resultados del presente estudio, se tiene que más del 80% de los profesionales de la empresa Litografía Manix, perciben como regular o bueno, el nivel de la

información en el otorgamiento del crédito con la que se trabaja en la mencionada empresa. Tomando en cuenta que la empresa objeto de análisis por Uceda y Villacorta (2014), es una empresa comercializadora y la empresa Litografía Manix, es una de servicios de imprenta; se mantienen firmes los resultados que demuestran la gran importancia que consiste en mantener una información actualizada, veraz y transparente del cliente, previo al otorgamiento del crédito comercial.

En cuanto a la Dimensión riesgo crediticio, el presente estudio arrojó resultados preocupantes: los trabajadores Litografía Manix perciben que existe un riesgo crediticio en uno de cada 5 clientes. Es un porcentaje que exige la preocupación por mejorar los parámetros y pautas en el otorgamiento de los créditos comerciales.

El estudio realizado en la empresa Litografía Manix, arrojó resultados que expresan un indicador moderado respecto a Dimensión limitaciones del crédito, que corresponde a un 13%. El 87% de los profesionales encuestados, percibieron entre bueno y regular el nivel de esta dimensión en dicha empresa. Como señal para profundizar aún más en el tema, están las condiciones cualitativas del cliente, las cuales siempre deben ser motivo de análisis previo al otorgamiento del crédito.

Finalmente, en cuanto a la dimensión: Organización del crédito y la cobranza, los resultados dados por la empresa Litografía Manix, en cuanto a esta dimensión, expresaron que en un nivel equivalente a la quinta parte, la organización del crédito y la cobranza es deficiente. Muy a pesar que se trata de que el estudio de Chain tuvo como escenario el sistema cooperativo en Chile, de todas formas, conlleva a reflexionar sobre la gran importancia que constituye fortalecer esta dimensión, considerando la tecnología de punta y los nuevos conceptos en torno al tema.

Conclusiones

Según los resultados obtenidos se obtuvo que el 31.48% de los profesionales perciben que el otorgamiento de los créditos comerciales presenta niveles adecuados o buenos, 51.85% niveles medios o regulares y 16.67% niveles deficientes o malos. En consecuencia, el profesional de Litografía Manix, percibe que menos de la quinta parte de los créditos otorgados están en condición deficiente.

Primera: Según los resultados obtenidos el 37.04% de los profesionales perciben que la información en el otorgamiento de los créditos comerciales presenta niveles adecuados o buenos ,50.00% niveles medios o regulares, 12.96% niveles deficientes o malos. En consecuencia, el profesional de Litografía Manix, percibe que casi la séptima parte de los créditos otorgados están en condición deficiente, respecto a la información.

Segunda: Según los resultados obtenidos el 35.19% de los profesionales perciben que el riesgo crediticio en el otorgamiento de los créditos comerciales presenta niveles adecuados o buenos, un 44.44% niveles medios o regulares ,20.37% niveles malos o deficientes. En consecuencia, el profesional de Litografía Manix, percibe que casi la quinta parte de los créditos otorgados están en condición deficiente, respecto al riesgo crediticio.

Tercera: Según los resultados obtenidos el 35.19% de los profesionales perciben que la limitación del crédito en el otorgamiento de los créditos comerciales presenta niveles buenos o adecuados, 51.85% niveles regulares o medios y 12.96% niveles deficientes o malos. En consecuencia, el profesional de Litografía Manix, percibe que casi la séptima parte de los créditos otorgados están en condición deficiente, respecto a la limitación del crédito.

Cuarta: Según los resultados obtenidos el 22.22% de los profesionales perciben que lo que debe ser de organización de los créditos y/o cobranzas por el otorgamiento en los plazos comerciales presenta niveles buenos, 57.41% niveles regulares y 20.37% niveles malos. Por consecuencia, el profesional de Litografía Manix, percibe que casi la quinta parte de los créditos otorgados están en condición deficiente, respecto a la organización del crédito y la cobranza.

