

Universidad Tecnológica de El Salvador

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA: TECNICO EN MERCADEO Y VENTAS



TEMA:

DIAGNÓSTICO DE LAS POLÍTICAS DE VENTA AL CRÉDITO COMO
HERRAMIENTA PARA FACILITAR LAS VENTAS DE LA CAJA DE CRÉDITO DE
SUCHITOTO A LAS MICROEMPRESAS.

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

GIOVANNI ALFONSO NAJARRO VÁSQUEZ

JUAN CARLOS MIRANDA RIVERA

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TÉCNICO EN MERCADEO Y VENTAS

ABRIL, 2018

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA.

AUTORIDADES ACADÉMICAS

ING. NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ

RECTOR

LIC. JOSÉ MODESTO VENTURA

VICERRECTOR ACADÉMICO

LICDA. LISSETTE CRISTALINA CANALES DE RAMÍREZ

DECANO

JURADO EXAMINADOR

LIC. MAURICIO SANTOS

PRESIDENTE

LIC. RENÉ HUMBERTO PANIAGUA BARAHONA

PRIMER VOCAL

LIC. GLENN CANELO

SEGUNDO VOCAL

ABRIL, 2018

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:

Lic. René Humberto Paniagua Barahona, Lic. Glenn Canelo, Lic. Mauricio Santos Santos, a las 12:30m. del día Miércoles, 29 de Noviembre de dos mil diecisiete.

Y LUEGO DE HABER DELIBERADO SOBRE EL EXAMEN PROFESIONAL DE LOS ALUMNOS:

- | | |
|--|----------------------------|
| 1. <u>Giovanni Alfonso Najarro Vásquez</u> | <u>Carnet 08-3028-2015</u> |
| 2. <u>Juan Carlos Miranda Rivera</u> | <u>Carnet 08-2716-2015</u> |

QUIEN PRESENTÓ DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:

"Diagnóstico de las políticas de venta al crédito como herramienta para facilitar las ventas de la caja de crédito de suchitoto a las microempresas."

PARA OPTAR AL GRADO DE: **TÉCNICO EN MERCADEO Y VENTAS**

Y DEL CUAL TAMBIEN EVALUARON LOS CONOCIMIENTOS RELACIONADOS CON EL TEMA DEL MISMO, POR LO QUE ESTE JURADO RESUELVE DECLARAR EL EXAMEN COMO:

Aprobado

YA QUE CUMPLE CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL REGLAMENTO DE GRADUACION DE LA UNIVERSIDAD.

San Salvador, 29 de Noviembre de dos mil diecisiete.

F. 
PRIMER VOCAL

Lic. René Humberto Paniagua Barahona

F. 
SEGUNDO VOCAL
Lic. Glenn Canelo

F. 
PRESIDENTE DEL JURADO
Lic. Mauricio Santos Santos

Agradecimientos

A Dios todopoderoso:

Por haberme dado la sabiduría y la fortaleza para que fuera posible alcanzar este triunfo.

A mi madre:

Por su apoyo, su dedicación y empeño por ayudarme a ser una mejor persona cada día. Por tanto esfuerzo para que yo alcanzara este triunfo.

A mi esposa:

Por su cariño, su apoyo y comprensión y estar junto a mi cuando la necesite durante toda la carrera.

A toda mi familia:

Ya que estuvieron apoyándome a lo largo de mi carrera y dándome fuerzas para seguir adelante.

A mi compañero de tesis:

Porque a pesar de todos los momentos difíciles que tuvimos pudimos salir adelante con nuestro trabajo, por su paciencia, y comprensión.

Giovanni Alfonso Najarro Vásquez

Agradecimientos

A Dios todopoderoso:

Por concederme culminar mi carrera y proveerme de todo lo necesario para salir adelante.

A mi madre:

Por el apoyo incondicional que me brinda en todos mis retos.

A toda mi familia y novia:

Porque estuvieron pendientes a lo largo de este proceso brindando su apoyo incondicional.

A mi compañero de tesis:

Por todo el esfuerzo y compromiso mostrado en la realización de este trabajo.

Juan Carlos Miranda Rivera.

ÍNDICE

Introducción.....	i
--------------------------	----------

Capítulo I

Planteamiento del Problema

1.1 Antecedentes	1
1.2 Planteamiento del problema	3
1.3 Objetivos	3
1.3.1 Objetivo general.....	3
1.3.2 Objetivos específicos.....	3
1.4 Justificación	4
1.5 Limitaciones del estudio.....	5
1.5.1 Espacial	5
1.5.2 Temporal	5
1.5.3 Teórica.....	5

Capítulo II

Marco Teórico

2.1 Cajas de crédito	6
2.2 Conceptualización venta	8

2.2.1 Los tipos de venta.....	9
2.2.3 Fuerza de venta.....	12
2.2.4 Comisiones.....	14
2.3 Concepto de crédito.....	15
2.3.1 Tipos de créditos	15
2.3.2 Crédito financiero.....	17
2.3.3 Tipos de créditos financieros	17
2.3.4 Políticas de crédito	18
2.3.5 El departamento de crédito.....	18
2.3.6 Requisitos de crédito	19
2.4 La empresa.....	21
2.4.1 Clasificación de empresa.....	21

Capítulo III

Metodología

3.1 Enfoque metodológico	23
3.1.2 Participantes.....	23
3.1.3 Método.....	24
3.1.4 Instrumento.....	25
3.1.5 Procedimientos	25
3.1.6 Estrategia de análisis de datos.....	26

Capítulo IV

Análisis de resultados

4.1 Matriz de análisis de datos.....	27
--------------------------------------	----

Capítulo V

Conclusiones

5.1 Conclusiones	80
------------------------	----

Referencias	83
--------------------------	----

Anexos	85
---------------------	----

Introducción

El presente trabajo de investigación denominado “Diagnóstico de las políticas de venta al crédito como herramienta para facilitar las ventas de la Caja de Crédito de Suchitoto a las microempresas” realizada con el fin de poder identificar la manera que aplican las políticas de crédito para el otorgamiento de créditos a los microempresarios.

La presenta tesis, está dividida en 5 capítulos, en donde desarrollamos el problema de la investigación, su realidad problemática, la formulación del problema, justificación y objetivos. se desarrolla también el marco teórico donde se presenta la base teórica relacionada con el problema, los modelos a seguir y las definiciones conceptuales.

De igual manera forma se presenta el marco metodológico, en el cual se menciona el tipo y diseño de investigación realizada, la población, y método e instrumento de investigación, métodos de análisis de resultados donde se presentan los resultados obtenidos del instrumento.

Finalmente se presentan las conclusiones y referencias bibliográficas.

Capítulo I

Planteamiento del Problema

1.1 Antecedentes

La Caja de Crédito de Suchitoto, ubicada en el Edificio Armando Macario Rosales Rosa, en barrio el centro de la ciudad de Suchitoto, fue fundada el 14 de junio de 1942 por los señores Eduardo Quiñones Molina, Andrés Abelino Romero, Francisco Quiñones, Adrian Henríquez, Manuel Massana, Luis Santamaría Rodríguez, Héctor Gustavo López, Rodolfo Acosta, Salvador Rivera Sigüenza, Macario Rivera, Secundino José Leiva, Othmero Alvarenga, Miguel Ángel Quiñones y el Doctor Alfonso Rochac.

Inicialmente La Caja de Crédito de Suchitoto tuvo como objetivo almacenar productos agrícolas e industriales, conceder préstamos y obtener préstamos en bancos autorizados, de esta forma apoyar al sector agrícola, microempresas y personas asalariadas. En esos años se organiza la primera junta directiva de La Caja de Crédito de Suchitoto y a la vez acordaron dejar conformada la primera junta de vigilancia. Años después en esa misma década El Consejo Directivo de FEDECREDITO, autorizo la captación de fondos por parte de los socios tomando en cuenta la evolución financiera que ha tenido en los últimos años.

Actualmente cuentan con un portafolio de productos financieros como tarjetas de Crédito, Débito, Seguro Salud a tu Alcance, Comercios afiliados

Fede Punto Vecino, Red de cajeros automáticos FEDE RED 365 y Pago en Colecturía. (Caja de Crédito de Suchitoto, 2017)

En los últimos años La Caja de Crédito de Suchitoto ha presentado un bajo nivel de ventas en las microempresas considerando que solo cuenta como competencia a la cooperativa local ACAPRODUSCA de RL que pertenece a la red FEDECACES. La tendencia de colocación de créditos a la microempresa es a la baja según el análisis en el periodo desde el año 2012 al año 2016 con una tasa de interés del 26% como lo muestra la Tabla 1 Tendencia de Colocación de Créditos a la Microempresa, la misma tendencia muestra la Figura 2 Colocación de Créditos Empresa Vivienda Consumo. (Caja de Crédito de Suchitoto, 2017)

Tabla 1

Tendencia de Colocación de Créditos a la Microempresa

Rangos en \$	2012	2013	2014	2015	2016	Total Creditos Otorgados
1-500	31	38	28	16	19	132
501-1000	16	6	6	9	5	42
1001-1500	3		2		1	6
1501-2000	2	5	2	2		11
2501-3000	2					2
Total general	54	49	38	27	25	193

Tabla 2:

Colocación de Créditos Empresa Vivienda Consumo, desde el año 2012 al 2016.

Tipo de Credito	2012	2013	2014	2015	2016	Total Creditos Otorgados
Consumo	345	491	374	292	395	1897
Empresa	96	86	82	69	97	430
Vivienda	12	16	43	8	13	92
Total general	453	593	499	369	505	2419

1.2 Planteamiento del problema

¿La aplicación de políticas de venta al crédito, inciden en el nivel de ventas a los microempresarios?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Determinar si las políticas de crédito que actualmente aplica la Caja de Crédito de Suchitoto facilitan la colocación de crédito a los microempresarios.

1.3.2 Objetivos específicos

- Identificar los requisitos que en la actualidad utiliza la Caja de Crédito de Suchitoto para el otorgamiento de créditos a microempresarios.
- Identificar las comisiones a empleados de la caja de crédito de Suchitoto por otorgamientos de créditos a microempresarios.

- Conocer los factores que más afectan de manera positiva y negativa el otorgamiento de créditos a los vendedores para los microempresarios.
- Establecer si las políticas de crédito actuales son competitivas para la venta al crédito a los microempresarios.

1.4 Justificación

El presente documento de investigación tiene como finalidad poder evaluar a través de todo el proceso a realizar si las políticas de crédito que actualmente aplica la caja de crédito de Suchitoto son favorables para los microempresarios de dicha ciudad, ya que en los últimos años la tendencia de colocación de créditos a los microempresarios es a la baja desde años anteriores, por tal motivo es importante determinar qué factores están afectando en el crecimiento de dicho servicio que brinda la caja de crédito en este proyecto de estudio.

Al identificar las posibles causas del problema mencionado la Caja de Crédito de Suchitoto se verá beneficiada y así podrá tomar decisiones que sean favorables para su rentabilidad económica, mejorando sus estrategias de venta que le permitirán obtener una mayor participación de mercado en el rubro de cajas de crédito o cooperativas por consiguiente aumentar las ventas a corto plazo.

1.5 Limitaciones del estudio

1.5.1 Espacial

La investigación se realizó en el casco urbano del municipio de Suchitoto.

1.5.2 Temporal

La investigación se realizó en un periodo de 4 meses, comprendido del 24 de julio al 16 de octubre de 2017.

1.5.3 Teórica

Las políticas de crédito que favorecen la venta en la Caja de Crédito a los microempresarios.

Capítulo II

Marco Teórico

2.1 Cajas de crédito

Para que se puedan sentar las bases e introducirse en el conocimiento de la dinámica de trabajo del Sistema Fedecredito y sus cajas de crédito se hace referencia a la historia que dio forma a dicha financiera, tal y como se detalla en su sitio, Nuestra Historia, (Cañas, 2013) Dentro de la Finalidad y evolución El Sistema de Cajas de Crédito surgió en el país a finales de los años treinta e inicios de los años cuarenta, con el “objeto de proteger y mejorar el trabajo de los productores y comerciantes en pequeño, de todo trabajador que encause sus actividades lícitas a la producción, distribución y circulación de la riqueza,” tal como lo dice su ley constitutiva, denominada LEY DEL CRÉDITO RURAL publicada en el Diario Oficial el 7 de enero de 1943.

