



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL

Aplicación de la curva de aprendizaje para incrementar el nivel de ventas en la institución financiera crediscotia de la agencia plaza norte

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
INGENIERO EMPRESARIAL**

AUTOR:

Víctor Emanuel Pajares Llanos

ASESOR:

Ing. Fernando Suca Apaza

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Estrategia y Planeamiento

LIMA – PERÚ

2017

Página del jurado

Dr.
PRESIDENTE

Dr.
SECRETARIO

Dr.
VOCAL

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis padres Víctor Antonio Pajares Álvarez y Matilde Llanos Vargas que siempre me brindaron su apoyo incondicional en la parte moral y económicamente para poder llegar a ser un profesional.

También dedico a mi abuela materna, a mis hermanos, a mis sobrinos y demás familiares quienes han sido mi mayor motivación para no rendirme y llegar a ser un profesional y ejemplo para toda la familia.

AGRADECIMIENTOS

Le agradezco a Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque está haciendo realidad mi gran sueño anhelado.

Son muchas aquellas personas que han formado parte de mi vida de estudiante y universitario a quienes me gustaría retribuirles mucho su aprecio, consejos, apoyo, actitud y acompañamiento en los instantes más duros en mi vida.

También agradezco a los docentes especialistas por quienes he llegado adquirir los conocimientos necesarios para desarrollar mis tesis de manera especial.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo **Pajares Llanos, Víctor Emanuel** con **DNI N.º 70185306**, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, **Facultad de Ingeniería, Escuela Profesional de Ingeniería Empresarial**, , declaro bajo juramento que toda documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Asimismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por la cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima..... De..... del 2017

Victor Emanuel Pajares Llanos
DNI 70185306

Presentación

Señores Miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “APLICACIÓN DE LA CURVA DE APRENDIZAJE PARA INCREMENTAR EL NIVEL DE VENTAS EN LA INSTITUCIÓN FINANCIERA CREDISCOTIA DE LA AGENCIA PLAZA NORTE”, la misma que someto a vuestra consideración y espero cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Ingeniero Empresarial.

Victor Emanuel Pajares Llanos

PAGINAS PRELIMINARES

Página del jurado.....	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice.....	vii
Índice de anexos.....	viii
Índice de gráficos.....	ix
Índice de tablas.....	x
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Realidad Problemática.....	2
1.2 Trabajos previos.....	6
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	10
1.4 Formulación del problema.....	13
1.5 justificación del estudio.....	14
1.6 Hipótesis.....	15
1.7 Objetivos.....	16
II. MÉTODO.....	17
2.1 Diseño de investigación.....	18
2.2 Variables, operacionalización.....	19
2.3 Población y muestra.....	20
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	21
2.5 Métodos de análisis de datos.....	30
2.6 Aspectos éticos.....	32
2.7. Desarrollo de la propuesta de mejora.....	34

III. RESULTADOS.....	57
IV. DISCUSIÓN.....	78
V.CONCLUSIONES.....	79
VI RECOMENDACIONES.....	80
VII. REFERENCIAS.....	81
ANEXOS.....	82
Anexo 1: Resultado del turnitin (Porcentaje de similitud).....	82
Anexo 2: Certificado de validez del instrumento (experto n° 1).....	83
Anexo 3: Certificado de validez del instrumento (experto n° 2).....	83
Anexo 4: Certificado de validez del instrumento (experto n° 3).....	84
Anexo 5: Reporte de las ventas de Enero.....	85
Anexo 6: Reporte de las ventas de Febrero.....	86
Anexo 7: Reporte de las ventas de Marzo.....	87
Anexo 8: Reporte de las ventas de Abril.....	88
Anexo 9: Reporte de las ventas de Mayo.....	89
Anexo 10: Reporte de las ventas de Junio.....	90
Anexo 11: Reporte de las ventas de Julio.....	91
Anexo 12: Reporte de las ventas de Agosto.....	92
Anexo 13: Reporte de las ventas de Septiembre.....	93
Anexo 14: Imágenes de reuniones previas.....	94
Anexo 15: Soliciitud de crédito personal.....	95
Anexo 16: Formato de números telefónicos de referencias familiares.....	96
Anexo 17: Solicitud de seguro de desempleo involuntariado e incapacidad laboral.....	97
Anexo 18: Seguro de degravamen de crédito.....	98
Anexo 19: Solicitud de tarjeta de crédito.....	99
Anexo 20: Formato de primera firma y huella digital.....	100
Anexo 21: Formato de la segunda firma y huella digital.....	101
Anexo 22: Ejemplo de como aplicar la curva de aprendizaje.....	102

Índice de gráficos

Gráfico 1: Diagrama de Ishikawa.....	4
Gráfico 2: Diagrama de Pareto.....	5
Gráfico 3: Índice de créditos de Enero.....	24
Gráfico 4: Índice de créditos de Febrero.....	25
Gráfico 5: Índice de créditos de Marzo.....	26
Gráfico 6: Tarjetas de crédito afiliadas en Enero.....	28
Gráfico 7: Tarjetas de crédito afiliadas en Febrero.....	29
Gráfico 8: Tarjetas de crédito afiliadas en Marzo.....	30
Gráfico 9: Diagrama de procesos de otorgamiento de crédito personal(Antes de la mejora)	34
Gráfico 10: Diagrama de procesos de afiliación de tarjeta de crédito (Antes de la mejora)	37
Gráfico 11: Diagrama de procesos de otorgamiento de crédito personal.....	41
Gráfico 12: Diagrama de procesos de afiliación de tarjeta de crédito.....	43
Gráfico 13: Operaciones realizadas en el mes de Marzo.....	43
Gráfico 14: Proceso de otorgamiento de crédito personal.....	50
Gráfico 15: Proceso de afiliación de tarjeta de crédito.....	52
Gráfico 16: Operaciones realizadas en la primera semana de abril.....	60
Gráfico 17: Operaciones realizadas en la segunda semana de abril.....	61
Gráfico 18: Operaciones realizadas en la tercera semana de abril.....	61
Gráfico 19: Operaciones realizadas en la cuarta semana de abril.....	62
Gráfico 20: Nivel de ventas (Julio, 2017).....	64
Gráfico 21: Nivel de ventas (Agosto, 2017)	65
Gráfico 22: Nivel de ventas (Septiembre, 2017).....	65