Recomendaciones

Primera: Se recomienda al responsable de la oficina de personal de la empresa Litografía Manix S.A.C. ordenar las realizaciones de capacitaciones constantes a los trabajadores del área de gestión crediticia para así brindar una adecuada información y cumplimiento de las metas de la organización.

Segunda: Se recomienda al área de riesgo de la empresa Litografía, mayor minuciosidad en los estudios de evaluación de riesgos y reportar oportunamente sobre las incidencias o cambios que puedan modificar el escenario crediticio.

Tercera: Se recomienda al área de créditos, mayor trabajo en equipo con las demás áreas, a fin de mejorar los niveles respecto a las limitaciones en el crédito a otorgar. Para ello, será posible considerar otras variables que corresponden al entorno del cliente, así como las condiciones de los garantes o avales.

Cuarta: Se recomienda al área de personal coadyuvar en el tema de selección de personal, buscando mejores perfiles en la contratación de nuevos colaboradores, que respondan a las competencias que exige la organización del crédito y la cobranza.

Referencias

- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación*. Caracas: Editorial Episteme, Orial ediciones 3era edición.
- Behar, D. (2008). *Metodología de la Investigación*. Páginas 51-78.
- Boscán, M (2005). *Fuentes de financiamiento utilizadas por las pequeñas y medianas industrias (PYMI) productoras de derivados lácteos en el estado Zulia*. Venezuela
- Cantú, G. (2004). *Contabilidad financiera*. 4ta ed.). México: McGraw Hill
- Castañeda, E. y Tamayo, J. (2013) *La morosidad y su impacto en el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la agencia Real Plaza de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Trujillo 2010-2012*, Perú.
- Chain (2014) en su trabajo de investigación “*estudio en el otorgamiento de los créditos que son hipotecarios en el sistema de cooperativas con la banca en Chile*”.
- Ellerger, R. (2002). *Crédito y cobranza*. Colombia: Limusa.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. (6ª Ed.) McGraw Hill.
- Rodríguez, R. (2010) *Sistema de evaluación del riesgo en el otorgamiento de créditos agropecuarios dentro del Sistema Bancario Venezolano*. Venezuela.
- Romero, J. (2007) *Fuentes de financiamiento utilizadas por las empresas productoras de derivados lácteos del estado Zulia*. Revista de Ciencias Sociales (RCS). Vol. XIII
- Uceda, L. y Villacorta, F. (2014) *Las políticas de ventas al crédito y su influencia en la morosidad de los clientes de la empresa Import Export Yomar E.I.R.L. en la ciudad de Lima periodo 2013*.
- Ventura .H (2011) “*Influencia del crédito que se da en el consumo y en la inversión que es privada dada en el Perú: En los Período del 2000 al - 2010*”, Trujillo.

Paúl A. Rebolledo, (2010), *Estructura del mercado de créditos y tasas de interés: Una aproximación al segmento de las microfinanzas*, Banco Central de Reserva del Perú

Francisco Ribaya, (2010), *costo de fuentes de financiación a corto plazo*, Universidad

Alfonso X El Sabio, Madrid, España

Anexos

Anexo 1. Matriz de Consistencia: Análisis en el otorgamiento de los créditos comerciales en la empresa Litografía Manix S.A.C.