Después de 48 años de vigencia de la Ley del Crédito Rural, en el mes de Abril de 1991, ésta fue sustituida por la “Ley de Cajas de Crédito y de los Bancos de los Trabajadores”, la cual facultó el nacimiento de éstos y sentó las bases de la autonomía patrimonial y administrativa de las Cajas de Crédito; autorizó la devolución al Banco Hipotecario y al Estado el valor de sus aportes al capital fundacional de la Federación de las Cajas de Crédito, volviéndose ésta una institución 100% privada.

Asimismo, se modificó el rol de FEDECRÉDITO al convertirse en una entidad financiera de segundo piso y definir como sus clientes las Cajas de Crédito y los Bancos de los Trabajadores. A partir de Junio de 1991 fue creada la Caja de Crédito Metropolitana, para atender a los sectores de los mercados que atendía hasta entonces FEDECRÉDITO, la cual se convirtió únicamente en banco de segundo piso. En el año 2000 se produjo un hito de gran trascendencia para el desarrollo y fortalecimiento del Sistema de Cajas de Crédito con la aprobación por la Asamblea Legislativa de la “Ley de Intermediarios Financieros No Bancarios”, que contiene los más modernos conceptos de intermediación financiera. Esta Ley confiere la total autonomía administrativa del SISTEMA al dejar sin efecto la facultad del Presidente de la República de nombrar al Presidente de FEDECRÉDITO. Por disposición de dicha Ley, FEDECRÉDITO es ahora una sociedad cooperativa de responsabilidad limitada de capital variable, supervisada por la Superintendencia del Sistema Financiero, que tiene como objetivo fundamental: “propiciar el desarrollo de un Sistema de Cajas de Crédito y de los Bancos de los Trabajadores eficiente, solvente y competitivo, dedicado a la prestación de servicios financieros en áreas urbanas y rurales, principalmente a familias de bajos y medianos ingresos y a las micro, pequeñas y medianas empresas de los diferentes sectores económicos, así como los trabajadores públicos, municipales y privados”. Asimismo, proporcionar servicios de intermediación financiera, supervisión in situ, bajo un esquema de autorregulación, asesoría técnica e informática, y capacitación especializada. También le compete realizar el lobby y

representación del SISTEMA FEDECRÉDITO para potenciar o defender los intereses de sus Entidades Socias.

2.2 Conceptualización venta

(Thompson, 2010) Habla que Venta es una de las actividades más importantes por empresas, organizaciones o personas que ofrecen algo (productos, servicios u otros) en su mercado meta, debido a que su éxito depende directamente de la cantidad de veces que realicen ésta actividad, de lo bien que lo hagan y de cuán rentable les resulte hacerlo. Para ello es imprescindible que todas las personas involucradas en las actividades tengan el conocimiento específico de que es venta, ya que hay pequeñas diferencias de conceptos según autores, pero que llegan al mismo resultado

(Asociacion, 2011) La American Marketing Asociación define la venta como el proceso personal o impersonal por el que el vendedor comprueba, activa y satisface las necesidades del comprador para el mutuo y continuo beneficio de ambos (del vendedor y el comprador)

(Cultural, 2008) El Diccionario de Marketing de Cultural S.A. define a la venta como un contrato en el que el vendedor se obliga a transmitir una cosa o un derecho al comprador, a cambio de una determinada cantidad de dinero, También incluye en su definición, que la venta puede considerarse como un proceso personal o impersonal mediante el cual, el vendedor pretende influir en el comprador.

(Romero, 2011) Autor del libro "Marketing", define a la venta como la cesión de una mercancía mediante un precio convenido. La venta puede ser: 1) al contado, cuando se paga la mercancía en el momento de tomarla, 2) a crédito, cuando el precio se paga con posterioridad a la adquisición y 3) a plazos, cuando el pago se fracciona en varias entregas sucesivas

(Fisher, 2007) Laura Fischer y Jorge Espejo, autores del libro Mercadotecnia, consideran que la venta es una función que forma parte del proceso sistemático de la mercadotecnia y la definen como toda actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio. Ambos autores señalan además, que es en este punto (la venta), donde se hace efectivo el esfuerzo de las actividades anteriores (investigación de mercado, decisiones sobre el producto y decisiones de precio)

Y finalmente (Española, 2007) El Diccionario de la Real Academia Española, define a la venta como la acción y efecto de vender. Cantidad de cosas que se venden. Contrato en virtud del cual se transfiere a dominio ajeno una cosa propia por el precio pactado. Tomando en cuenta todos estos significados y distintas formas de ver se pueden sacar el análisis que todas se basan en dos perspectivas importantes, Una perspectiva general, en el que la venta es la transferencia de algo (un producto, servicio, idea u otro) a un comprador mediante el pago de un precio convenido.

2.2.1 Los tipos de venta

(Thompson, 2010) Informa que son uno de los procesos más importantes en las empresas y conocer los diversos tipos de venta ayuda a

empresarios, mercadólogos e integrantes de las áreas de mercadotecnia y ventas a identificar con claridad el tipo de venta que pueden elegir en función de: 1) A quién se le venderá y qué usos le dará; y 2) Las actividades que pueden realizar para efectuar la venta. En una primera instancia, se puede identificar a dos grandes tipos de venta, cuya diferencia radica en a quién se le vende y los usos o fines que éstos le dan a los productos adquiridos. Estos dos tipos de venta son:

Venta Minorista o al Detalle contiene todas las actividades relacionadas con la venta directa de bienes y servicios al consumidor final para un uso personal no comercial. Un minorista o establecimiento al detalle es toda aquella empresa cuyo volumen de ventas procede, principalmente, de la venta al menudeo entre los principales tenemos establecimientos especializados, almacenes departamentales, supermercados, establecimientos de conveniencia, establecimientos de descuento, minoristas de precios bajos, y tiendas catálogo.

Venta Mayorista o al Mayoreo Incluye todas las actividades de venta de bienes o servicios dirigidos a la reventa o a fines comerciales. Son todas las actividades relacionadas directamente con éstas, de bienes y servicios a empresas de negocios y otras organizaciones para reventa, uso en la producción de otros bienes y servicios o la operación de una organización. Entre los principales tipos de mayoristas tenemos mayoristas en general, mayoristas de servicios completos, mayoristas de servicios limitados,

comisionistas y agentes, sucursales y oficinas de fabricantes y de distribuidores minoristas, y mayoristas especializados.

Como ventas secundarias se puede identificar al menos cinco tipos de venta, cuya diferencia radica en la actividad de venta que las empresas pueden optar por realizar y que sean totalmente necesarias para la empresa estas serían:

Venta Personal, es la venta que implica una interacción cara a cara con el cliente. Dicho de otra forma, es el tipo de venta en el que existe una relación directa entre el vendedor y el comprador existiendo así un intercambio entre ambas partes.

Venta por Teléfono, este tipo de venta consiste en iniciar el contacto con el cliente por teléfono y cerrar la venta por ese mismo medio facilitando accesos y acercamientos hacia la empresa.

Venta Online (en línea o por internet), este tipo de venta consiste en poner a la venta los productos o servicios de la empresa en un sitio web en internet (por ejemplo, en una Tienda Virtual), de tal forma, que los clientes puedan conocer en qué consiste el producto o servicio, y en el caso de que estén interesados, puedan efectuar la compra "online", por ejemplo, pagando el precio del producto con su tarjeta de crédito, para luego, recibir en su correo electrónico la factura, la fecha de entrega y las condiciones en las que recibirá el producto. Las categorías en que las ventas en línea abarcan la porción más cuantiosa del comercio detallista son los libros, música y videos,

hardware y software de computadora, viajes, juguetes y bienes de consumo electrónicos, los cambios que tiene internet puede dar ventaja o todo lo contrario con respecto al incremento y disminución de las ventas.

Venta por Correo, este tipo de venta consiste en el envío de cartas de venta, folletos, catálogos, vídeos, Cd y/o muestras del producto a los clientes mediante el correo postal, pero con la característica adicional de que se incluye un formulario de pedido para que la persona interesada pueda efectuar la compra, ya sea enviando el formulario (también) por correo, realizando una llamada telefónica o ingresando a una página web para hacer efectivo el pedido. El correo es un medio adecuado para la comunicación directa e individualizada, ya que permite una mejor selección del público objetivo, se puede personalizar, es flexible y permite evaluar fácilmente los resultados. El correo es un medio eficaz para la promoción de todo tipo de productos, desde libros, suscripciones a revistas y seguros, hasta artículos de regalo, moda, artículos de alimentación de gran calidad o productos industriales

2.2.3 Fuerza de venta

(Negocios, 2015) La fuerza de ventas actúa como punto de enlace entre una empresa y sus clientes actuales y potenciales. Por un lado, representa a la empresa ante los clientes, brindándoles a éstos últimos información, asesorándolos y aclarando sus dudas. Mientras que por otro lado, representa a los clientes ante la empresa, comunicándole o transmitiéndole a esta última las necesidades, preferencias, gustos, dudas y

preocupaciones de los clientes. Para que una fuerza de ventas funcione eficazmente y cumpla así con los objetivos de ventas de la empresa, es necesario gestionarla o administrarla adecuadamente. Veamos a continuación las actividades o funciones que comprende la gestión o administración de la fuerza de ventas

Organización de la fuerza de ventas, empieza por diferenciar a la fuerza de ventas interna (los vendedores que trabajan dentro de las instalaciones de la empresa), de la fuerza de ventas externa (los vendedores que salen al campo para visitar a los clientes

Selección de vendedores, el éxito de la fuerza de ventas de una empresa dependerá de la buena selección de los vendedores que la conformarán.

La selección de vendedores empieza por determinar los requisitos que deberá cumplir un vendedor para que pueda postular al puesto que se está ofreciendo, por ejemplo, se determina la experiencia que se quisiera que el vendedor tenga, así como algunas características propias de los vendedores que se desearía que posea.

Capacitación de vendedores: otra de las actividades o funciones de la gestión o administración de la fuerza de ventas consiste en la capacitación de los vendedores.

Motivación de vendedores: la motivación juega un papel importante en la administración de la fuerza de ventas, no sólo ayuda a que los

vendedores procuren la mayor cantidad de ventas posible, sino que evita que éstos puedan sentirse frustrados debido a los constantes rechazos que puedan tener.

Supervisión de vendedores: otra de las funciones de la gestión de la fuerza de ventas consiste en la supervisión de los vendedores. Los vendedores que suelen contar exclusivamente con una remuneración fija, por lo general, suelen requerir una mayor supervisión que aquellos que reciben exclusivamente una remuneración variable.

Evaluación de vendedores: finalmente, otra de las funciones de la administración de la fuerza de ventas consiste en la evaluación de los vendedores. Para la evaluación de los vendedores es posible tomar en cuenta el reporte o informe de ventas de cada vendedor, el desempeño de las ventas (en donde se compare las ventas obtenidas con las esperadas), el informe presentado por los jefes o supervisores, las encuestas realizadas a clientes, las pláticas con otros vendedores, etc.

2.2.4 Comisiones

(Asociacion, 2011) Una de la formas de remunerar a un empleado, es mediante el pago de comisiones en función de la realización de una determinada actividad. Esta figura es de gran aplicación en las empresas comercializadoras, que suelen pagar a sus empleados una comisión por venta realizada, lo que de alguna forma asegura el buen desempeño de sus vendedores, en la medida en que su remuneración depende de su desempeño. El pago se puede pactar mediante un básico más comisiones, o

sólo comisiones. Cuando el salario está compuesto por un básico más comisiones, y además es trabajador esté sometido a un horario de trabajo, en caso de que la suma del básico y las comisiones no alcancen el salario mínimo, la empresa deberá en todo caso garantizar la remuneración mínima al trabajador.