Índice de Tablas

Tabla 1: Tabla de valoración.....	5
Tabla 2: Matriz de operacionalización y variables.....	19
Tabla 3: Créditos desembolsados en Enero.....	24
Tabla 4: Créditos desembolsados en Febrero.....	25
Tabla 5: Créditos desembolsados en Marzo.....	26
Tabla 6: Tarjetas de crédito afiliadas en Enero.....	27
Tabla 7: Tarjetas de crédito afiliadas en Febrero.....	28
Tabla 8: Tarjetas de crédito afiliadas en Marzo.....	29
Tabla 9: Tiempo de proceso de otorgamiento de crédito personal (Antes de la mejora)	35
Tabla 10:Tiempo de proceso de afiliación de tarjeta de crédito (Antes de la mejora).....	38
Tabla 11: Nivel de ventas pre-test de Enero.....	39
Tabla 12:Nivel de ventas pre-test de Febrero.....	39
Tabla 13:Nivel de ventas de pre-test de Marzo.....	40
Tabla 14: Proceso de otorgamiento de crédito personal.....	42
Tabla 15: Proceso de afiliación de tarjeta de crédito.....	44
Tabla 16: Operaciones realizadas en la 1ra semana de Marzo.....	46
Tabla 17: Operaciones realizadas en la 2da semana de Marzo.....	46
Tabla 18: Operaciones realizadas en la 3ra semana de Marzo.....	47
Tabla 19:Operaciones realizadas en la 4ta semana de Marzo.....	47
Tabla 20: Tiempo de proceso de otorgamiento de crédito personal.....	51
Tabla 21: Tiempo de proceso de afiliación de tarjeta de crédito.....	53
Tabla 22: Nivel de ventas de Abril.....	54
Tabla 23: Nivel de ventas de Mayo.....	54
Tabla 24: Nivel de ventas de Junio.....	55
Tabla 25: Nivel de ventas de Julio.....	55
Tabla 26: Nivel de ventas de Agosto.....	55
Tabla 27: Nivel de ventas de Septiembre.....	56

Tabla 28: Análisis del Beneficio.....	56
Tabla 29: Costo de mano de obra directa.....	56
Tabla 30: Análisis de beneficio/costo.....	57
Tabla 31: Tiempo de proceso de créditos otorgados en la primera semana de abril.....	58
Tabla 32: Tiempo de proceso de créditos otorgados en la segunda semana de abril.....	58
Tabla 33: Tiempo de proceso de créditos otorgados en la tercera semana de abril.....	59
Tabla 34:Tiempo de proceso de créditos otorgados en la cuarta semana de abril.....	59
Tabla 35:Análisis descriptivo de la variable independiente (curva de aprendizaje).....	63
Tabla 36: Análisis descriptivo de la variable dependiente (Nivel de ventas).....	67
Tabla 37:Prueba de normalidad para nivel de ventas.....	68
Tabla 38: Comparación de medias para nivel de ventas.....	68
Tabla 39: Estadísticos de prueba Wilcoxon para Nivel de ventas.....	69
Tabla 40: Análisis descriptivo (Índice de créditos).....	70
Tabla 41:Prueba de normalidad (Índice de créditos).....	71
Tabla 42: Correlación de muestras relacionadas (Índice de créditos).....	72
Tabla 43:Prueba de muestras relacionadas(nivel de significancia) para índice de créditos.....	72
Tabla 44: Estadísticos de prueba Wilcoxon para Índice de créditos.....	73
Tabla 45: Análisis descriptivo (Índice de tarjetas de crédito).....	74
Tabla 46: Prueba de normalidad para Índice de tarjetas de crédito.....	75
Tabla 47: Comparación de medias con prueba T-Student para Índice de tarjetas de crédito.....	76
Tabla 48: Análisis estadístico de muestras relacionadas del Índice de tarjetas de crédito.....	77

RESUMEN

En la investigación “Aplicación de la curva de aprendizaje para incrementar el nivel de ventas en la Institución Financiera Crediscotia de la agencia Plaza Norte” el objetivo fue determinar cómo aplicar la curva de aprendizaje para incrementar el nivel de ventas en la Institución Financiera Crediscotia de la agencia Plaza Norte, la cual se aplicó mediante la reducción del tiempo de espera que fue planteada con la disminución de documentos y expedientes tanto por rellenar como por validar y mediante el apoyo de los ejecutivos comerciales que día a día se dedican a ofrecer y otorgar créditos personales y/o tarjetas de crédito. Por otro lado se desarrollaron flujogramas del proceso tanto de otorgamiento de créditos personales como de afiliación de tarjetas de crédito para determinar los procesos innecesarios que generaron mayores problemas como la demora en el proceso de otorgamiento e implementar mejoras al proceso y se generaron fichas de procesos para hacer un seguimiento de los indicadores planteados y medir el incremento del nivel de ventas. La metodología de estudio fue de tipo aplicada, de diseño cuasi experimental. La población estuvo conformada por los créditos otorgados de 12 semanas de la Institución Financiera Crediscotia de la agencia Plaza Norte. La muestra fue igual a población tanto los créditos personales otorgados como las tarjetas de crédito afiliadas de 12 semanas, comprendidos durante los meses de Enero hasta Septiembre del año 2017. La técnica empleada fue la observación y el instrumento la ficha de observación, así mismo la validación se realizó mediante el juicio de expertos. Para el análisis de datos se utilizó el programa SPSS Versión 21, en el que se aplicó la estadística descriptiva e inferencial de la variable en estudio. Como conclusión se obtuvo que se aceptó la hipótesis general, por tanto, la curva de aprendizaje incrementa el nivel de ventas en la institución Financiera Crediscotia de la agencia Plaza Norte.

ABSTRACT

In the research "Application of the learning curve to increase the level of sales in the Institution Financiera Crediscotia of the agency Plaza Norte," the objective was to determine how to apply the learning curve to increase the level of sales in the Institution Financiera Crediscotia de the agency Plaza Norte, which was applied through the reduction of the waiting time that was approved by the reduction of documents and records both for account and for the validation and through the support of the commercial executives who day after day dedicate themselves to providing and granting personal loans and / or credit cards. On the other hand, it was developed in a process flow for the granting of personal loans as a result of a series of credit cards to determine the unnecessary processes that generated major problems such as the delay in the process of granting and implementation of improvements to the process and process sheets were generated to monitor the indicators and measure the increase in the level of sales. The methodology of study was of the applied type, of quasi-experimental design. The population was made up of 12-week loans from the Institution Financiera Crediscotia of the agency Plaza Norte. The sample was both the personal loans granted and the affiliated credit cards of 12 weeks, between the months of January and September of the year 2017. The technique used was the observation and the instrument the observation sheet, also the validation was performed through expert judgment. For the data analysis the SPSS Version 21 program was used, in which the descriptive and inferential statistics of the study variable were applied. As a conclusion that was obtained that accepted the general hypothesis, therefore, the learning curve increased the level of sales in the institution Financiera Crediscotia of the agency Plaza Norte.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

Guzmán(2014) sostiene que en las empresas dedicadas a la manufactura a nivel global lo que se busca es producir mayores piezas e incrementar el nivel de sus ventas en menor tiempo esperado y así seguir generando mayores utilidades los principales problemas que hoy en día se viene enfrentando en una línea de producción es que no conocen ninguna herramienta básica que le ayudaría a crecer como persona natural y/o como empresas, tal es así que la curva de aprendizaje es una herramienta que le ayudaría a incrementar su nivel de productividad y tener éxitos a futuro.

Arias (2014) Menciona que existen evidencias sobre la medida de aplicar la curva de aprendizaje para las TIC en Colombia. Muchas investigaciones en Europa han demostrado que las herramientas existentes no pueden generalizarse a nivel mundial, por lo que es necesario aplicar las curvas particulares para cada país. A nuestro conocimiento, no se han realizado ninguna investigación que evalúen de manera conjunta el efecto de los incentivos y del aprendizaje, en la difusión de las TIC en Colombia.