PROBLEMA ENCONTRADO	OBJETIVOS DEFINIDOS	UNICA VARIABLE	04 DIMENSIONES	TODOS LOS INDICADORES	METODOLOGIA EXPUESTA
<p>Problema General ¿ Es adecuado el nivel analítico en el otorgamiento de los créditos comerciales en la Empresa Litografía Manix S.A.C. 2015-2016?</p> <p>Específicos Problema específico 1: ¿Cuál es el nivel de análisis en el otorgamiento de los créditos comerciales en la dimensión información en la Empresa Litografía Manix S.A.C. 2015-2016?</p> <p>Problema específico 2: ¿Cuál es el nivel de análisis en el otorgamiento de los créditos comerciales en la dimensión riesgo crediticio en la Empresa Litografía Manix S.A.C. 2015-2016?</p> <p>Problema específico 3: ¿Cuál es el nivel de análisis en el otorgamiento de los créditos comerciales en la dimensión limitación del crédito en la Empresa Litografía Manix S.A.C. 2015-2016?</p> <p>Problema específico 4: ¿Cuál es el nivel de análisis en el otorgamiento de los créditos comerciales en la dimensión organización del crédito de la Empresa Litografía Manix S.A.C. 2015-2016?</p>	<p>General Describir el nivel analítico del otorgamiento de los créditos comerciales en la Empresa Litografía Manix S.A.C. 2015-2016.</p> <p>Específicos Objetivo específico 1: Describir el nivel de análisis en el otorgamiento de los créditos comerciales en la dimensión información en la Empresa Litografía Manix S.A.C. 2015-2016.</p> <p>Objetivo específico 2: Describir el nivel de análisis en el otorgamiento de los créditos comerciales en la dimensión riesgo crediticio en la Empresa Litografía Manix S.A.C. 2015-2016.</p> <p>Objetivo específico 3: Describir el nivel de análisis en el otorgamiento de los créditos comerciales en la dimensión limitación del crédito en la Empresa Litografía Manix S.A.C. 2015-2016.</p> <p>Objetivo específico 4: Describir el nivel de análisis en el otorgamiento de los créditos comerciales en la dimensión organización del crédito y la cobranza en la Empresa Litografía Manix S.A.C. 2015-2016.</p>	<p>Análisis del otorgamiento de los créditos comerciales</p>	<p>Información</p> <p>Riesgo crediticio</p> <p>Limitación del crédito</p> <p>Organización del crédito y la cobranza</p>	<p>Investigación Análisis Evaluación Toma de decisiones</p> <p>Conocimientos imperfectos Posible resultados Confiabledad</p> <p>Monto Deuda Tiempo Obligación</p> <p>Sistema operativo Procedimientos Estructura Responsabilidades</p>	<p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Tipo : Básico</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Diseño: No experimental, transversal</p> <p>Población: La población estuvo conformada por 54 profesionales que trabajan en los departamentos o áreas vinculados con la gestión crediticia de la empresa.</p> <p>Muestra: se usó el cien por ciento de la población por ser una cantidad mínima</p> <p>Técnica: Encuesta.</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

Anexo 2. Instrumento

ENCUESTA SOBRE ANÁLISIS EN EL OTORGAMIENTO DE LOS CRÉDITOS COMERCIALES EN LA EMPRESA LITOGRAFÍA MANIX S.A.C. -2016

PREGUNTAS		Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
DIMENSIÓN 1: INFORMACIÓN						
1	Se realiza investigaciones permanentes de los clientes para el otorgamiento crediticio					
2	Existen evaluaciones por las informaciones brindadas por el cliente para otorgarle los créditos comerciales.					
3	Los colaborados están capacitados en temas legales y gestión crediticia.					
4	Considera usted que el solicitante debe estar dentro del mercado al cual pertenece la empresa.					
5	La evaluación previa por más que sea simple y rápida debe ser obligatoria para evaluar cualquier solicitud de crédito.					
DIMENSIÓN 2: RIESGO CREDITICIO						
6	Considera usted que el crédito así sea fácil, bueno y parezca garantizado tiene cierto.					
7	Considera usted: la decisión crediticia debe ser sobre la base a los antecedentes históricos o presentes.					
8	Considera usted importante que la empresa deba conocer que se hace con el crédito otorgado, porque esto puede ayudar para verificar si está de acuerdo con el motivo que se otorgó.					
9	Cree usted que resulta necesario tomar en cuenta en la evaluación del crédito diversas opciones a darse con el objetivo de anticiparse a las futuras dificultades..					
10	Considera usted que los créditos largo plazo tienen más riesgo ya que se hace difícil poder determinar lo que pasará con un préstamo con plazo muy largo.					
DIMENSIÓN 3: LIMITACIÓN DE CRÉDITO						
11	Considera usted que para poner límites al riesgo se debe considerar la cantidad de crédito justo para un solicitante.					
12	Considera usted que un crédito limitado es una referencia para determinar el límite para otorgar crédito.					
13	Considera usted que es primordial lo del plazo estipulado por el dicho del credit management: "si es a mayor plazo es mayor el riesgo y un menor plazo será menor el riesgo"					
14	Considera usted que toda forma de pago establecido incide					