2.3 Concepto de crédito

Según cita (BMI, 2015) el crédito es una operación mediante cualquier entidad financiera presta cierta cantidad de dinero a un deudor que puede ser una empresa o persona física por la garantía o confianza, el que recibe el efectivo debe tener la disponibilidad y solvencia económica para cumplir con los pagos e intereses establecidos previamente acordados por ambas partes.

También argumenta (Montaño, 2015) desde el punto de vista comercial que el crédito es la capacidad para que se puede otorgar un crédito en efectivo o en productos para cancelarlo en fechas futuras, mediante la promesa de cumplir con el pago adecuado.

2.3.1 Tipos de créditos

Dentro de los tipos de crédito que las entidades bancarias ofrecen se mencionan los créditos financieros y comerciales, los cuales se citan a continuación:

Según argumenta (BMI, 2015) Crédito decreciente es cuando se otorga un plazo de tiempo determinado en el que debe de ser cancelada, si

es para capital de trabajo es a corto plazo, y mediano y largo plazo si es para activos fijos de una compañía.

El crédito rotativo, es especialmente para capital de trabajo que es otorgado al solicitante de manera inmediata siempre y cuando posean un excelente record crediticio y buen historial en la institución financiera.

Crédito estacional, es una línea de crédito con el objetivo de apoyar de manera financiera con capital de trabajo en ciertas temporadas donde se ve reflejado el aumento de demanda de las empresas, por lo general este crédito es complementario de otras líneas de crédito, el plazo es dos meses en adelante, dicho plazo se determinara por la ventas que hayan proyectado de acuerdo a la demanda que se esperan tener, la evaluación para poder optar a uno de ellos se realiza como un crédito común.

Crédito automático, la entidad financiera opta por tener una buena relación con los clientes y toda su información en sus sistemas y establecen ciertos criterios para de manera selectiva poder otorgar créditos empresariales de manera automática, el fin de esta línea de crédito es disminuir costos de evaluación e innovar en su gestión de otorgamientos de crédito.

Crédito de consumo, permite disponer de efectivo para adquirir productos para consumo propio o pagos de algún servicio o realizar una consolidación de deudas pagando casas comerciales e inclusive a otras entidades financieras.

2.3.2 Crédito financiero

(Popular, 2014) Según el crédito financiero es aquel que se adquiere mediante las entidades financieras o bancarias, podríamos decir a través de préstamos y líneas de crédito tanto para microempresarios, grandes empresas o créditos personales para consumo.

2.3.3 Tipos de créditos financieros

En El Salvador la banca define los tipos de créditos financieros como rotativa, decreciente, créditos de cuenta corriente y la línea de crédito fija, según cita (Agrícola, 2013) que la línea de crédito rotativa es un crédito que se otorga por un monto determinado, el cual se pueden realizar retiros con plazos predeterminados, generando la disponibilidad cuando se realizan amortizaciones a capital.

El crédito decreciente se caracteriza por un solo desembolso y posteriormente los pagos en cuotas anteriormente acordadas.

El crédito de cuenta corriente posee una tasa de interés más alta que el resto de créditos financieros, se otorga por lo general a un año plazo y los intereses se cobran a fin de cada mes.

En línea de crédito fija se realizan desembolsos parciales en un periodo de utilización, una vez retirado todo lo disponible se convierte en un crédito decreciente

2.3.4 Políticas de crédito

Según argumenta (Esan, 2016) son lineamientos que establece el gerente financiero de una empresa, con el fin de otorgar ciertas facilidades de pago a un determinado cliente al momento que solicita un crédito. Las políticas de crédito logran determinar si se debe de conceder el crédito a un cliente y el monto a otorgar, pero previo a ello se debe de realizar un análisis exhaustivo con métodos y análisis de crédito desarrollados, con el fin de garantizar que las cuentas por cobrar sean recuperadas de manera exitosa y así evitar inconvenientes futuros, que puedan afectar a la estabilidad económica de la compañía financiera.

2.3.5 El departamento de crédito

Según menciona (Carlos, 2013) realiza las siguientes funciones que son muy importantes para toda entidad financiera:

Otorgamientos de los créditos, es decir son los responsables de brindar créditos a los clientes que los soliciten en las condiciones que tiene establecidas la compañía. Es el encargado de realizar los análisis y estudios de los estados financieros de la entidad, en manera de tomar mejores decisiones de otorgar créditos. Gestiona la cobranza de manera efectiva, con el enfoque en clientes difíciles en sus pagos o con ciertos retrasos en sus cuotas previamente acordadas, realizando diversas estrategias con estos clientes con el fin de poder recuperar cuentas pendientes, Elaborar informes periódicamente para las altas gerencias de la entidad con detalles de los créditos y montos otorgados, de igual manera los que no fueron

aprobados por diversas situaciones. El jefe del departamento tiene la obligación de tener el control de todo su personal a cargo y hacer que cada uno de ellos desempeñe su labor de la mejor manera.

También tiene como responsabilidad determinar las cuentas en riesgo o con cierta dificultad de recuperación por ser considerados como morosos o falta de pago. El departamento de crédito realiza una función interna fundamental al momento de otorgar un crédito, es realizar la revisión y verificación de los documentos del cliente que está solicitando crédito, todo con el fin de disminuir el riesgo de cartera vencida y evitar que las cuentas se envíen a incobrables.

2.3.6 Requisitos de crédito

Lo cita (Reina, 2015) son conjuntos de reglas establecidas por la entidad bancaria que todo cliente debe de cumplir al momento de solicitar un crédito, esto con el fin de garantizar el compromiso de que será pagado por el solicitante. Algunos de ellos son los siguientes:

- Toda persona solicitante de un crédito debe de presentar documento de identidad ya que a través de él se obtiene la información del cliente, quien es y donde reside eso genera mayor confianza al momento de otorgar el crédito.
- Debe de poseer un comprobante de domicilio, podrían ser algún recibo de servicios básicos agua o luz donde se muestre donde vive

el cliente, para la entidad bancaria es muy importante conocer detalles del solicitante.

- Se debe de presentar un comprobante de ingresos o constancia salarial donde se reflejan los ingresos netos y el tiempo de laborar si es el caso para tener una evaluación más amplia sobre el cliente y saber si es candidato a un préstamo, ya que de ello dependerá cuanto se puede otorgar en el crédito

- Un punto básico a cumplir todo solicitante de crédito es que debe de contar con un buen record crediticio para poder acceder al crédito de acuerdo a sus ingresos, ya que el historial crediticio determinara si es un buen pagador.

- Se deben presentar referencias crediticias sobre algún crédito anterior o que aun este vigente con el fin de determinar si se paga de manera puntual.

- Las referencias personales y familiares es información muy valiosa que debe de brindarse a la compañía financiera, que puedan dar testimonio sobre la responsabilidad y seriedad del cliente consultándole a familiares o amigos.

- Requisitos: DUI, NIT, recibo de servicios básicos (agua o energía eléctrica), fotografías del local, libro de ventas., record crediticio.

2.4 La empresa

2.4.1 Clasificación de empresa

Para poder clasificar las empresas en El Salvador se consideran criterios o dimensiones generales los cuales define la categoría de una determinada empresa. Para el caso de El Salvador consideran tres (CONAMYPE, 2007) El laboral, que clasifica a las empresas de acuerdo al número máximo de trabajadores empleados remunerados y permanentes que las conforman; el financiero, que toma en cuenta el valor de las ventas brutas de las empresas y por establecimiento o local fijo para la realización de sus operaciones empresariales; de esta última se exceptúan a los empresarios unipersonales que en su mayoría desarrollan sus actividades de forma ambulante.

A continuación se presentan las clasificaciones según tamaño del segmento empresarial para cada criterio o dimensión, es decir:

Cuenta propia o autoempleo: Toda persona que desarrolla una actividad económica en forma independiente, en un local fijo o en forma ambulante, con ventas brutas anuales inferiores a \$ 5,715.00 y sin trabajadores remunerados

Microempresa: Persona natural o jurídica que opera en el mercado produciendo y/o comercializando bienes o servicios por riesgo propio, con un

nivel de ventas brutas anuales de hasta \$ 100,000.00 y hasta 10 trabajadores remunerados.

Pequeña empresa: Persona natural o jurídica que opera en el mercado produciendo y/o comercializando bienes o servicios por riesgo propio, a través de una unidad organizativa, con un nivel de ventas brutas anuales de hasta \$1 millón y hasta 50 trabajadores remunerados.

Mediana empresa: Persona natural o jurídica que opera en el mercado produciendo y/o comercializando bienes o servicios por riesgo propio, a través de una unidad organizativa, con un nivel de ventas brutas anuales de hasta \$ 7 millones y hasta 100 trabajadores remunerados. En Tabla 3 esta resumido la definición según las dimensiones financiera, cantidad de empleados y establecimientos.

Tabla 3

Definición de empresa según establecimiento, trabajadores y finanzas. Según CONAMYPE, 2007.

Concepto según tamaño de unidad económica o segmento empresarial.	Indicadores (Dimensiones)		
	Establecimiento	Laboral (trabajadores permanentes remunerados)	Financiera (Ventas brutas anuales)
Cuenta propia o autoempleo	Fijo o ambulante	Sin trabajadores remunerados	Hasta \$5,000
Microempresa	Fijo	Hasta 100	Hasta \$100,000
Pequeña empresa	Fijo	Hasta 50	Hasta \$1,000,000
Mediana empresa	Fijo	Hasta 100	Hasta \$7 millones

Capítulo III

Metodología

3.1 Enfoque metodológico

El enfoque metodológico desarrollado en la presente investigación es un método cualitativo que se enfoca en las propiedades, características de grupo, perfiles de personas y procesos de manera individual (Sampieri, 2014), con el objetivo de obtener una "fotografía" más completa del fenómeno.

3.1.2 Participantes

Ejecutivos de ventas:

Son los encargados de realizar todos los procesos de venta internos y externos de la Caja de crédito de Suchitoto, conocer los procesos de venta, búsqueda y asesoramiento de clientes potenciales, análisis previo de otorgamiento de créditos, cerrar la venta, manteniendo una relación cercana con los clientes, siendo conocedores de primera mano de las políticas y requisitos para poder otorgar créditos a los microempresarios de la localidad y fuera del mismo municipio.

Gerente General

Dentro de las funciones del Gerente General esta colaborar en el alcance y consecución de los fines y objetivos de la entidad, con base a dirigir el funcionamiento de la entidad de acuerdo con las políticas y planes

aprobados por la Junta Directiva y junta general de accionistas, también optimizar los resultados de la gestión y de la imagen de la entidad.

Jefe de negocios

Las funciones del Jefe de Negocios es colaborar en el alcance y consecución de los fines y objetivos de la entidad con base a: velar por la calidad de la cartera, la gestión y administración de los productos y servicios de activo y pasivo ofrecidos por la entidad, coordinar e impulsar la actividad comercial de la entidad, velando por la consecución de los objetivos de capacitación, colocación y recuperación de activos y prestación de servicios.

3.1.3 Método

Para la presente investigación se seleccionó como instrumento la entrevista semiestructurada ya que a través de ella nos permitió tener un lista de preguntas a realizarles a los entrevistados, que fueron los tres ejecutivos de ventas, la jefe de negocios, y gerente general, y se introdujeron preguntas adicionales que han sido muy importantes para poder obtener mayor información que fue relevante en la investigación, de igual manera se otorgó un mejor acercamiento con las personas entrevistadas y por consiguiente una mayor confianza al momento de conversar acerca de las preguntas expuestas, siendo así un punto a favor como investigadores ya que se presentó un diagnóstico de primera mano con la problemática que esta presentado la Caja de Crédito de Suchitoto, por

lo que se considera que este instrumento ha sido indispensable para recabar toda la información necesaria en este proceso investigativo.

3.1.4 Instrumento

Entrevista, este instrumento es utilizado en las investigaciones de tipo cualitativa es definida como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (entrevistador) y otra (entrevistado). Pueden dividirse en entrevista estructurada, semiestructurada o no estructuradas abiertas. Las entrevistas semiestructuradas se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información. Las entrevistas abiertas se fundamentan en una guía general de contenido y el entrevistador posee toda la flexibilidad para manejarla. Para la presente investigación se realizó entrevistas semiestructuradas porque permite utilizar una guía de preguntas, y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener más información sobre los temas deseados (Roberto Sampieri, 2010).