Torres (2013) Menciona que en el rubro de la construcción civil viene creciendo significativamente en el Perú debido a los déficit de infraestructuras existentes. Sin embargo, la mayoría de instituciones se rige por un sistema de construcción clásica con proceso de manera ineficiente lo que viene limitando como país a crecer con menores velocidades. A menores niveles de productividad se suma la problemática de la seguridad laboral de todos los sectores. Los indicadores nos permiten visualizar la menor evolución que ha estado teniendo el rubro construcción civil en nuestro Perú a pesar del apogeo

económico sin poder ni conocer cómo aplicar alguna herramienta que los ayude a incrementar su productividad.

El principal problema de la Financiera Crediscotia de la agencia Plaza Norte hoy en día viene realizando un enfrentamiento hacia una situación problemática por la disminución de clientes debido a que no cuentan con historiales crediticios ni ningún documento legalizado que les avale para adquirir un capital de trabajo.

Donde los grupos afectados vienen siendo aquellos principales usuarios que constantemente desean adquirir un capital de trabajo principal para invertir y formar su propia fuente de ingresos que les permita desarrollarse de manera libre e independiente económicamente.

Desde el momento en que el cliente quiere solicitar un crédito y por ello debe estar limpio en el sistema financiero, es dar una respuesta rápida si cuenta con la campaña y conocer las cuotas fijas mensuales en el periodo que desea pagarlo con descuentos previos.

La Institución Financiera Crediscotia de la Agencia Plaza Norte enfrenta su problema en los altos índices de deserción mensual y anual, lo cual se evidencia en los resultados de las evaluaciones de desempeño laboral que arrojan brechas en competencias específicas como la crisis económica y la falta de desempeño laboral por parte de las mismas personas que realizan sus actividades laborales de manera informal e ilegal sin contar con ningún tipo de documentos y/o medios de aval para comenzar a tener historias crediticias.

López (2012) Menciona que de este modo y teniendo en cuenta que la curva de aprendizaje que se manejan actualmente en las instituciones ayudaran a incrementar el número de ventas que surja la necesidad de aplicar dicha herramienta que mida el nivel de éxito obtenido a través del aprendizaje en el transcurso del tiempo debido a que es un diagrama en que el eje horizontal demuestra el tiempo

estimado de cada cliente y el eje vertical demuestra el número de clientes en el determinado tiempo debido a que la curva de aprendizaje depende del proceso a través del cual, una institución va ganando experiencias y conocimientos previos que le permiten obtener óptimos resultados con un menor tiempo y esfuerzo.

Para poder identificar de manera más rápida los problemas se utilizaron el diagrama de Ishikawa y el diagrama de Pareto.

Grafico 1

Diagrama de Ishikawa

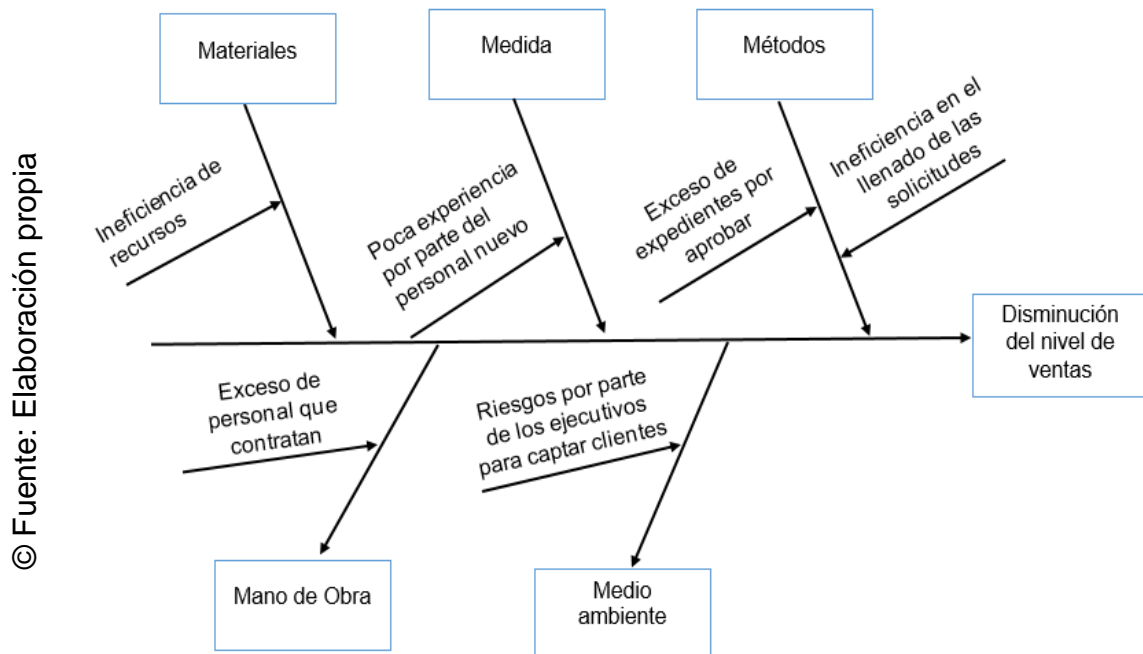


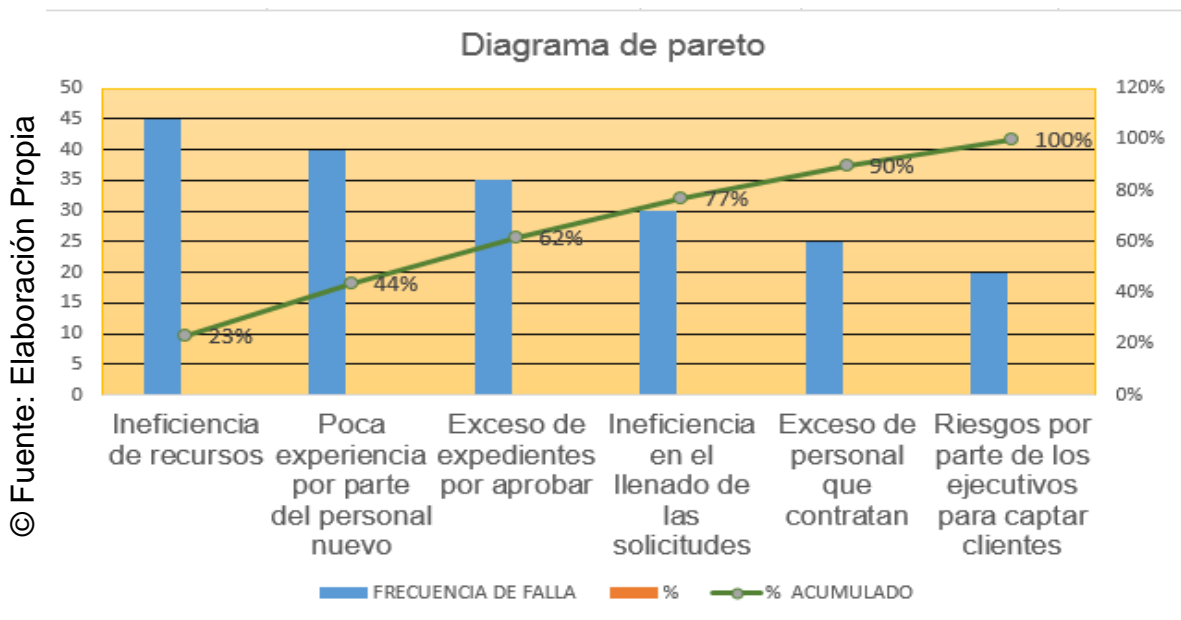
Tabla 1: Tabla de valoración

Causas	Frecuencia de falla	%	% acumulado
Ineficiencia de recursos	45	23%	23%
Poca experiencia por parte del personal nuevo	40	21%	44%
Exceso de expedientes por aprobar	35	18%	62%
Ineficiencia en el llenado de las solicitudes	30	15%	77%
Exceso de personal que contratan	25	13%	90%
Riesgos por parte de los ejecutivos para captar clientes	20	10%	100%
TOTAL	195	100%	

© Fuente: Elaboración propia

La causa de la disminución del nivel de ventas es el método y la subcausa es la falta de desarrollo de aplicar una mejora en el área comercial con respecto al tiempo de proceso de otorgamientos. A la vez mediante el diagrama de Pareto se refleja el comportamiento de las causas.