	para el riesgo a la transacción del crédito.					
15	Cuando el encargado de créditos ha acordado establecer un crédito a un futuro cliente para usted es conveniente fijar cual será los límites de crédito que dicho cliente necesita para poder realizar sus operaciones comerciales en todo el año y así satisfacer sus deseos crediticios.					
	DIMENSIÓN 4: ORGANIZACIÓN DEL CRÉDITO Y LA COBRANZA					
16	Considera usted que una vez que se acortan los plazos de pago esta es una buena medida y que de ese modo se evita en gran medida tomar cualquier de no pago.					
17	Considera usted que mucho mejor sería que la cobranza sea en cuenta de banco.					
18	El departamento o área crediticia se encarga de evaluar la facturación, cobranza o la insuficiencia del crédito.					
19	Considera usted que el gerente de crédito y cobranza es aquel que produce, prepara, procesa y analiza la información relativa a su departamento, dirigiendo a su personal y controlando el desempeño de los logros y metas de la empresa.					
20	La empresa cuenta con sistema computarizado para la búsqueda de información, organización y cobranzas					

Base de datos

ENCUESTADOS	ITEM 01	ITEM 02	ITEM 03	ITEM 04	ITEM 05	ITEM 06	ITEM 07	ITEM 08	ITEM 09	ITEM 10	ITEM 11	ITEM 12	ITEM 13	ITEM 14	ITEM 15	ITEM 16	ITEM 17	ITEM 18	ITEM 19	ITEM 20
1	3	3	3	3	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3
2	3	3	3	3	3	3	1	3	3	1	3	3	3	2	3	3	2	1	3	1
3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2
4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2
5	3	3	3	3	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3
6	3	3	3	3	3	3	1	3	3	1	3	3	3	2	3	3	2	1	3	1
7	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2
8	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2
9	3	3	3	3	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3
10	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	3	3	3	2	3	3	2	1	3	1
11	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2
12	1	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2
13	3	3	3	3	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3
14	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	3	3	3	2	3	3	2	1	3	1
15	1	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2
16	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2
17	3	3	3	3	3	2	3	1	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3
18	3	3	3	3	3	3	1	3	3	1	3	3	3	2	3	3	2	1	3	1
19	1	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2

20	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	1	3	2	2	3	3	2	2	2	2
21	3	3	3	3	3	2	3	1	2	1	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3
22	3	3	3	3	3	3	1	3	3	1	3	3	3	2	3	3	2	1	3	1
23	1	3	3	3	3	2	2	3	1	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2
24	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2
25	3	3	3	3	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3
26	2	3	3	2	2	3	1	3	3	1	3	3	3	2	3	3	2	1	3	1
27	2	3	1	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2
28	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2
29	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2
30	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1
31	3	3	3	3	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3
32	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	3	3	3	2	3	3	2	1	3	1
33	3	3	3	3	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3
34	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	3	3	3	2	3	3	2	1	3	1
35	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2
36	1	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2
37	3	3	3	3	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3
38	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	3	3	3	2	3	3	2	1	3	1
39	1	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2
40	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2
41	3	3	3	3	3	2	3	1	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3
42	3	3	3	3	3	3	1	3	3	1	3	3	3	2	3	3	2	1	3	1
43	1	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2
44	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	1	3	2	2	3	3	2	2	2	2
45	3	3	3	3	3	2	3	1	2	1	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3

46	3	3	3	3	3	3	1	3	3	1	3	3	3	2	3	3	2	1	3	1
47	1	3	3	3	3	2	2	3	1	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2
48	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2
49	3	3	3	3	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3
50	2	3	3	2	2	3	1	3	3	1	3	3	3	2	3	3	2	1	3	1
51	2	3	1	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2
52	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2
53	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2
54	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1