3.1.5 Procedimientos

Se detalla a continuación los pasos o fases que se llevaron a cabo para recolección de datos que servirán como instrumento para el desarrollo de la investigación.

a) Como primer paso se dio a conocer al jefe de negocios y gerente general de la Caja de Crédito de Suchitoto la investigación y el tema a realizarse dentro de la financiera.

b) Segundo, se analizo y selecciono los instrumentos pertinentes para la recolección de datos, lo cual es la entrevista, de igual manera se identificaron las personas claves para aplicar dicho instrumento.

c) Tercero, se elaboró el instrumento.

d) Cuarto, se contacto al jefe de negocios de la financiera y se le informó a cerca de la actividad a realizar y se programa día y hora para realizar la entrevista a los empleados de la Caja de Crédito de Suchitoto.

e) Se reunieron las entrevistas y los datos recopilados para su respectivo análisis.

f) Después de obtener física y digitalmente la información se realizo el análisis correspondiente a cada pregunta.

g) Por último se resumió de manera puntual los principales hallazgos e información relevante correspondiente a cada pregunta.

3.1.6 Estrategia de análisis de datos

Para el análisis de datos obtenidos en el instrumento utilizado, fue necesario la elaboración de un cuadro comparativo considerando el enfoque cualitativo, donde se plantean los objetivos, preguntas, hallazgos, y un breve análisis de los resultados obtenidos.

Capítulo IV

Análisis de Resultados

4.1 Matriz de análisis de datos.

Entrevista		
Nombre: Licda. Johanna Elizabeth Miranda Rivera		
Cargo: Gerente General de Caja de Crédito de Suchitoto		
Pregunta	Hallazgo	Análisis
1 ¿Cuáles son los requisitos que se solicitan a los microempresarios para el otorgamiento de créditos?	DUI y NIT, para verificar en el buró el record crediticio de los clientes, posterior a ello se hace una indagación del tipo de negocio que esta persona tiene y de acuerdo a ello, a la medida o magnitud del negocio así son los requisitos que se le piden, no son estándar, un microempresario no se le va a pedir los mismos requisitos que a un empresario como tal, entonces enlistar todos los requisitos si pues es un poco amplio, para el caso si es un microempresario se supone que no	Los requisitos son extensos para enlistarlos, porque dependen del tipo de empresa, se requiere de un análisis de estos para el otorgamiento de crédito, no son fácilmente identificables los requisitos para la venta al crédito a microempresarios

	llevan una contabilidad formal, comúnmente ellos llevan un cuaderno, que es en el que llevan sus ventas diarias, se les pide una copia de ese cuaderno, o del apunte que ellos lleven.	
2 ¿Considera que son competitivos los requisitos que se solicitan a los microempresarios para el otorgamiento de créditos?	Si son genéricos, la banca y cooperativas pedimos siempre lo mismo.	Los requisitos son los mismos que demás financieras y cooperativas,
3 ¿Qué requisito modificaría para facilitar el otorgamiento de créditos?	Ninguno.	Ninguno.
4 ¿Qué productos financieros venden los ejecutivos de venta?	Todo tipo de productos, tenemos productos activos y pasivos, nuestros ejecutivos son integrales venden todo tipo de productos, créditos, tarjetas de crédito, y dentro de los	Los ejecutivos de venta gestionan todos los productos financieros disponibles en la Caja de Crédito de Suchitoto.

	pasivos cuentas de ahorro, depósitos a plazo, tarjetas de débito, seguros, todo.	
5 ¿Cuáles son los porcentajes de comisión por producto a las que aplican los ejecutivos de venta?	Hay un esquema de incentivos y va para todo el personal de la caja, cada empleado puede optar por vender un crédito, tarjeta de crédito, un seguro, una tarjeta de débito, y de acuerdo a ese esquema es como se pagan las comisiones, todo el que genera una venta puede optar.	Existe un esquema de incentivos y es para todo el personal que puede gestionar una venta de cualquier producto disponible, de la respuesta de la pregunta 6, no existen comisiones dirigidas, si no una meta mensual por el total de las ventas.
6 ¿Considera usted que las comisiones definidas para la venta a microempresarios son atractivas?	Nosotros no tenemos comisiones dirigidas, entiéndase dirigidas si vendemos a un micro, le vendemos a un empresario, las metas son por colocación, los ejecutivos tienen una colocación mensual, empresa, vivienda y consumo, no todos los vendedores de la caja	Los vendedores están enfocados en la venta de créditos para consumo y no a microempresa, para los ejecutivos de venta jamás las comisiones van a ser atractivas.

	de crédito tienen toda la capacidad para la venta de los créditos de empresa, ellos están más enfocados al consumo, jamás serán totalmente atractivos las tablas de comisiones, nuestros salarios bases superan a la banca, entonces, sus prestaciones adicionales son superiores a los de la banca.	
7 ¿Considera usted que las metas de venta definidas para la venta a microempresarios son alcanzables para los vendedores?	Sí, pero sigue afectando, la lucha constante que es estar metiendo en la cabeza como venderlo, hemos tenido capacitaciones para ello, pero cuando el ejecutivo está orientado en la parte de consumo, porque la parte del crédito a empresa o microempresa, son los créditos más vulnerables a la mora y	Si, por eso es necesaria la capacitación constante enfocada a la venta, la vulnerabilidad de los créditos a la mora hace reacia la venta de créditos a microempresarios, considerando que los ejecutivos de venta también hace la labor de cobro, la factibilidad de una orden de descuento para un crédito de consumo

	eso hace que la gente sea reacia porque acá en la entidad los ejecutivos de crédito también no solo ven la parte de la colocación sino también en la cobranza, ellos ven "a... me es más fácil cobrarle a un cliente que tiene una orden de descuento y no a un cliente que fácilmente me puede decir me están "rentiando" y no le puedo pagar".	difiere al argumento de no pago por la llamada "renta" de grupos delictivos,
8 ¿Dentro de los factores internos o externos, cuales considera que son los que más afectan de manera positiva para el otorgamiento de créditos a microempresarios?	La posición de la marca, nos distinguimos por la cercanía con la gente.	La posición de la marca, nos distinguimos por la cercanía con la gente.

9 ¿Dentro de los factores internos o externos, cuales considera que son los que más afectan de manera negativa para el otorgamiento de créditos a microempresarios?	Desconocimiento, temor a querer meter a ese mercado por parte de ellos, por la inseguridad del retorno del capital para nosotros.	La vulnerabilidad al no retorno de la inversión
10 ¿Dentro de sus actividades diarias, considera que las políticas de la CC de Suchitoto facilitan la venta al crédito a microempresarios?	Si.	Si.
11 ¿Considera que las políticas de crédito facilitan el alcance de las metas?	Si también.	Si.
12 ¿Qué opinión le merece el tiempo de respuesta del proceso para la aprobación de crédito a microempresarios?	Es más lento porque comúnmente se da: no tiene fiador, la garantía es muy vulnerable, es un impase, por los montos no le podemos pedir una hipoteca, en un período normal 8 días, personal 3 días.	Es más lento por los requisitos comparado con un crédito personal.

13 ¿Considera que son necesarias las capacitaciones periódicas sobre las políticas de crédito?	Si.	Si.
14 ¿Considera usted que las políticas de crédito para microempresarios que aplica la Caja de Crédito son mejores que las de la competencia?	No, nosotros estamos orientado al consumo y la empresa o microempresa no es tan fácil iniciando por la tasa de interés no es muy competitiva.	El enfoque de la Caja de Crédito es la venta de crédito para el consumo y no para la microempresa.
15 ¿Considera usted que las políticas y herramientas para la venta al crédito a microempresarios de la Caja de Crédito de Suchitoto le facilitan el proceso de la venta contra la competencia?	Si.	Si.

16 ¿Cuáles son los elementos de las políticas de crédito para la venta a microempresarios que le facilitan la venta contra la competencia?	Nuestros ejecutivos se desplaza a todo el país, nosotros lo vamos a buscar, cercanía o empatía que otorgamos, nos distinguimos por ello atendemos aquel sector que la banca no quiere.	Atienden al sector que la banca no atiende.
17 ¿Cuáles son los puntos fuertes de la competencia para la venta a microempresarios que le afectan en las ventas?	Local: por ser una cooperativa sus fundadores son del partido FMLN, crearon esta cooperativa y creen en su proyecto y tiene otro tipo de herramienta, a nivel fuera de Suchitoto es porque también hay tasas más atractivas, al final el que quiere el crédito no busca una tasa baja sino la garantía que se le pide, la garantía otro microempresario o las prendas sobre el negocio, en materia de microempresario no funciona esa garantía.	De manera local (ACAPRODUSCA) tienen las herramientas para facilitar la venta a microempresarios y el sentimiento de pertenencia a la cooperativa, fuera de Suchitoto existen tasas más atractivas, las prendas sobre el negocio y en la Caja de Crédito de Suchitoto no tienen esas garantías.

Entrevista		
Nombre: Lic. Jorge López		
Cargo: Jefe de Negocios		
Pregunta	Hallazgo	Análisis
1 ¿Cuáles son los requisitos que se solicitan a los microempresarios para el otorgamiento de créditos?	Inicialmente se le pide la fotocopia de DUI y NIT, un recibo de agua o energía eléctrica del lugar donde vive, la firma de la autorización para ser consultada en las centrales de riesgo, llenar la solicitud, y también se le pide un fiador, si es microempresario, se hace una constatación, debe demostrar que realmente él es el dueño del negocio, hacemos una visita para constatar que existe el negocio y que es de él, con respecto a documentación, debe presentar un libro, para hacer el vaciado de la información, refleja cuanto vende, que días son buenos o malos, si no llevan registro, igual	Tiene claras las políticas de crédito.

	se hace la constatación por lo menos facturas de compra a los vendedores, se toman fotos del puesto donde el esté.	
2 ¿Considera que son competitivos los requisitos que se solicitan a los microempresarios para el otorgamiento de créditos?	Sí, nos guiamos por la superintendencia del sistema financiero y las tropicalizamos a nuestra caja de crédito para que sean accesibles.	Los requisitos están basados en la superintendencia del sistema financiero.
3 ¿Qué requisito modificaría para facilitar el otorgamiento de créditos?	No modificaríamos ninguna porque estamos dentro del marco legal, DUI y NIT fotocopia de agua o luz, si es opuesto en el mercado, el recibo del local de la alcaldía, no le exigimos declaraciones de IVA y no lleva una contabilidad registrada y somos accesibles.	No modificaría ningún requisito porque están dentro del marco legal.

4 ¿Qué productos financieros venden los ejecutivos de venta?	Tarjetas de crédito, cuentas de ahorro, tarjetas de débito, salud a tu alcance, Fede banking, los más importantes del catálogo de productos, crédito de consumo, vivienda y empresa.	Todos los productos del catálogo.
5 ¿Cuáles son los porcentajes de comisión por producto a las que aplican los ejecutivos de venta?	Plan de pago por comisiones avalado por la junta directiva, 50% de la colocación o al 10% y así es como el gana el 100% la colocación son los 100,000, esos datos se meten en una herramienta y da el valor que él está ganado, separado por producto, capital fresco, recurrente.	De acuerdo a lo que vendan esos datos, se agregan a herramienta y da el valor ganado en comisiones.

6 ¿Considera usted las comisiones definidas para la venta a microempresarios son atractivas?	Si, muy llamativas, nos enfocamos en venderle al ejecutivo el plan de comisiones porque obviamente eso lo va a motivar más a que coloque el crédito	Las comisiones son llamativas para que el vendedor coloque más créditos.
7 ¿Considera usted que las metas de venta definidas para la venta a microempresarios son alcanzables para los vendedores?	Si son accesibles, el plan estratégico aprobado por junta directiva en el cual nosotros analizamos y valoramos las metas que asignamos y en el cual se está revisando trimestralmente.	Las metas son accesibles, ya que se revisan cada 3 meses.
8 ¿Dentro de los factores internos o externos, cuales considera que son los que más afectan de manera positiva para el otorgamiento de créditos a microempresarios?	Tenemos un mercado que no ha sido muy explotado en un 100% en la zona, eso obviamente le da la posibilidad al ejecutivo de poder colocar, a parte que nuestra tasa de interés para el sector microempresa es competitivo. Se lo tenemos cerca.	Hay un mercado que no ha sido explotado en la zona y eso facilita al vendedor a colocar créditos.