Grafico 2



Se puede visualizar lo que se tiene que corregir inmediatamente son: los tiempos de proceso de otorgamiento de sus productos (créditos personales y/o tarjetas de crédito) que son las causas más relevantes que ocasionan la disminución de nivel de ventas semanas y/o mensual.

1.2. Trabajos Previos (Antecedentes)

Según LÓPEZ (2012, p.1).En el año 2012 realizó una investigación titulada:” Aplicación de la herramienta curva de aprendizaje para incrementar los niveles de ventas en los clubes de Fitness de España” a cerca del grado de aprendizaje en los clubes de Fitness de España” cuyo objetivo general es determinar como la aplicación de la herramienta de curva de aprendizaje incrementa el nivel de ventas en los clubes de Fitness de España en el menor tiempo posible estimado mediante el cual se logró comprobar que el modelo de gestión de las cadenas o grupos de clubes era superior al de los clubes independientes. El propósito para esta diferencia está en que las cadenas tienen una curva de aprendizaje más rápida que los clubes independientes, ya que al cabo de los años se traduce en una mejor gestión y mejores resultados obtenidos en un 75% de sus niveles de ventas.

Según ARIAS (2014, p.20).Realizó una investigación en el año 2014 titulada:” Modelamiento de simulación de curva de aprendizaje para mejorar las tecnologías de energía renovable” cuyo objetivo general es implementar un modelo de curvas de aprendizaje para mejorar las tecnologías de energías renovables en Colombia e integrar los resultados con un modelo de difusión de energías renovables respecto a la curva de aprendizaje que son herramientas empíricas que permitieron estudiar el cambio tecnológico como resultado de dicho aprendizaje. En dicho contexto, el aprendizaje se entiende como el conocimiento que se obtiene gracias a un proceso por ejemplo, aumentar el nivel de producción que trae consigo un aprendizaje, debido a que implica incrementar la productividad en aquellos procesos productivos. La curva de aprendizaje se viene aplicando en la manufactura, administración

de negocios y estudios de las organizaciones, etc. En los últimos 15 años, la curva de aprendizaje mejoro el desarrollo de las tecnologías e incremento sus niveles de producción en un 79%.

LINARES (2012). Realizó una tesis titulada “Planteamiento de la curva de aprendizaje para incrementar la productividad en la empresa cartonajes vir” cuyo objetivo general es determinar de qué manera la aplicación de la curva de aprendizaje incrementa la productividad en la empresa Cartonajes vir ya que plantean la difusión y aprendizaje que son aquellos procesos que no se desligan. La reducción de los costes hace que incremente el nivel de productividad, de modo que es necesario que la difusión o aprendizaje se aplique para que se siga cambiando y buscando dicha reducción como también aumente el nivel de productividad. En primera parte de este procedimiento, se propone partir de aquellas herramientas por ejemplo curvas de aprendizaje y así poder regular los parámetros según el caso de Colombia, de manera que pueda integrarse con un modelo de difusión, y que permita además estimar el tiempo determinado para los respectivos periodos. Por otro lado se demuestra que con la aplicación de la herramienta curva de aprendizaje el nivel de productividad en la empresa Cartonajes Vir en Colombia incremento a un 89%.

NÚÑEZ (2013) Realizó una tesis titulada “Aplicación de los coeficientes de la curva de aprendizaje para incrementar el índice de las ventas en la empresa Retail” cuyo objetivo general es determinar de qué manera los coeficientes de la curva de aprendizaje incrementan el índice de sus ventas ya que formulan un nuevo sistema de ventas que considera, en primer lugar, que la fuerza de ventas interna y externa afecta siempre los resultados de los clientes y éstos tienen un impacto en los resultados de la institución. Por su parte, sus habilidades, las capacidades, los valores y la motivación de los vendedores influyen en las actividades y los comportamientos. Los ejecutivos de ventas trabajan dentro de una estructura y funciones de ventas determinadas. Los directivos de las diversas fuerzas de ventas efectivas

proponen su estructura y sus respectivos roles que permitieron a la aplicación de la curva de aprendizaje incrementar su índice de ventas en un 79%.

ARIAS (2014) en su investigación titulada: Propuesta de aplicación de un modelamiento de curvas de aprendizaje para incrementar los niveles de ventas y/o producción en una empresa del rubro de producción cuyo objetivo general es proponer el modelamiento de la curva de aprendizaje para incrementar los niveles de ventas y/o producción ya que las implicaciones económicas de la curva de aprendizaje es una de las herramientas más usadas y plantea una existencia de un porcentaje de aprendizaje, que se define como el porcentaje en que se reduce el tiempo estimado, una vez se duplican los niveles de producción y/o ventas. Así, cuando una herramienta es madura, su porcentaje de aprendizaje es pequeña y no varían mucho en el tiempo; cuando el porcentaje es grande, la curva de aprendizaje se encuentra en evolución, y sus tiempos disminuyen de manera considerablemente a la medida que va pasando el tiempo permite incrementar sus ventas en un 92%.

PARRA (2013) realizó una investigación por primera vez en el año 2013 titulada: " Propuesta de implementación de un modelo de curva de aprendizaje para incrementar los niveles de productividad en el área de ventas de la empresa Aceros Arequipa" que formulo como objetivo general determinar como la propuesta de implementación de un modelo de curva de aprendizaje incrementa los niveles de productividad en el área de ventas de la empresa Aceros Arequipa, ya que respecto a la herramienta propuesta que permite entender en parte el buen funcionamiento interno del departamento de ventas de la institución. No obstante, dicho carácter teórico de esta investigación implica que se necesita la aplicación de una herramienta en forma práctica para generar una retroalimentación activa y real sobre aquella importancia de aplicar a las variables planteadas. En el mundo empresarial esta investigación entrega una manera de incrementar e interpretar la interacción que existe entre la Fuerza de Ventas con aquellas estrategias

como la curva de aprendizaje que es una herramienta que permite incrementar las ventas en un periodo de tiempo determinado y así se demuestra que la aplicación de la curva de aprendizaje incrementa su nivel de productividad en 79% en el área de ventas.