ANEXO 3: CONFIABILIDAD DE ALFA - CRONBACH

Datos fiabilidad					
Alfa	Componentes				
<u>Cronbach</u>					
<u>825</u>	<u>20</u>				
	escala si se elimina el componente	Variación escala al eliminar el componente	Con Correlación componente -total ya corregida	Alfa - Cronbach si elimino componente	
01	220,20	355,289	,339	,840	
02	220,00	351,556	,483	,839	
03	219,70	366,233	-,134	,741	
04	219,90	350,100	,560	,839	
05	220,10	341,656	,615	,838	
06	220,10	355,878	,312	,740	
07	220,20	350,844	,511	,839	
08	219,80	358,844	,356	,840	
09	219,90	363,211	,069	,841	
10	220,00	358,000	,235	,841	
11	219,80	367,511	-,184	,842	
12	220,00	354,444	,371	,840	
13	219,80	357,956	,412	,740	
14	220,20	350,400	,528	,739	
15	220,10	348,767	,585	,839	
16	220,20	344,622	,755	,938	
17	219,80	364,844	-,019	,741	
18	219,90	356,767	,423	,740	
19	220,00	358,444	,307	,740	
20	220,10	350,989	,499	,839	

EL instrumento de informe según el Alfa de Cronbach presenta un resultado de 0.825

siendo muy confiable para la presente investigación.

ANEXO 4: BALANCE GENERAL**RESUMEN DE LAS CUENTAS DEL ACTIVO**

EFFECTIVO Y CTAS. CORRIENTES	25,204
CUENTAS POR COBRAR COMERCIALES	771,505
CUENTAS DE COBRANZA DUDOSA	148,657
EXISTENCIAS	<u>262,861</u>
<u>TOTAL ACTIVO CORRIENTE:</u>	1,208,227

RESUMEN DE LAS CUENTAS DEL PASIVO

TRIBUTOS	106,684
REMUNERACIONES POR PAGAR	18,364
CUENTAS POR PAGAR COMERCIALES	341,544
OBLIGACIONES FINANCIERAS	<u>1,006,126</u>
<u>TOTAL PASIVO CORRIENTE</u>	1,472,718

Aplicando las Razones financieras según las cifras del balance tenemos:

$$\text{Liquidez Corriente} = 1208,227/1,472,718 = 0.82$$

Apreciación: La razón obtenida fue de 0.82 céntimos de sol por cada S/. 1.00 de Pasivo a corto plazo. Esto nos indica la difícil situación en lo que respecta a la parte económica que está pasando la empresa, de esto se deduce que la liquidez corriente no es suficiente para cubrir sus deudas a corto plazo.

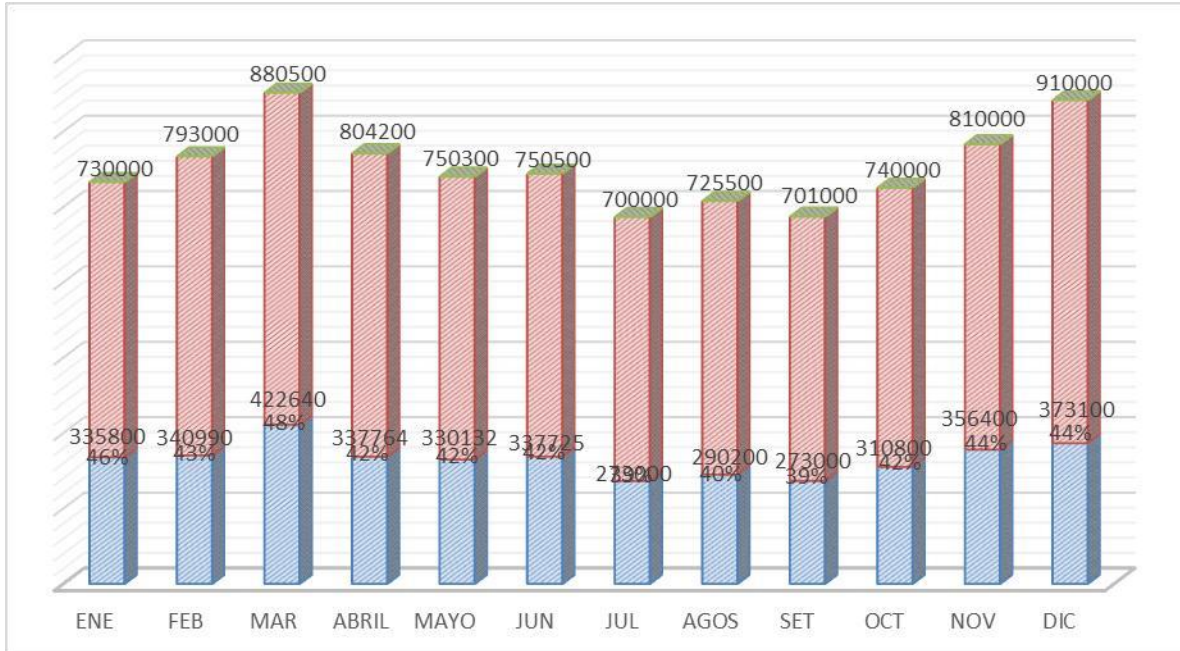
$$\text{Razón de Acidez} = 1,208,227 - 262,861 / 1,472,718 = 0.64$$