9 ¿Dentro de los factores internos o externos, cuales considera que son los que más afectan de manera negativa para el otorgamiento de créditos a microempresarios?	Normalmente tiene que ver con la calificación que tiene en las centrales de riesgo, porque la mayoría no goza de un buen record con una compañía de cable o telefónica porque no les interesa y no sabe el impacto que tiene en su record crediticio eso porque al consultar las centrales de riesgo aparece que está mal calificado por eso entonces nosotros denegamos el crédito por eso.	El mal record crediticio de los clientes que solicitan, eso les afecta.
10 ¿Dentro de sus actividades diarias, considera que las políticas de la CC de Suchitoto facilitan la venta al crédito a microempresarios?	Las políticas y manuales de crédito tienen que estar siendo actualizados cada 6 meses porque probablemente la competencia tenga promociones que nos puedan quitar clientes. A nivel de sistema	Las políticas son actualizadas cada 6 meses, ya que reciben un monitoreo de la competencia.

	Fedecredito estamos recibiendo un informe de monitoreo de la competencia y los ejecutivo llevan un archivo de que está vendiendo la competencia.	
11 ¿Considera que las políticas de crédito facilitan el alcance de las metas?	Si, están hechas y creadas para eso, para facilitarle al ejecutivo la colocación de un crédito, a parte que también él se tiene que regir por esas políticas, no se las puede saltar, son accesibles en el trabajo de campo, y pues nosotros tengamos también garantizado que ese crédito no nos va a impactar en la mora.	Están creadas para facilitar al vendedor los otorgamientos de créditos.

12 ¿Qué opinión le merece el tiempo de respuesta del proceso para la aprobación de crédito a microempresarios?	Hay un proceso, lleva un tiempo desde que inicia, hay un control de solicitudes que se lleva en Excel donde él pone la fecha en que se entrega los documentos, pasa a revisión, comité, aprobación desembolso, firma ya de contrato, se mide el tiempo promedio que deberá de andar en un mínimo de dos días a un máximo de 5 días, siempre y cuando el cliente presente toda la documentación.	Hay un proceso desde que se recibe la solicitud del cliente, hasta que se otorga el crédito podría durar 5 días.
13 ¿Considera que son necesarias las capacitaciones periódicas sobre las políticas de crédito?	Si, un ejecutivo entre mejor conozca el producto que venda mayor seguridad va a tener la hora de estar haciendo su trabajo en campo, porque sabe y conoce muy bien lo que está vendiendo, porque	Si son importantes las capacitaciones.

	muchas veces un cliente le puede hacer una pregunta y el no tener la respuesta, entonces eso lo llena de inseguridad, entonces nosotros tratamos que el ejecutivo conozca muy bien las políticas de crédito, las tasas de intereses, los plazos que manejamos y pues todo lo que tiene que ver con la papelería, para defenderse en la calle, nosotros estamos teniendo semanalmente todos los lunes una mesa de trabajo y se van abordando temas como actualizaciones de políticas las revisamos, es como una capacitación y donde ellos pueden aportar donde se les capacite, porque el manual es extenso.	
--	---	--

14 ¿Considera usted que las políticas de crédito para microempresarios que aplica la Caja de Crédito son mejores que las de la competencia?	Es bien abierto, porque la competencia son 56 entidades que probablemente que algunas tengan mayores ventajas y otras menores ventajas que nosotros, nosotros hacemos una plan estratégico enfocado a nuestra caja y es lo que vemos a donde queremos llegar, probablemente para la competencia podamos ser competitivo y para otros no, igual para nosotros ellos algunas son competitivos y para otras no , lo que hacemos es llenar de positivismo al ejecutivo porque si él cree en su producto él se convence y es capaz de convencer a otros de su producto	Depende en algunos casos en otros no.
---	--	--

15 ¿Considera usted que las políticas y herramientas para la venta al crédito a microempresarios de la Caja de Crédito de Suchitoto le facilitan el proceso de la venta contra la competencia?	Si de lo contrario no colocáramos, el ejecutivo se sentiría apático a ese crédito, a través de las capacitaciones intentamos y logramos que el ejecutivo aplique las políticas que se le han sido asignado.	Si facilitan.
16 ¿Cuáles son los elementos de las políticas de crédito para la venta a microempresarios que le facilitan la venta contra la competencia?	En primer lugar que son sencillas, prácticas, que en el trabajo de campo no son tediosas, sino que son fáciles de poder aplicarlas.	Las políticas son sencillas y prácticas.
17 ¿Cuáles son los puntos fuertes de la competencia para la venta a microempresarios que le afectan en las ventas?	Muchas veces ellos tienen sus promociones, un marco para que se puedan identificar: Banco Azteca tiene una tasa de interés más alta para el sector micro financiero el 100%,	La competencia tiene promociones.

	igual forma tenemos cooperativas con una tasa del 22% 20% entonces todos los clientes se van con esta cooperativa, si fuese así Banco Azteca ya hubiera desaparecido, tendrán ellos a sus ejecutivos en constante capacitación? para que su cartera pueda crecer o realmente el pago de las comisiones son muy atractivos para que se vayan hasta debajo de las piedras, los convencen y se los llevan, de todo hay en el mercado.	
--	---	--

Entrevista:		
Nombre: Silvia Castillo		
Cargo: Ejecutiva de ventas		
Preguntas	Hallazgos	
1 ¿Cuáles son los requisitos que se solicitan a los microempresarios para el otorgamiento de créditos?	Facturas de comercio, DUI y NIT, lo que es un tipo de garantía que puede ser un fiador, o tipo de garantía prendaria, en este caso hay varios tipos de microempresarios, el que declara IVA el que declara renta, ellos normalmente tiene un local, tienen facturas eso para un microempresario es normal, en el caso de comerciantes ambulantes no cuentan con esta información nos toca a nosotros hacer el levantamiento de información, se hace una serie de preguntas, se hace un balance, aparte de eso se hace una constatación de donde la persona vive, y	Los requisitos dependen del tipo de microempresario, sin garantía no se puede otorgar el crédito,

	referencia de las personas que lo rodean, garantías judiciarias, garantías prendarias que puede ser un vehículo o vivienda, sin garantía no se puede otorgar.	
2 ¿Considera que son competitivos los requisitos que se solicitan a los microempresarios para el otorgamiento de créditos?	Estamos prácticamente a nivel con la competencia	La diferencia es mínima.
3 ¿Qué requisito modificaría para facilitar el otorgamiento de créditos?	Nosotros antes teníamos una garantía PROGAPE, que otros si lo tienen y lo hemos dejado de hacer de cierta manera no es algo tan cómodo para el comerciante que en lo personal retomar esa parte, porque se da el fenómeno que los comerciantes no cuentan o carecen de	Que la garantía PROGAPE de nuevo sea una opción, o tener otra opción de garantía para los microempresarios

	garantías, a pesar que ya ha tenido la experiencias de tener comerciantes fuertes es cuando usted les pregunta no tienen bienes a pesar que sus negocios son fuertes. Tipo como buscar una garantía opcional para no decirles que no. Algo que nos les mencione es que el fiador debe tener buen record crediticio.	
4 ¿Qué productos financieros vende usted?	Créditos de consumo, vivienda, populares tarjetas de crédito Fedebanking lo que es salud a tu alcance, cuenta de ahorro cuenta de ahorro programado, depósitos a plazo fijo, todos esos.	Todos los productos que ofrece la Caja de Crédito de Suchitoto.
5 ¿Cuáles son los porcentajes de comisión por producto a las que aplica?	La forma de pago de la comisión es en base al 80% de la meta para que usted pueda tener	El 80% de comisión al superar la meta de \$100,000 al mes por todas las ventas

	derecho a comisionar, teníamos una meta de \$100,000, va haber una modificación de \$75,000 según nos comentó el jefe de negocios es una propuesta, esperamos que para noviembre este avalada	
6 ¿Considera usted que las comisiones definidas para la venta a microempresarios son atractivas?	Más o menos	No muy de acuerdo
7 ¿Considera que usted que las metas de venta definidas para la venta al microempresarios son alcanzables para los vendedores?	Actualmente se nos está dando un fenómeno y es que la competencia se ha vuelto bien agresiva, en lo personal se nos está dificultando un poco ya que hay ciertas condiciones dentro de la competencia que hace que no nos veamos tan atractivos, tasas de interés, plazos, montos, como le digo hay una cierta tasa de	No muy de acuerdo.

	comisiones que la competencia está sacando que nos dificulta de alguna manera en poder colocar. Lo que pasa algunas veces que se necesitan ciertas herramientas por ejemplo como considerar a la competencia en cierta manera para poder ser como atractivos es decir debe existir una modificación de la política, por eso se hace el estudio de la competencia, no me puedo igualar pero si me pongo al nivel de ellos. Actualmente considero que esa parte le falta un poco a la Caja, no digo que todo lo que haga la competencia como Caja vamos a poder darlo pero si vamos a poder tratar de alguna manera ser atractivos.	
--	--	--

8 ¿Dentro de los factores internos o externos cuales considera que son los que más afectan de manera positiva para el otorgamiento de créditos a microempresarios?	Como Caja de Crédito considero que somos flexibles de alguna manera por decir si se toma muy en cuenta como el valor humano de alguna forma por decir se toma como la referencia de un cliente conocido ya sea del pueblo, entonces esa parte ese valor humano no se pierde por ejemplo usted viene a explicar su situación y eso da margen a ser más flexibles no es como la banca que a usted le da una respuesta cerrada aprobado o denegado, la Caja no, es un poco más flexible, puede pedir una consideración como reducción del monto cosa que en otras instituciones no es tan factible.	El factor humano, la flexibilidad para dar alternativas de un crédito.
--	---	---

9 ¿Dentro de los factores internos o externos cuales considera que son los que más afectan de manera negativa para el otorgamiento de créditos a microempresarios?	Quizá actualmente lo que podría agregarle las garantías para los microempresarios a veces es un poco complicados, que significa por ejemplo la gente no cuenta con garantía hipotecaria, es claro que como caja me interesa, tendríamos que buscar una forma más flexible	Las garantías hipotecarias
10 ¿Dentro de sus actividades diarias, considera que las políticas de la CC de Suchitoto facilitan la venta al crédito a microempresarios?	Pudiera mejorarse para ser más competitivas	No muy de acuerdo.
11 ¿Considera que las políticas de crédito facilitan el alcance de las metas?	Actualmente no tanto, con las políticas que tenemos actualmente no, la competencia tiene políticas más flexibles por eso es que se va hacer una línea de promoción, los montos	No, la competencia no pide fiador en créditos que la Caja de Crédito si lo solicita.

	por cada \$6000 se pide un fiador y la competencia está sin fiador es como un poco complicado, la competencia está dando \$30,000 sin fiador y yo para darle un crédito le pido una vivienda esas son bien complicadas como llegar a competir	
12 ¿Qué opinión le merece el tiempo de respuesta del proceso para la aprobación de crédito a microempresarios?	En el caso de los microempresarios es un proceso de 10 días, en el caso de los microempresarios es un poco más largo, el de consumo son 3 días	El proceso es largo comparado con los créditos de consumo
13 ¿Considera que son necesarias las capacitaciones periódicas sobre las políticas de crédito?	Si claro es necesario.	Si claro es necesario
14 ¿Considera usted que las políticas de crédito para microempresarios que aplica la Caja de Crédito son mejores que las de la competencia?	Podemos mejorarlas	Podemos mejorarlas

15 ¿Considera usted que las políticas y herramientas para la venta al crédito a microempresarios de la Caja de Crédito de Suchitoto le facilitan el proceso de la venta contra la competencia?	Poco.	No muy de acuerdo.
16 ¿Cuáles son los elementos de las políticas de crédito para la venta a microempresarios que le facilitan la venta contra la competencia?	Realmente lo que yo puedo decir es la flexibilidad que hay dentro de la Caja como le mencionaba, el hecho que no cerramos las puertas a la gente, tal vez no le puedo ayudar con todo lo que necesita pero si me vuelvo un poco flexible de poder otorgarle aunque sea una parte para poder ayudarlo a mejorar su situación actual o brindar una alternativa.	La flexibilidad para dar una alternativa de crédito.