Según NÚÑEZ (2012) en su investigación titulada: "Propuesta de aplicación de la curva de aprendizaje para incrementar sus niveles de ventas en la empresa de servicios Retail" cuyo objetivo general es determinar como la propuesta de aplicación de la curva de aprendizaje incrementa sus niveles de ventas con el menor tiempo posible estimado mediante el cual se plantearon muchas problemáticas testeadas en una investigación cuantitativa, obteniendo dichas relaciones positivas entre las variables y los resultados. Dentro de los hechos más relevantes se detecta que todas aquellas variables, en baja o alta medida, fueron explicativas de los resultados. Las variables más relevantes en términos de carga factorial fueron el nivel de éxitos obtenidos al Valor del Cliente por parte de las Ventas y la Cultura Organizacional orientada a los mercados, seguidas de la Ética Empresarial, tal es así que con la propuesta de aplicación de la curva de aprendizaje logro incrementar sus niveles de ventas a un 90%.

GUZMAN (2014) en su investigación titulada: "Aplicación de la herramienta curva de aprendizaje para mejorar la productividad en una empresa de construcción civil" cuyo objetivo general formulo determinar como la aplicación de la curva de aprendizaje mejora la productividad en la cual demostró mediante un estudio que la curva de aprendizaje se busca emplear en la construcción con el uso de la filosofía Lean, en especial mediante el uso de la sectorización y el tren de actividades. El uso en conjunto de estas 2 herramientas nos permite lograr un procedimiento de especialización de los operadores en dichas labores que vienen realizando, aumentando de esa forma la eficiencia de la ejecución de los trabajos lo cual se puede estimar en la medición de rendimientos durante el progreso de las obras llego a la conclusión que la curva de aprendizaje mejoro la productividad en un 80%.

GUZMÁN (2013) en investigación titulada " Aplicación de los modelos de curva de aprendizaje para mejorar la productividad" cuyo objetivo general que formulo es determinar de que manera la aplicación de la curva de aprendizaje mejora la productividad en el rubro construcción con unas tablas que puede comprobar el uso de las herramientas Lean como el tren de actividades y la sectorización ayudan en gran medida a la generación de la curva de aprendizaje en la construcción, lo cual se ve reflejado en los rendimientos de las obras y en seguida se va optimizando la productividad de esta. Es importante resaltar que la productividad que se pueda ganar aplicando estos conceptos en cada partida ayuda a que se cumpla con su objetivo primordial de dicho proyecto que es terminar dentro del plazo y el menor tiempo estimado establecido, tal es así que según los resultados que obtuvo en su investigación la curva de aprendizaje mejora la productividad en el rubro construcción en un 87%.

1.3 Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Marco teórico

a) Curva de aprendizaje

Para Mejía (2013) "una curva de aprendizaje es una línea que muestra la relación entre el tiempo de servicio de la unidad y el número acumulativo de unidades vendidas y/o producidas, por otro lado la curva de aprendizaje es una herramienta que permite determinar los factores que causan problemas en los procesos y así proponer una mejora de procesos de manera eficiente" (p.2).

Para Ebbinghaus (2012) "la curva de aprendizaje es una herramienta que mide la rapidez con que una habilidad se puede dominar. En general se demuestra como un gráfico simple, que a menudo representa la combinación entre el tiempo que se necesita para aprender una nueva tarea o conjunto de habilidades y la velocidad que se alcanza para incrementar las ventas deseadas" (p.1).

Para Moreno (2014) “La curva de aprendizaje es la optimización que se logra cuando algunas personas repiten un proceso y adquieren muchas habilidades, eficiencia o practicidad a partir de su propia experiencia. Por otro lado también pueden tomarse en consideraciones la cantidad de fallas y errores, como también se determina las causas que generaron mayores problemas” (p.7).

Para Valdiviezo (2012) “La Curva de Aprendizaje lo define como un trazo del rendimiento de las ventas o tiempos por unidad de trabajo de cada individuo o del equipo, en función del tiempo o rendimiento por tiempo unitario; empleado para predecir el % del aprendizaje cuando se reinicia un nuevo trabajo o proyecto. La curva de aprendizaje por lo general es exponencial y se hace horizontal con el tiempo, por otro lado la curva de aprendizaje es una herramienta de previsión para una planeación estratégica”(p.1).

Para Díaz (2012) “La curva de aprendizaje es representativa de los distintos tipos de trabajo que se vienen realizando en dichas instituciones. Esta herramienta puede usarse tanto para determinar el nivel de ventas y/o producción en la que sería necesaria aplicar esta herramienta, como proporcionar una guía del nivel de ventas esperado en un ejecutivo comercial, por otro lado esta herramienta permite determinar las causas que generaron mayores problemas en los procesos y así tomar decisiones de manera eficiente para mejorar dichos procesos en el menor tiempo posible estimado” (p.9).

b) Nivel de ventas

Para Vásquez (2013) “La venta se define como la acción mediante la cual una persona transmite a otra persona la propiedad que tiene sobre un bien o derecho, a cambio de una cantidad de dinero determinado. También se puede decir que la venta es ceder un

bien y/o servicio de un producto a cambio de una remuneración económica, servicio o especies” (p.1).

Para Vega (2014) “La venta se define como una disciplina y una acción que hay que saber desarrollar para tener éxito. Conseguir un volumen de negocio no es suficiente, hay que saber vender muy bien para crear una buena cartera de clientes solventes y duraderos en el tiempo, por otro modo la venta es una actividad más pretendida por empresas que ofrecen productos y/o servicios en un mercado debido a que su éxito y crecimiento depende mucho de las veces que generan este tipo de actividad” (p.6).

Para Navarro (2012) “Las ventas es la que tiene como principal objetivo comercializar bienes y/o servicios que ofrece una institución, por conducto de las áreas de ventas. Para que esta área funcione de manera muy correcta, se deben aplicar “técnicas y políticas acordes con el producto y/o servicio que se requiere ofrecer” (p.35).

Según la American Marketing Association (2016)” La venta se define como un proceso personal o impersonal por el cual el vendedor comprueba, activa y satisface dichas necesidades del comprador para el mutuo y continuo beneficio tanto del vendedor como del comprador, por otro lado la venta se define como el traspaso de un bien y/o servicio a cambio de una compensación económica” (p.1).

Para Romero (2016) “La venta es definida como la acción de traspasar un producto y/o servicio mediante una cantidad de dinero determinado. La venta puede ser: Al cash, cuando se paga el producto y/o servicio con capital de trabajo propio al momento, Al crédito, cuando el precio se paga con posterioridad a la adquisición del producto y/o servicio y finalmente. A plazos fijos, cuando se

fracciona el precio del producto y/o servicio en varias entregas sucesivas" (p.1).

1.3.2 Marco conceptual

1.3.2.1 Aplicación de la curva de aprendizaje en la Institución Financiera Crediscotia

La aplicación de la herramienta curva de aprendizaje en la Institución Financiera Crediscotia permite ayudar a incrementar el nivel de ventas en el menor tiempo posible evitando las demoras en el proceso de otorgamiento de los productos que ofrecen de manera constante, manteniendo así el rápido proceso de las ventas de manera diaria.