Apreciación: la razón obtenida refleja cierta influencia de las existencias en el balance General dependiendo de gran manera de las existencias por cobrar para tener algo de liquidez, con estos resultados hace para la empresa aún más difícil poder cumplir con sus obligaciones ante terceros.

$$\text{Razón de efectivo} = 25,204 / 1,472,718 = 0.017$$

Apreciación: La razón obtenida nos refleja la situación de extrema dificultad económica que está pasando la empresa ya que aun con todos los elementos del activo corriente, esta no puede cumplir con sus obligaciones a terceros, y por el lado del efectivo se hace más notorio la extremada situación económica y financiera. Por cada S/.1.00 de deuda solo se cuenta con 0.017 décimos de sol.

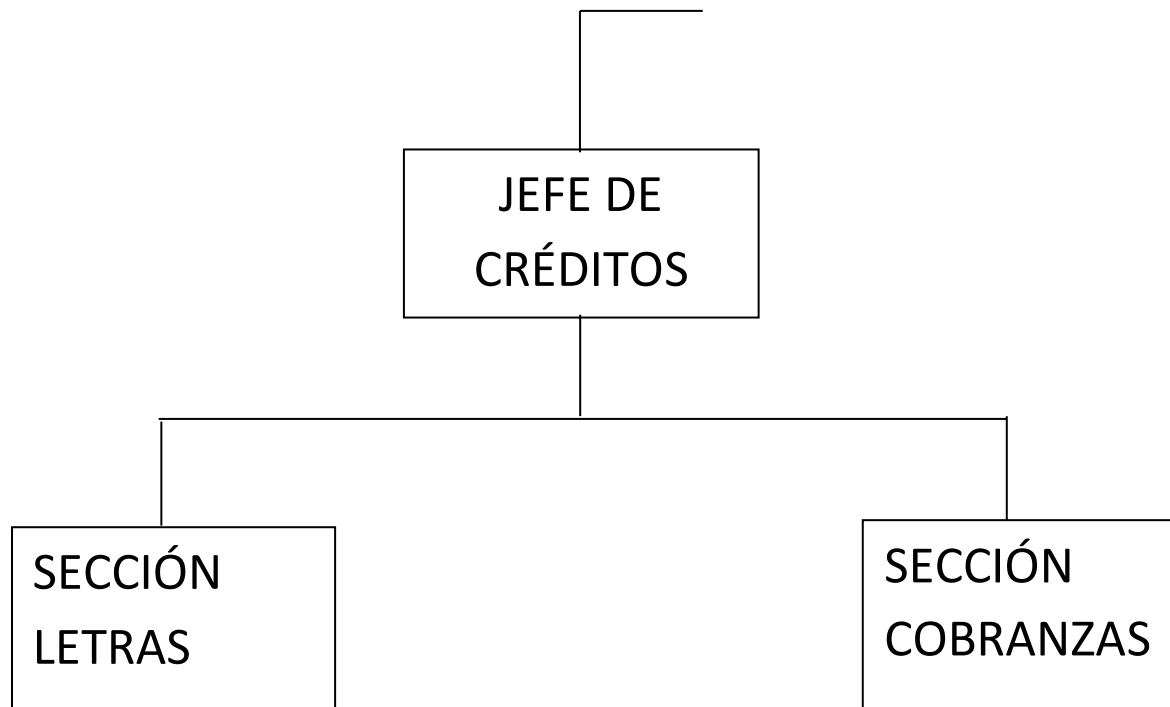
Anexo 5: VARIACIÓN MENSUAL DE LAS VENTAS Y CRÉDITOS DURANTE 2016