17 ¿Cuáles son los puntos fuertes de la competencia para la venta a microempresarios que le afectan en las ventas?	Como le mencionaba en relación a los montos la competencia anda bastante agresiva, actualmente las garantías más bien ellos están dando montos sin garantía, los plazos andan bastante atractivos dentro de los 20 años, nosotros 10 y 12.	Créditos sin garantía, los plazos más atractivos.
---	--	---

Entrevista		
Nombre: Mario Rodríguez		
Cargo: Ejecutivo de ventas		
Preguntas	Hallazgos	Análisis
1 ¿Cuáles son los requisitos que se solicitan a los microempresarios para el otorgamiento de créditos?	Los más importante es ver para que necesita el crédito porque de eso va a depender los requisito que le voy a solicitar, pero los requisitos más fundamentales es que tenga más un año ya establecido como tal como empresa, o como microempresario y	El ejecutivo de ventas conoce de manera clara los requisitos para otorgar créditos a lo micro empresarios.

	que ya tenga una contabilidad formal donde ya pueda registrarse las ventas para ver el nivel ingreso que tiene contra los compromisos que el necesita, para la parte informal, que es la parte que usted me menciona, decir nosotros abarcamos a todos aquellos una vendedora de tortilla por ejemplo, nosotros vamos le hacemos una investigación nosotros directamente a ella nos ponemos a ver cuánto vende en un periodo de tiempo que nosotros vamos a ver vemos días buenos, días malos, días regulares en base a eso le sacamos un promedio de ventas y calculamos cuanto se	
--	--	--

	le puede otorgar que van desde \$100 hasta \$ 2,000 en créditos populares así se llaman que es para micro empresa también, El DUI, el NIT, este recibo de luz para saber dónde vive y donde tiene el negocio lo normal por decirlo así pero prácticamente documentación legal no se les pide.	
2 ¿Considera que son competitivos los requisitos que se solicitan a los microempresarios para el otorgamiento de créditos?	Si y mucho de hecho, nosotros hemos hecho bastantes estudios de mercado en donde primero la tasa de interés está por debajo de la competencia, en la caja la más cercana por ejemplo san Martin en la misma línea de crédito popular la anda arriba del 38% la de nosotros el 26% está mucho por debajo	El ejecutivo considera que los requisitos son competitivos porque manejan el 26% de tasa de interés menor que la competencia.

3 ¿Qué requisito modificaría para facilitar el otorgamiento de créditos?	Pues en realidad de los requisitos que ya tenemos creo que ninguno porque estamos bien tasa de interés estamos bien, acorde a lo que necesita el cliente estamos bien, Como no pero se logra cubrir por ejemplo tenemos un señor por haya que no quería que le tomáramos fotos a lo que hace, entonces tenemos que explicarle que no es cuestión de que no es cuestión de que nosotros se lo vamos a subir a la redes o para quitárselo si no que es parte de la política, entonces se les explica de buena manera y al final terminan accediendo.	Según lo expresado no modificaría los requisitos ya que están acorde a lo requerido, y eso es le facilita al cliente.
--	---	--

4 ¿Qué productos financieros vende usted?	Pues me toca vender créditos personales, crédito de vivienda ,crédito para microempresario o crédito popular yo soy el encargado directamente aquí en la caja soy el único que lo maneja ,tarjetas de crédito también las vendo , prácticamente todo lo que es relacionado a la venta aquí en la caja los vendo yo, Personales , de empresa se llama, de vivienda, microempresarios y tarjetas de crédito ,seguros de vida ya estamos vendiendo, estamos vendiendo servicios financieros como por ejemplo el famoso Fedebanking aunque ese es completamente gratis pero se le dice como	El ejecutivo vende todos los productos financieros que la caja de crédito comercializa.
---	--	--

	una venta cuenta de ahorro, los depósitos a plazo veo todo prácticamente, a mi toca ver todo.	
5 ¿Cuáles son los porcentajes de comisión por producto a las que aplica?	En cuestiones de comisiones en la actualidad la caja no se está manejando en comisiones, ahorita estamos en un proceso donde no se manejan comisiones, pero en cuestión de comisiones cuando se han manejado comisiones, si el nivel es bastante bajo en comparación de la competencia, el nivel de comisiones talvez porque el salario es un poquito más elevado que la competencia, Hay una meta son \$100,000 este en créditos nuevos y va dentro de créditos nuevos va lo que es	Por el momento la caja de crédito no están manejando comisiones, y cuando se tienen están en un nivel bastante bajo.

	mantenimiento de cartera y crédito completamente nuevo son \$100,000 los que se tiene que hacer.	
6 ¿Considera usted que las comisiones definidas para la venta a microempresarios son atractivas?	Nula	Nula
7 ¿Considera que usted que las metas de venta definidas para la venta a los microempresarios son alcanzables para los vendedores?	La verdad que sí, no hay ningún problema con las metas porque la necesidad del cliente siempre existe, eso siempre y la ventaja que tiene la caja o el sistema Fedecredito por decirlo así se le otorga crédito hasta las personas que están mal calificadas, entonces eso no lo toca la banca, eso no lo toca ninguna parte entonces eso lo hace competitivo.	Considera que las metas son alcanzables, ya que el sistema Fedecredito puedo otorgar créditos aun a clientes con mal record crediticio.

8 ¿Dentro de los factores internos o externos cuales considera que son los que más afectan de manera positiva para el otorgamiento de créditos a microempresarios?	Pues interno la verdad que hemos tratado de ir mejorando todo lo que se podido en el camino todas las debilidades se han tratado de ir porque a veces por tiempo de respuesta los clientes no acepten al final porque se tardó mucho entonces eso lo hemos tratado de ir mejorando, con los factores externos prácticamente pues es la competencia desleal, es que a veces del mismo sistema este tiene el 14% y le ofrece el 12% entonces la competencia es la que nos afecta ,que prácticamente contra eso no se puede hacer nada, porque de repente el cliente anda buscado la mejor condición que	Según expone el ejecutivo los factores que ayudan de manera positiva es el tiempo de respuesta, porque ya sean otorgado créditos de un día para otro, y eso es agradable a un cliente que anda necesitado de un crédito.
--	--	---

	se le pueda dar y usted ya tiene una tasa ganada con una empresa y llega el otro y le ofrece un punto menos y \$100 y se va, El tiempo de respuesta porque hemos aprobado créditos de un día para otro, hemos tenido una resolución rápida, porque el cliente yo siempre he dicho que el anda buscando crédito no lo hace porque quiere tener un ahorro es una necesidad la que tiene, entonces cuando uno tiene una necesidad lo que más espera es que se les revuelva rápido.	
--	--	--

9 ¿Dentro de los factores internos o externos cuales considera que son los que más afectan de manera negativa para el otorgamiento de créditos a microempresarios?	La competencia desleal que siempre anda tratando de hacer lo de manera cómo no debe ya que los lineamientos ya están cruzados las tasas de interés que se pueden manejar y sin embargo ellos se terminan bajando de la tasa normal promedio entonces allí prácticamente a cualquiera le quitan la cartera	Los factores que afectan de manera negativa, según el ejecutivo es la competencia desleal.
10 ¿Dentro de sus actividades diarias, considera que las políticas de la CC de Suchitoto facilitan la venta al crédito a microempresarios?	Si porque prácticamente como les decía ya están trazadas las políticas porque ya sabemos cuáles son, cuando se va a buscar a un nuevo cliente ya sabe que es lo que vamos a necesitar y que es lo se va a otorgar prácticamente todo está claro y es más fácil de hacerlo	Al conocer las políticas, le facilitan las ventas, ya que se tiene claro que se va a necesitar de un cliente.

11 ¿Considera que las políticas de crédito facilitan el alcance de las metas?	Si porque va a amarrada a la pregunta anterior, ósea como la flexibilidad de todo hace que la cosa vaya lo lleve a alcanzar a uno las metas, ósea depende de un estado mental el alcance de las metas si usted se pone bloqueo por más que le pongan las políticas de cero tasas y todo eso no las van alcanzar si van amarradas y creo que son alcanzables y están adaptadas a eso.	Todo depende del estado mental o la actitud que uno tenga, y se consideran alcanzables.
12 ¿Qué opinión le merece el tiempo de respuesta del proceso para la aprobación de crédito a microempresarios?	Bastante bueno porque hemos tenido resultado, resoluciones el crédito popular es un ejemplo práctico que tenemos nosotros, si usted hoy me cancelo ahora hoy mismo le puedo dar el dinero	El tiempo de resolución es muy aceptable ya que como caja se puede otorgar un crédito de 3 a 4 días, y la banca demora casi 15.

	es decir este día usted me cancelo el crédito \$2000 este mismo día le desembolso los \$2000 sin ningún problema, tenemos una resolución bastante adecuada, En todo lo que llevamos la verificación podríamos tardarnos unos 3 a 4 días como máximo, es correcto ya que hay bancos que llegan 15 días y uno esperando.	
13 ¿Considera que son necesarias las capacitaciones periódicas sobre las políticas de crédito?	Si porque la verdad que todo va cambiado, las leyes, la necesidad del cliente todo va cambiando uno debe de irse adaptando a eso y la única forma es a través de las capacitaciones. Si nosotros recibimos	Las capacitaciones son muy importantes ya que todo va cambiando, y las realizan semanalmente y cuando son programadas cada 3 meses.

	capacitaciones en línea las hacemos semanalmente nos envían actualizaciones y se programan cada 3 meses de acuerdo a la necesidad van saliendo.	
14 ¿Considera usted que las políticas de crédito para microempresarios que aplica la Caja de Crédito son mejores que las de la competencia?	Pues mejores que las competencia ósea , en cuestiones de más pequeños si , ya en términos de créditos más grandes estamos un poquito por debajo en cuestiones de tasa de interés allí si la competencia no tiene un poquito, pero la adaptación de la política la tratamos de adaptar al beneficio del cliente y al final logramos que el cliente se adapte y trabaje con nosotros por el tiempo de resolución de los créditos y por la	En cuestión de créditos más grandes si están por debajo de la competencia por la adaptación de la política, la caja de crédito gira su enfoque y trata de convencer al cliente que trabaje con ellos por el tiempo de resolución.

	atención que se le presta a veces no compete mucho la tasa , entonces se puede decir que las políticas si están adaptadas, Cada caja tiene, somos independientes en ese aspecto, nos rige un reglamento como la norma 22 y cosa por el estilo que son genéricas para todas las cajas, pero a la hora de aplicación en tasas de interés como en plazos y en condiciones de garantía todas tenemos propias políticas.	
15 ¿Considera usted que las políticas y herramientas para la venta al crédito a microempresarios de la Caja de Crédito de Suchitoto le facilitan el proceso de la venta contra la competencia?	Sí, porque el ejecutivo de venta debe estar convencido del producto que vende.	El ejecutivo debe de conocer el producto que vende.