1.3.2.2 Nivel de Ventas en la Institución Financiera Crediscotia

Las ventas en una Institución Financiera y en cualquier empresa son fundamentales porque generan ingresos de manera permanente y desde allí comienza el crecimiento económico para la Institución, ya que si no hay ventas no hay ingresos ni mucho menos no habría razón de ser en la Institución Financiera.

1.4 Planteamiento del Problema

1.4.1 Problema General

¿Cómo la aplicación de la curva de aprendizaje incrementa el nivel de ventas en la Institución Financiera Crediscotia de la agencia Plaza Norte?

1.4.2 Problemas Específicos

¿Cómo la aplicación de la curva de aprendizaje incrementa el índice de créditos solicitados en la Institución Financiera Crediscotia de la agencia Plaza Norte?

¿Cómo la aplicación de la curva de aprendizaje incrementa el índice de tarjetas de crédito en la Institución Financiera Crediscotia de la agencia Plaza Norte?

1.5 Justificación del Estudio

En este presente trabajo de investigación es importante porque permitirá conocer como la aplicación de la curva de aprendizaje nos ayuda a incrementar el nivel de ventas en la institución Financiera Crediscotia de la agencia Plaza Norte en la actualidad. La institución Financiera Crediscotia no pueden sobresalir simplemente con ofrecer y vender sus productos sino también que necesita de una herramienta necesaria que le ayude mucho para incrementar su nivel de ventas anual.

Este trabajo de investigación tiene como objetivo principal definir primero la necesidad urgente que se requiere satisfacer y para qué cliente; ya que desde ahí se pueden establecer el producto y/o servicio se requiere y qué RR.HH establecerá aquellos contactos con el cliente para que al final se pueda crear un respectivo sistema organizativo que asegure un buen proceso optimo brindado, todo ello empezando desde que la organización mantenga su estatus óptimo para poder incrementar su nivel de ventas anual con la ayuda de la herramienta llamada curva de aprendizaje.

Por otro lado desde el vertiginoso desarrollo de la técnica en la actualidad, ha ganado un gran pináculo de la TQM, la cual no es más que una orientación de dichas actividades directas al objetivo de identificar, aceptar, cumplir, y superar de manera continua las expectativas y necesidades de aquellos clientes que día a día acuden a solicitar su crédito personal para empezar a crear una fuente de ingresos.

En los aportes principales el éxito económico dependen de la forma que se realizan dichos cambios en el ámbito de los ejecutivos comerciales, del

trabajo y esfuerzo físico realizado en función a su moderación en especial, de todo lo que se sugiere a la capacidad, incorporación y motivo de los ejecutivos comerciales en el mundo empresarial. Ya que dicha normativa de producción y el fondo de tiempo, se tocan en última instancia de incorporar, destacar, establecer, extender, analizar, pronosticar, incentivar a los trabajadores de la Institución Financiera Crediscotia en los diferentes niveles.

1.6 Hipótesis

1.6.1 Hipótesis General

- La curva de aprendizaje incrementa el nivel de las ventas en la Institución Financiera Crediscotia de la Agencia Plaza Norte en menor tiempo estimado posible

1.6.2 Hipótesis Específicas

- La curva de aprendizaje incrementa el índice de créditos solicitados en la Institución Financiera Crediscotia de la Agencia Plaza Norte en menor tiempo estimado posible

- La curva de aprendizaje incrementa el índice de tarjetas de crédito en la Institución Financiera Crediscotia de la Agencia Plaza Norte en menor tiempo estimado posible

1.7 Formulación de Objetivos

1.7.1 Objetivo General

- Determinar cómo la aplicación de la curva de aprendizaje incrementa el nivel de ventas en la Institución Financiera Crediscotia de la agencia Plaza Norte.

1.7.2 Objetivos Específicos

- Determinar como la aplicación de la curva de aprendizaje incrementa el índice de créditos solicitados en la institución Financiera Crediscotia de la agencia Plaza Norte.
- Determinar como la aplicación de la curva de aprendizaje incrementa el índice de tarjetas de crédito en la institución Financiera Crediscotia de la agencia Plaza Norte.

II. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación

a) Tipo de Investigación

El tipo de investigación en esta tesis según el nivel o profundidad, fue aplicada, esto en razón de que busca precisar propiedades, características y rasgos importantes de las variables que intervienen en el estudio. Es explicativa en razón de que busca explicar la relación entre las variables de estudio para conocer su estructura y los aspectos que intervienen en la dinámica de aquéllos.

b) Diseño

El diseño de investigación es experimental esto ya que va en razón que se aplicó y/o modifico el nivel de ventas en la Institución Financiera Crediscotia con ayuda de la curva de aprendizaje se evaluara un antes y un después.

c) Nivel de Investigación

El nivel de investigación que se utilizó fue longitudinal, porque esto permitió ver los cambios respectivos con la aplicación de la curva de aprendizaje en el incremento del nivel de ventas antes y después.

2.2 Variables, Operacionalización

Tabla 2: Matriz de operacionalización y variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Curva de aprendizaje	La curva de aprendizaje es una línea que muestra la relación entre el tiempo de servicio de la unidad y el número acumulativo de unidades vendidas.	La curva de aprendizaje es aquella herramienta que permite medir la rapidez con que una habilidad se puede dominar.	Tiempo de proceso	$T_{2N} = L * T_N$	Intervalo
Nivel de ventas	La venta es una disciplina y una acción que hay que saber desarrollar para tener éxito. Conseguir un volumen de negocio no es suficiente, hay que saber vender muy bien para crear una buena cartera de clientes solventes y duraderos en el tiempo.	La venta se define como un proceso personal o impersonal por el cual el vendedor comprueba, activa y satisface dichas necesidades del comprador para el mutuo y continuo beneficio tanto del vendedor como del comprador.	Índice de Créditos	(Montos(S/.) desembolsados en créditos solicitados /Monto (S/.) a desembolsar)*100	Razón
			Índice de Tarjetas de Crédito	(Número de operaciones en tarjetas de crédito /N° de tarjetas de crédito a emitir)*100	Razón

© Fuente: Elaboración propia

2.3 Población y Muestra

Población: Son todos los montos en (S/.) en soles desembolsados en la Institución Financiera Crediscotia de la agencia plaza norte.

Muestra: Son los montos en (S/.) en soles desembolsados de la institución Financiera Crediscotia correspondiente a 12 semanas en los meses de Enero, Febrero y Marzo.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1 Técnicas de Recolección de datos:

La técnica que se utilizó para la recolección de datos de esta tesis es la técnica de un experimento ya que eso nos permitió conocer como la aplicación de la curva de aprendizaje ayudó a incrementar sobre el nivel de ventas en la Institución Financiera Crediscotia de la agencia Plaza Norte y así poder realizar un análisis y deducción según los resultados después de la recolección de datos.

En este presente trabajo de investigación se utilizó como técnica el análisis de datos numéricos, (una observación simple que se basa en mirar cuidadosamente el objeto de estudio para cuantificarlas) que se han definido como muestra.

Datos Primarios: Corresponden a aquellos datos que como investigador obtuve directamente de la realidad que se obtiene con mis propios instrumentos levantados en la Financiera Crediscotia.

Datos Secundarios: Esta técnica que se utilizó nos sirvió para así poder conocer como la aplicación de la curva de aprendizaje ayudo a aumentar

el nivel de ventas en la Institución Financiera Crediscotia de la agencia Plaza Norte en el tiempo que sea eficiente.