 CRÉDITOS MENSUALES

 VENTAS MENSUALES

FUENTE : DPTO. DE CRÉDITOS AÑO 2016

ANEXO 6: DEPARTAMENTO DE CRÉDITOS

FUENTE: EMPRESA INDUSTRIAL
LITOGRAFÍA MANIX S.A.C.

ANEXO 7: PLANTEAMIENTO DE SOLUCION AL PROBLEMA

Planteo una opción para solucionar el problema.

Tratándose de la implantación de una política de créditos. Se reconoce que su objetivo es tener ,utilidad y dar muchos beneficio a la Empresa , pero actualmente hay por decirlo así existe una mala política con respecto a manejar los créditos .

Propongo lo siguiente:

Estipulaciones para otorgar Créditos:

- Los créditos deben ser máximo de 30 a 45 días y no a 120 o más días
- Las ventas pueden disminuir por esta motivo , pero no tendremos clientes en morosidad .
- Las ventas deben ser en dólares, sería más efectivo si el cliente no cancela a tiempo su Deuda.
- Nada de rebajas y descuentos, suficiente con dar crédito a plazos, es mucha ventaja para los clientes y con otros descuentos la rentabilidad por la venta disminuye.

Averiguaciones, análisis y evaluación del crédito:

Un potencial cliente de créditos debe llenar algunos formularios para poder evaluarlo ya que su información crediticia nos es de mucha ventaja, así mismo es importante los datos adicionales que tengamos así como referencias del solicitante.

Información adicional que se podría tomar en cuenta para evaluación:

1.- Evaluación de sus Estados financieros:

Son fuentes de información, se necesita para evaluar futuros riesgos.

2.- Importancia de las Referencias bancarias:

Se debe estar en contacto permanente con el sectoriza del cliente, este nos dará información muy útil acerca de su estado económico.

3.- Buscar Información sobre su estado crediticio de entidades diferentes:

Buscar, averiguar ante las entidades que registran a los morosos y buenos clientes como es el solicitante en el aspecto de pagar sus deudas, eso será de mucha ayuda.

Debemos tener la sgte información para más credulidad:

- a.- Cuál es el promedio de sus ventas del solicitante si es una empresa y sus ingresos personales si es persona natural.
- b.- Si cumple con sus pagos en los plazos establecidos.
- c.- Como es la relación que tiene con los bancos, buena o mala.

Con esta información nos ayudara a darle una clasificación positiva o negativa al cliente.

Los Estados financieros del solicitante debe ser evaluada mediante las razones financieras para medir la liquidez, rentabilidad, capacidad de endeudamiento.

Se debe poner un límite a la línea de crédito, esa es la mejor manera de evitar el riesgo ya que una línea de crédito abultada puede poner en situación económica difícil a la empresa.

Adecuar mejores procedimientos para la Cobranza

Se deben adecuar e implementar diferentes formas de cobranza, para poder intentar recuperar el crédito vencido,

Aquí algunas formas de cobranza:

- 1.- Medios escritos: Ya se venció el crédito entonces a comenzar a mandar esquelas, cartas, y otros medios para realizar la cobranza.
- 2.- Llamadas telefónicas: El jefe de créditos debe llamar al cliente moroso y exigirle la cancelación inmediata de la deuda.
- 3.- Contratar a empresas que se dedican a la cobranza
- 4.- Proceso legales para obligar al cliente a cancelar su deuda.