16 ¿Cuáles son los elementos de las políticas de crédito para la venta a microempresarios que le facilitan la venta contra la competencia?	El tiempo de respuesta es uno, el manejo de la tasas de interés que pueden ser flexibles de acuerdo a la necesidad y dependiendo del monto que se vaya otorgar todo eso hace que las políticas ósea que sean flexibles contra la competencia, nosotros prácticamente cuando es mentira que un cliente le quiera poner las condiciones, cuando nos dicen me están dando esta tasa de interés como le digo a la hora que nosotros calculamos la cuota que nosotros les hacemos ver allí ellos ven no es como se la están planteando, nosotros somos bien directos	El tiempo de respuesta es elemento que ayuda a las ventas, de igual manera las tasas de interés, y la transparencia con que se habla a los clientes.
--	--	---

	en decirle al cliente que verifique que lo que le estén diciendo al cliente este plasmado en un contrato, a veces a uno le dicen una cosa y no es lo que le están dando.	
17 ¿Cuáles son los puntos fuertes de la competencia para la venta a microempresarios que le afectan en las ventas?	Pues lo que nos afecta a nosotros es que pueden manejar tasas hasta por debajo del medio ponderado que nosotros tenemos eso quizás sea el punto más fuerte, porque tenemos cajas de crédito que por ejemplo tienen hasta el 12% y nosotros no podemos llegar a esa tasa de interés, o sea por la tasa promedio que nosotros manejamos el mínimo promedio de nosotros ahorita es el 19% es allí donde nos ganan.	La competencia puede manejar tasas hasta por debajo del promedio, algo que en la Caja de Crédito de Suchitoto es ahí donde ganan clientes.

Entrevista.		
Nombre: María Linares		
Cargo: Ejecutiva de ventas.		
Pregunta	Hallazgo	Análisis
1 ¿Cuáles son los requisitos que se solicitan a los microempresarios para el otorgamiento de créditos	Pues uno de los requisitos básicos es que el negocio ya tiene que estar establecido por lo menos con un año de anticipación, nos tiene que presentar los detalles de las ventas para hacer el estudio de cuanto es la ganancia que ellos tienen, eso y que vaya amparado con una garantía ya puede hipotecaria o firma solidaria, y para vendedores informarles, tenemos la línea de crédito popular que esto es para las personas que tiene negocio como lo que usted lo menciona, igual siempre se les pide una garantía que pueden ser un fiador o pueden ser los bienes del hogar, si no cumple	La ejecutiva conoce de manera clara y detalladamente los requisitos de la caja de crédito.

	con eso no se otorga, y los documentos formales que son DUI y NIT un recibo de luz reciente de donde vive y tiene que presentar el detalle de las ventas diarias y en ese caso nosotros le hacemos una visita al negocio para verificar que en realidad exista	
2 ¿Considera que son competitivos los requisitos que se solicitan a los microempresarios para el otorgamiento de créditos?	la verdad que si están estandarizados con la competencia prácticamente estamos bajo la misma modalidad que tienen las demás financieras, cooperativas o bancos	Los requisitos están estandarizados igual que el resto de entidades financieras.
3 ¿Qué requisito modificaría para facilitar el otorgamiento de créditos?	Tal vez ser un poquito más blando en lo que es la garantía dependiendo del perfil del cliente verdad porque eso sí, talvez ciertos montos tener así un requisito menos garantía, ya que si no tiene garantía La	Según lo expone podría modificarse el requisito que es la garantía, ya que muchas personas no la poseen y eso afecta al momento de otorgar créditos.

	verdad que si por ejemplo la gente del mercado no tiene televisor no tiene refrigeradora no tiene un familiar que no esté trabajando, para ellos se les hace difícil poder obtener un crédito con nosotros, y cualquier entidad financiera	
4 ¿Qué productos financieros vende usted?	Vendo los que son créditos personales, créditos hipotecarios, créditos para negocio, captación veo todo lo que es la cuenta de ahorro depósitos a plazo, cuentas de ahorro programado, prácticamente todos los productos y servicios de la caja de créditos, También, tarjetas de debito, seguros, el sistemas de salud a tu alcance, Fedebanking que es banca en línea, y todo lo que amarra con cuentas de ahorro.	Vende todos los productos financieros que la caja tiene a disposición de sus clientes.

5 ¿Cuáles son los porcentajes de comisión por producto a las que aplica?	Fíjese que eso es bien variable, porque tenemos un salario base que está un poquito arriba que las demás instituciones, no por eso verdad no uno va a decir si vendo me pagan, si no vendo también me pagan , entonces tenemos un porcentaje de comisiones de diferentes rubros, por ejemplo en mi caso es por captación, por tarjetas de crédito y por tarjetas de débito y es variable, no está definido un porcentaje en si verdad que diga usted por este crédito le van a dar tanto si no que es bien variable, es pues en créditos estamos hablando de \$75,000.00 y la comisión anda por allí de \$150.00 a \$160.00 y eso es lo que recibo	Las comisiones son variables ya que, hay un salario base arriba de la competencia, y se tiene un porcentaje por captación, por tarjetas de crédito y la comisión anda por los \$150.00 a \$160.00
--	---	--

6 ¿Considera usted que las comisiones definidas para la venta a microempresarios son atractivas	Casi estamos hablando de la pregunta anterior, porque nosotros nuestro salario base es bastante efectivo, para lo que es microempresario como le repito es una meta global no va marcada solo para micro empresario.	El salario base es bastante atractivo, y comisiones para microempresas es global con el resto de productos financieros.
7 ¿Considera usted que las metas de venta definidas para la venta a los microempresarios son alcanzables para los vendedores?	Para micro empresarios es bien difícil porque nosotros trabajamos más que todo con consumo que es el que más rápido se puede vender, con los micro empresarios es un poquito más difícil, Tenemos un porcentaje de metas por micro empresario, consumo y vivienda, para micro empresarios Anda por allí de los \$7,000.00 es por lo mismo más que todo en la zona que estamos, el microempresario para poder otorgarle un crédito, uno lo tiene que	La caja de crédito trabaja más con los créditos de consumo porque son más rápidos de vender, para microempresarios es más difícil.

	conocer bien verdad, entonces no vamos a ir y le vamos a dar un crédito a un empresario de san Martin que no sabemos cómo es su forma de trabajar	
8 ¿Dentro de los factores internos o externos cuales considera que son los que más afectan de manera positiva para el otorgamiento de créditos a microempresarios?	Tal vez una de las fortalezas podrían ser que damos una atención bien personalizada y una respuesta rápida, no estamos con mucho tiempo, si le decimos si y si no igual.	La atención personaliza y una resolución rápida considera que son factores que ayudan a otorgar créditos.
9 ¿Dentro de los factores internos o externos cuales considera que son los que más afectan de manera negativa para el otorgamiento de créditos a microempresarios?	Quizás es un poquito engorroso lo de las garantías, porque a veces es lo que más le cuesta al cliente conseguir, sin garantía Allí se queda, podemos hacer toda la investigación la documentación del cliente las investigaciones que nosotros hacemos, pero	La garantía que se solicita al cliente afecta de manera negativa, ya que mucho de ellos no la poseen y no eso limita a otorgar créditos.

	si no está definido que va a dejar de garantía allí está el stop.	
10 ¿Dentro de sus actividades diarias, considera que las políticas de la CC de Suchitoto facilitan la venta al crédito a microempresarios?	Si eso sí, eso está bien definido.	Las políticas están bien definidas.
11 ¿Considera que las políticas de crédito facilitan el alcance de las metas?	No al 100% porque hay algunas cositas que si podríamos cambiar para mejorar la colocación de los créditos, me refiero a tasas, comisiones.	Hay políticas que pueden modificarse para mejorar la colocación de créditos, y podrían ser las tasas de interés.
12 ¿Qué opinión le merece el tiempo de respuesta del proceso para la aprobación de crédito a microempresarios?	Pues como le digo nosotros damos una respuesta bastante rápida, pero también va a depender del solicitante si nos presenta toda la documentación verdad, bueno tenemos casos que vienen a dejar un documento hoy, vienen a dejar otro documento pasado mañana, entonces para ellos	El tiempo de respuesta de la caja de crédito es bastante adecuado, siempre y cuando el cliente complete la documentación requerida, se puede otorgar el crédito en 24 horas.

	comenzó el tramite desde hoy, pero en realidad no fue así, comienza el tramite hasta que esta la documentación completa, al tenerla completa en 24 horas, estamos bastante competitivos.	
13 ¿Considera que son necesarias las capacitaciones periódicas sobre las políticas de crédito?	Si son necesarias, Cada 3 a 4 mes lo que pasa es que se van actualizando, se van sacando promociones hay que estarnos capacitándonos constantemente, y tenemos un taller de negocios los días lunes.	Son necesarias las capacitaciones, porque se debe de estar actualizado, ya que en ocasiones hay promociones, así que se realiza un taller de negocios los días lunes.
14 ¿Considera usted que las políticas de crédito para microempresarios que aplica la Caja de Crédito son mejores que las de la competencia?	Pues haciendo un sondeo en lo que el cliente dice que es mejor, es en la tasa de interés verdad y en el caso de nosotros para los microempresarios, si tenemos un poquito más bajo el interés que la competencia	Se ha realizado un sondeo con clientes de la entidad financiera, que consideran que la tasa es más baja.

15 ¿Considera usted que las políticas y herramientas para la venta al crédito a microempresarios de la Caja de Crédito de Suchitoto le facilitan el proceso de la venta contra la competencia?	Si nosotros un poquito más prácticos. Es decir rapidez.	Son más prácticos
16 ¿Cuáles son los elementos de las políticas de crédito para la venta a microempresarios que le facilitan la venta contra la competencia?	Una es la tasa, este la que nosotros podemos dar una atención personalizada, nosotros mismos hacemos el análisis del cliente, nos acompaña de una vez el jefe de negocios para poder hacer la verificación del negocio, especialmente la tasa de interés.	Los elementos que favorecen el otorgamiento de créditos son la atención personalizada, la tasa de interés y que el jefe de negocios acompaña para verificar el negocio.
17 ¿Cuáles son los puntos fuertes de la competencia para la venta a microempresarios que le afectan en las ventas?	Quizá con ellos, ahí es como, como cuestiones de garantías que hay competencia que no piden garantía, se los dan así sin garantía más que todo a la microempresa.	La competencia no pide garantía, ese factor hace que la competencia sea más fuerte.

Capítulo V

Conclusiones

Como resultado de la investigación los datos recopilados y analizados, se proporcionan las conclusiones respectivas.

5.1 Conclusiones

- La fuerza de venta, menciona que conoce los requisitos exigidos por la Caja de Crédito para el otorgamiento de créditos a los microempresarios. Además, los requisitos que solicita la Caja de Crédito de Suchitoto son normalmente los que manejan las demás entidades financieras
- En relación a los requisitos exigidos para el otorgamiento de los créditos, 2 de los 3 vendedores consideran necesario evaluar las políticas de crédito vigentes, pues ven la posibilidad de no solicitar garantías para algunos tipos de créditos, así como la opción de volver a solicitar la garantía PROGAPE, pues este punto se vuelve crítico para colocar los créditos, pues la competencia no las solicita. Esto dista de la visión de la alta gerencia, quienes consideran que no es necesario modificar ningún requisito para el otorgamiento de los créditos.
- Toda la fuerza de venta realiza la gestión de venta, de todos los productos financieros del catálogo, así como tienen también la responsabilidad de realizar la cobranza de los mismos. La comisión recibida

por los vendedores es por el alcance global de metas sin importar el tipo de productos financieros que vendan.

- Las gerencias evaluadas concuerdan que existe un plan de incentivos para todo el que genera una venta. Sin embargo, uno de los vendedores informó que desconoce sobre la existencia de un plan de comisiones sobre las ventas; para el caso de los otros dos vendedores cada uno difiere de la meta y el porcentaje de comisión. Para uno la meta para ganar comisiones es de \$100,000.00 mensuales, pero para el otro la comisión se logra a partir de los \$75,000 mensuales.
- Estos vendedores también expresaron que el plan de incentivos aplicado por la Caja de Crédito no es atractivo para ellos. En el caso de la gerencia general considera que nunca van a ser atractivos los planes de incentivos y el jefe de negocio considera que si lo son.
- La fuerza de venta, menciona que tiene dificultad para llegar a la meta de venta, sobre todo en la colocación de créditos a microempresarios. Tanto la gerente de la Caja de Crédito, como el Jefe de negocios, consideran que los vendedores prefieren enfocarse en los créditos de consumo, debido a que es más fácil la recuperación de la mora.
- Los factores internos y externos que favorecen el otorgamiento de créditos son valor humano, Tiempos de respuesta, Flexibilidad para dar alternativas, posición de la marca y cercanía con la gente. Mientras que los factores que afectan de manera negativa el otorgamiento son la competencia

desleal, garantía hipotecaria y la mala calificación crediticia de los prospectos.