2.4.2. Instrumento de recolección de datos

Estos datos serán vaciados a un formato diseñado orientado a dos objetivos, el rendimiento operacional de la empresa y la calidad de servicio. Se hará uso de hojas de Excel, SPSS 21 y gráficos estadísticos.

2.4.2.1. Proceso de otorgamiento del crédito personal

En la actualidad, el proceso de otorgamiento de un crédito personal se realiza de manera más eficiente debido a que la herramienta curva de aprendizaje determino que se debe utilizar menos documentos para evitar la ineficiencia de recursos debido a que con los datos necesarios de los clientes el proceso de otorgamiento es más eficiente y rápido y así el nivel de ventas en la Institución Financiera Crediscotia de la Agencia Plaza norte siempre mantendrá su record de ser un equipo ganador con el índice de ventas alto en todo el año en menor tiempo posible.

Los documentos a llenar y aprobar son los siguientes: Datos básicos personales del cliente, Seguro de desempleo o seguro accidental.

- Pedir el Documento Nacional de Identidad al cliente.
- Ingresar su número de DNI al sistema financiero.
- Verificar si califica.
- Tomar sus datos personales en la solicitud.
- Llenar y tomarle su firma en el formato de seguro de desempleo.

- Ingresar y validar todo el expediente con el funcionario de créditos personales.
- Llamar al cliente en caja para entregarle su cronograma de pagos respectivo y otorgarle su crédito personal en efectivo.

2.4.2.2. Proceso de Afiliación de Tarjeta de Crédito

Al momento de afiliar una Tarjeta de Crédito se realiza la explicación de manera detallada sobre los beneficios, promociones y descuentos que otorga la Tarjeta de Crédito Única Visa, luego se procede a llenar los documentos respectivos de manera más eficiente sin necesidad de gastar muchos recursos de manera excesiva que con anterioridad se realizaban.

- Pedir el Documento Nacional de Identidad al cliente.
- Ingresar su número de DNI al sistema financiero.
- Verificar si califica.
- Tomar sus datos personales en la solicitud de Tarjeta de Crédito.
- Tomarle la firma en el formato de seguro degravamen de tarjeta de Crédito.
- Ingresar y validar todo el expediente con el funcionario.
- Llamar al cliente en plataforma para activar y entregarle su tarjeta de crédito.

2.4.3. Validación y confiabilidad del Instrumento

En la presente investigación “Aplicación de la curva de aprendizaje en la Institución Financiera Crediscotia de la agencia Plaza Norte, se utilizó la información registrada de las operaciones realizadas en la Institución Financiera Crediscotia, las mismas que fueron verificadas y validadas por el supervisor del área respectiva.

2.5. Método de análisis de datos aplicado a Pre Test

Se evaluará la aplicación de los instrumentos de las dimensiones de la variable dependiente, teniendo como población todos los reportes de las ventas desde enero, febrero y marzo, y tomando como muestra el reporte de las ventas a partir del mes de abril, mayo, junio, julio, agosto y septiembre.

Dimensión 1: Índice de créditos

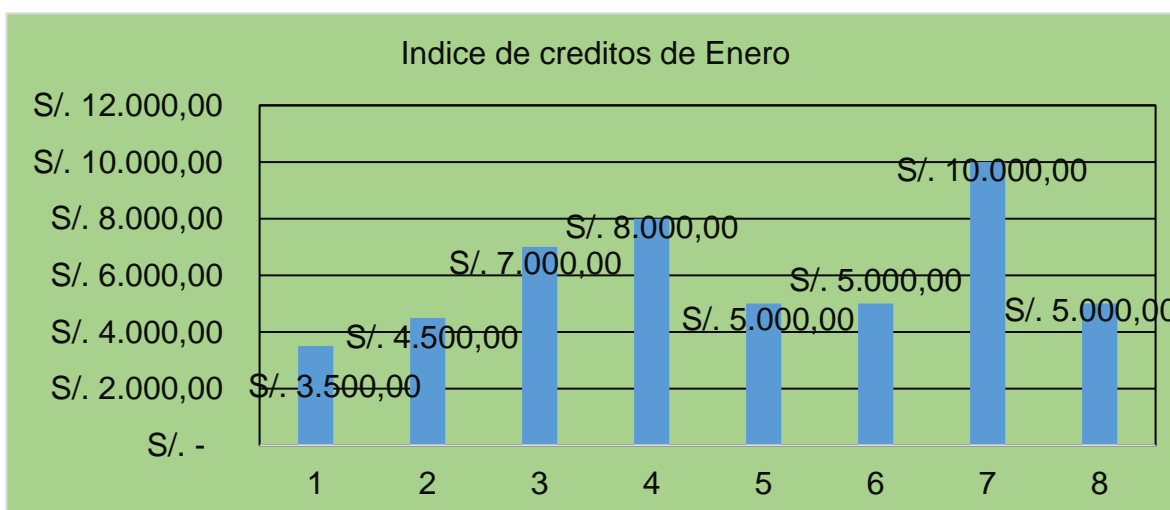
El recojo de información se llevó a cabo según el reporte de los créditos solicitados en el mes de marzo de Datos de Dimensión: Índice de Créditos.

Tabla 3: Créditos desembolsados en Enero

ENERO						
DNI	NOMBRE DEL CLIENTE	TELEFONO	OFERTA PRE-APROBADA	TEA	TOTAL	TIPO DE PRODUCTO(TC,LD)
10165576	Claudio Castro Medina	988156345	S/. 3.500,00	0.575	S/. 8.000,00	Ld-consumo
25735467	Ruben Felipe Garcia Lazaro	976324501	S/. 4.500,00	0.53		Ld-consumo
20105594	Juan Edwin Camaqllanqui Corahua	908127543	S/. 7.000,00	0.385	S/. 15.000,00	Ld-mes
20187654	Luis Angel Gonzales Berrocal	981542049	S/. 8.000,00	0.45		Ld-mes
73456104	Maria Luisa Lopez Salazar	901654209	S/. 5.000,00	0.48	S/. 10.000,00	Ld-consumo
32101657	Melissa Cumpa Toribio	961043567	S/. 5.000,00	0.53		Ld-mes
10256732	Lorenzo Castillo Sosa	934082011	S/. 10.000,00	0.46	S/. 15.000,00	Ld-consumo
25673490	Juan Jose Ramirez Alarcon	982093450	S/. 5.000,00	0.575		Ld-mes

© Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 3: Índice de créditos de Enero