- Los elementos que facilitan la venta de créditos a los microempresarios contra la competencia son tiempo de respuesta, algunas veces las tasas de interés, la cercanía con los clientes; además, que la Caja de Crédito atiende a un sector del mercado que la banca tradicional no atiende.
- Los puntos fuertes de la competencia que afectan las ventas a microempresarios generalmente son: tasa de interés menor, solicitud de menos garantías y promociones especiales.

Referencias

- Agrícola, B. (2013). *Productos de financiación*. Recuperado de <http://www.bancoagricola.com/ créditos/article/productos-de-financiación.html>
- Asociation, A. M. (2008). *Concepto de venta*. [Registro web]. Recuperado de <http://docenciamanagementymkt.blogspot.com/2008/06/concepto-de-venta.html>
- Banco Popular Dominicano, B. (2014). *Diferencias entre el crédito financiero y el crédito comercial*. Recuperado de <http://impulsapopular.com/finanzas/diferencias-entre-el-crédito-financiero-y-el-crédito-comercial/>
- BMI. (2015). *Cursos generales de crédito*. Recuperado de http://portal.bandesal.gob.sv/portal/page/portal/BMI_PORTAL_RRDD/BMI_CURSOS_ONLINE_RRDD/BMI_CURSOS_MOD_1/BMI_CURSOS_MOD_1_1/BMI_CURSOS_GENERAL_CREDITO
- Caja de Crédito de Suchitoto. (2017). *Historia CCSuchitoto*. Recuperado de <http://ccsuchitoto.com/qsomos-historia.php>
- Caja de Crédito de Suchitoto. (2017). *Reporte colocación de créditos MyPES de los últimos 5 años*. Cuscatlán: Caja de crédito
- Caja de Crédito de Suchitoto. (2010). *Manual de organización y funciones de caja de crédito de suchitoto*. Cuscatlán: Caja de crédito.
- Caja de Crédito de Suchitoto. (2017). *Reporte Anual Colocación de Créditos*. Cuscatlán: Caja de crédito.
- Cañas. C. (2013). *FEDECREDITO*. Recuperado de <https://www.fedecredito.com.sv/documentos/historia-FEDE-nov-2013.pdf>
- Carlos. (2013). *Crédito y cobranza en las PyMES*. Recuperado de <https://credito ycobranza.wordpress.com/2013/10/31/funciones-del-departamento-decredito-y-cobranza/>

- CONAMYPE. (2007). *Boletín económico*. Recuperado de <http://www.bcr.gob.sv/bcrsite/uploaded/content/category/312332477.pdf>
- Cultural, S. A. (1999). *Diccionario de Marketing*. Barcelona: Cultural.
- Esan. (2016). *La política de créditos de una entidad financiera*. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/12/la-politica-de-credit-os-de-una-entidad-financiera/>
- Fisher, L. (2007). *Mercadotecnia*. México, D. F.: Mc Graw Hill.
- Negocios, C. (2015). *Crece negocios*. Recuperado de <https://www.crecenegocios.com/la-fuerza-de-ventas/>
- Real Academia Española. (2017). *Venta*. Recuperado de <http://del.rae.es/?id=bXt7EYJ>
- Reina. (2015). *Los requisitos para un préstamo*. [Registro web]. Recuperado de <https://prestadero.com/blog/los-requisitos-para-un-prestamo/>
- Roberto Sampieri, C. F. (2010). *Metodología de la investigación*. México, D. F.: Mac Graw Hill.
- Romero. (2011). *Estrategias de mercado*. Palmir.
- Thompson, I. (2006). *Concepto de venta*. Recuperado de https://www.google.com.sv/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CCAQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.promonegocios.net%2Fmercadotecnia%2Fdefinicion-concepto-venta.htm&ei=olskVMYzFpDbsASOoYCwBQ&usg=AFQjCNHuswf6SNnjp6a47BB_RL6Rzhpw9g
- Valle, E. E. (2005). *Estudiando Contaduría*. Recuperado de https://estudiandocontaduria.weebly.com/uploads/5/5/8/4/55841217/credito_cobranza.pdf

Anexos

Universidad Tecnológica de El Salvador

GUIA DE ENTREVISTA PARA VENDEDORES

Objetivo: Recopilar información para ser utilizada como recurso en la realización de nuestra investigación enfocada en las políticas de venta al crédito de la CAJA DE CREDITO DE SUCHITOTO por lo que con todo respeto me dirijo a usted y a la vez agradeciendo su valiosa colaboración:

INDICACIONES: A continuación, se presentan una serie de preguntas, las cuales serán leídas en voz alta y grabadas por el entrevistador.

DATOS GENERALES:

Nombre: _____

Cargo: _____

Tiempo en el puesto: _____

Día: _____ Hora: _____ Duración: _____

1 ¿Cuáles son los requisitos que se solicitan a los microempresarios para el otorgamiento de créditos?

2 ¿Considera que son competitivos los requisitos que se solicitan a los microempresarios para el otorgamiento de créditos?

3 ¿Qué requisito modificaría para facilitar el otorgamiento de créditos?

4 ¿Qué productos financieros vende usted?

5 ¿Cuáles son los porcentajes de comisión por producto a las que aplica?

6 ¿Considera usted que las comisiones definidas para la venta a microempresarios son atractivas?

7 ¿Considera usted que las metas de venta definidas para la venta al microempresarios son alcanzables para los vendedores?

8 ¿Dentro de los factores internos o externos cuales considera que son los que más afectan de manera positiva para el otorgamiento de créditos a microempresarios?

9 ¿Dentro de los factores internos o externos cuales considera que son los que más afectan de manera negativa para el otorgamiento de créditos a microempresarios?

10 ¿Dentro de sus actividades diarias, considera que las políticas de la CC de Suchitoto facilitan la venta al crédito a microempresarios?

11 ¿Considera que las políticas de crédito facilitan el alcance de las metas?

12 ¿Qué opinión le merece el tiempo de respuesta del proceso para la aprobación de crédito a microempresarios?

13 ¿Considera que son necesarias las capacitaciones periódicas sobre las políticas de crédito?

14 ¿Considera usted que las políticas de crédito para microempresarios que aplica la Caja de Crédito son mejores que las de la competencia?

15 ¿Considera usted que las políticas y herramientas para la venta al crédito a microempresarios de la Caja de Crédito de Suchitoto le facilitan el proceso de la venta contra la competencia?

16 ¿Cuáles son los elementos de las políticas de crédito para la venta a microempresarios que le facilitan la venta contra la competencia?

17 ¿Cuáles son los puntos fuertes de la competencia para la venta a microempresarios que le afectan en las ventas?

Universidad Tecnológica de El Salvador

GUIA DE ENTREVISTA PARA JEFE DE NEGOCIOS

Objetivo: Recopilar información para ser utilizada como recurso en la realización de nuestra investigación enfocada en las políticas de venta al crédito de la CAJA DE CREDITO DE SUCHITOTO por lo que con todo respeto me dirijo a usted y a la vez agradeciendo su valiosa colaboración:

INDICACIONES: A continuación, se presentan una serie de preguntas, las cuales serán leídas en voz alta y grabadas por el entrevistador.

DATOS GENERALES:

Nombre: _____

Cargo: _____

Tiempo en el puesto: _____

Día: _____ Hora: _____ Duración: _____

1 ¿Cuáles son los requisitos que solicitan los vendedores a los microempresarios para el otorgamiento de créditos?

2 ¿Considera que son competitivos los requisitos que se solicitan a los microempresarios para el otorgamiento de créditos?

3 ¿Qué requisito modificaría para facilitarle a los vendedores el otorgamiento de créditos?

4 ¿Qué productos financieros venden los ejecutivos de venta de la Caja de Crédito de Suchitoto?

5 ¿Cuáles son los porcentajes de comisión por producto a las que aplican los vendedores?

6 ¿Considera usted que las comisiones definidas para la venta a microempresarios son atractivas para los vendedores?

7 ¿Considera usted que las metas de venta definidas para la venta a microempresarios son alcanzables para los vendedores?

8 ¿Dentro de los factores internos o externos cuales considera que son los que más afectan de manera positiva a los vendedores para el otorgamiento de créditos a microempresarios?

9 ¿Dentro de los factores internos o externos cuales considera que son los que más afectan de manera negativa a los vendedores para el otorgamiento de créditos a microempresarios?

10 ¿Dentro de las actividades diarias de los vendedores, considera que las políticas de la CC de Suchitoto facilitan la venta al crédito a microempresarios?

11 ¿Considera que las políticas de crédito facilitan el alcance de las metas?

12 ¿Qué opinión le merece el tiempo de respuesta del proceso para la aprobación de crédito a microempresarios?

13 ¿Considera que son necesarias las capacitaciones periódicas sobre las políticas de crédito?

14 ¿Considera usted que las políticas de crédito para microempresarios que aplica la Caja de Crédito son mejores que las de la competencia?

15 ¿Considera usted que las políticas y herramientas para la venta al crédito a microempresarios de la Caja de Crédito de Suchitoto le facilitan a los vendedores el proceso de la venta contra la competencia?

16 ¿Cuáles son los elementos de las políticas de crédito para la venta a microempresarios que le facilitan la venta contra la competencia a los vendedores?

17 ¿Cuáles son los puntos fuertes de la competencia para la venta a microempresarios que le afectan en las ventas a los vendedores?

Universidad Tecnológica de El Salvador

GUIA DE ENTREVISTA PARA GERENTE GENERAL

Objetivo: Recopilar información para ser utilizada como recurso en la realización de nuestra investigación enfocada en las políticas de venta al crédito de la CAJA DE CREDITO DE SUCHITOTO por lo que con todo respeto me dirijo a usted y a la vez agradeciendo su valiosa colaboración:

INDICACIONES: A continuación, se presentan una serie de preguntas, las cuales serán leídas en voz alta y grabadas por el entrevistador.

DATOS GENERALES:

Nombre: _____

Cargo: _____

Tiempo en el puesto: _____

Día: _____ Hora: _____ Duración: _____

1 ¿Cuáles son los requisitos que solicitan los vendedores a los microempresarios para el otorgamiento de créditos?

2 ¿Considera que son competitivos los requisitos que se solicitan a los microempresarios para el otorgamiento de créditos?

3 ¿Qué requisito modificaría para facilitarle a los vendedores el otorgamiento de créditos?

4 ¿Qué productos financieros venden los ejecutivos de venta de la Caja de Crédito de Suchitoto?

5 ¿Cuáles son los porcentajes de comisión por producto a las que aplican los ejecutivos de venta?

6 ¿Considera usted que las comisiones definidas para la venta a microempresarios son atractivas para los vendedores?

7 ¿Considera usted que las metas de venta definidas para la venta a microempresarios son alcanzables para los vendedores?

8 ¿Dentro de los factores internos o externos cuales considera que son los que más afectan de manera positiva a los vendedores para el otorgamiento de créditos a microempresarios?

9 ¿Dentro de los factores internos o externos cuales considera que son los que más afectan de manera negativa a los vendedores para el otorgamiento de créditos a microempresarios?

10 ¿Dentro de las actividades diarias de los vendedores, considera que las políticas de la CC de Suchitoto facilitan la venta al crédito a microempresarios?

11 ¿Considera que las políticas de crédito facilitan el alcance de las metas a los vendedores?

12 ¿Qué opinión le merece el tiempo de respuesta del proceso para la aprobación de crédito a microempresarios?

13 ¿Considera que son necesarias las capacitaciones periódicas sobre las políticas de crédito?

14 ¿Considera usted que las políticas de crédito para microempresarios que aplica la Caja de Crédito son mejores que las de la competencia?

15 ¿Considera usted que las políticas y herramientas para la venta al crédito a microempresarios de la Caja de Crédito de Suchitoto le facilitan a los vendedores el proceso de la venta contra la competencia?

16 ¿Cuáles son los elementos de las políticas de crédito para la venta a microempresarios que le facilitan la venta contra la competencia a los vendedores?

17 ¿Cuáles son los puntos fuertes de la competencia para la venta a microempresarios que le afectan en las ventas a los vendedores?