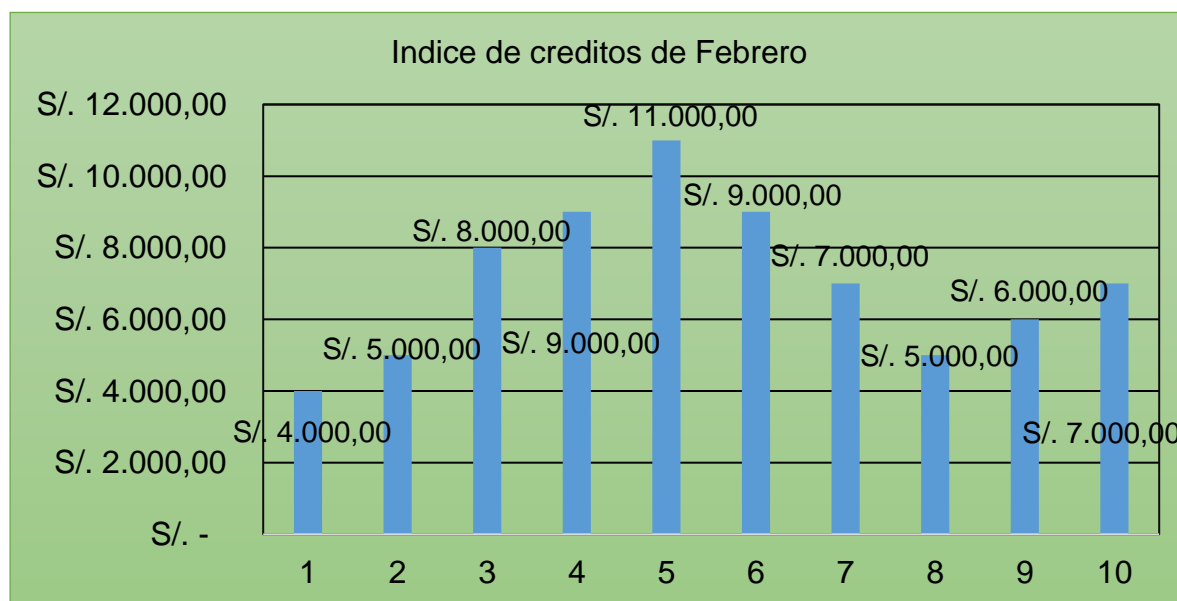
Como se puede observar en el gráfico 3 en el mes de Enero hubo un desfase total con respecto al índice de créditos desembolsados, esto se debió a que existía la demora en el proceso de otorgamiento de dicho producto por causa de la ineficiencia de recursos con tantos documentos y expedientes por rellenar como por validar.

Tabla 4: Creditos desembolsados en de Febrero

FEBRERO						
DNI	NOMBRE DEL CLIENTE	TELEFONO	OFERTA PRE-APROBADA	TEA	TOTAL	TIPO DE PRODUCTO(TC,LD CONSUMO,LD-MES,LP)
29081236	Antonio Silva Coral	901643094	S/. 4.000,00	0.53	S/. 9.000,00	Ld-consumo
35872019	Carlos Alberto Magallanes Lopez	987302865	S/. 5.000,00	0.52		Ld-mes
70184307	Jorge Antonio Condori Mamani	965309210	S/. 8.000,00	0.44	S/. 17.000,00	Ld-mes
35890237	Renzo Antonio Martinez Franco	987345028	S/. 9.000,00	0.585		Ld-mes
44042965	Humberto Huanamyaui Lopez	964500865	S/. 11.000,00	0.43	S/. 20.000,00	Ld-consumo
45555439	Roberto Carlos Urbano Melendrez	970968750	S/. 9.000,00	0.375		Ld-consumo
31927416	Asuncion Alvarado Damian	945136514	S/. 7.000,00	0.48	S/. 25.000,00	Ld-consumo
46144552	Jose Luis Zegarra Villar	956787605	S/. 5.000,00	0.55		Ld-consumo
80106522	Yoni Lopez Toribio	997405127	S/. 6.000,00	0.46		Ld-mes
10452041	Juana Torrealva Zegarra	985239314	S/. 7.000,00	0.375		Ld-consumo

© Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 4: Indice de creditos de Febrero



© Fuente: Elaboración Propia

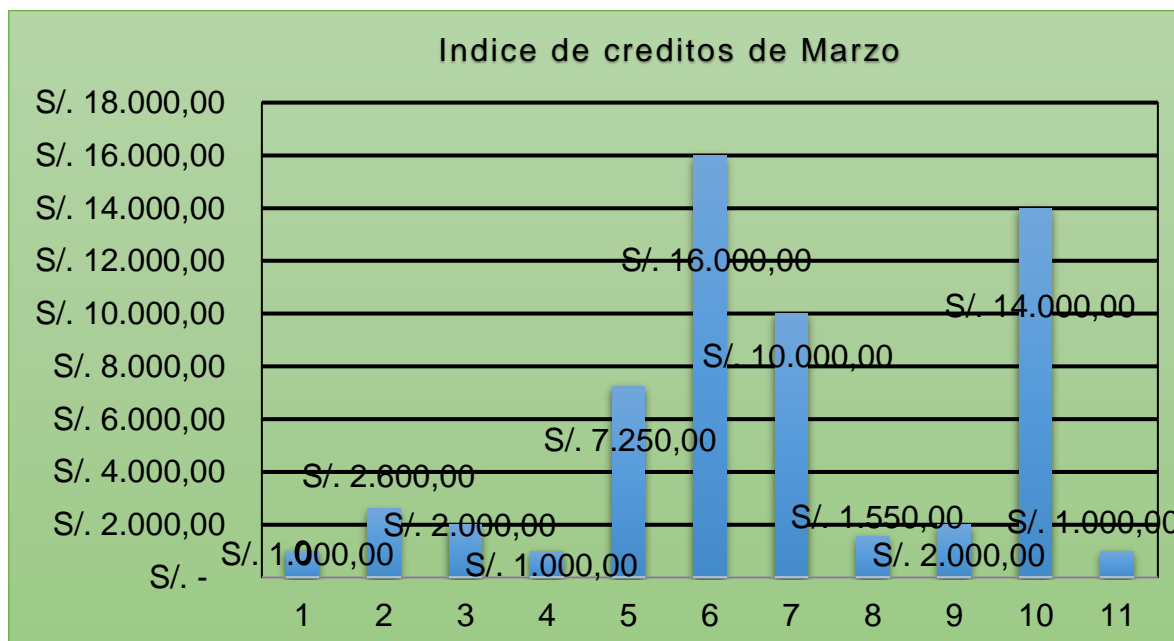
Como se puede observar en el gráfico 4 en el mes de Febrero se seguia manteniendo un desfase total en el indice de creditos desembolsados debido a la demora en el proceso de otorgamiento de dicho producto, tal es asi que no se llevo a cubrir las 18 operaciones minima que se requiere mensual.

Tabla 5: Créditos desembolsados en Marzo

MARZO							
DNI	NOMBRE DEL CLIENTE	TELEFONO	OFERTA PRE-APROBADA	TEA	TOTAL	TIPO DE PRODUCTO(TC,LD CONSUMO,LD-MES,LP)	
47981147	Manihuari Zatalaya Ritha Elena	988136071	S/. 1.000,00	0.90	S/. 5.600,00	Ld-mes	
6872525	Sarmiento Sarmiento Ines	1-532-4567	S/. 2.600,00	0.47		Ld-mes	
43126256	Cerna Tafur Jesus	940061912	S/. 2.000,00	0.80		Ld-mes	
47517695	Chirino Molina Vicente	991812105	S/. 1.000,00	0.80	S/. 30.250,00	Ld-consumo	
4085621	Palacios Travezaño Yuly	985595123	S/. 7.250,00	0.61		Ld-consumo	
6928121	Yarleque Melgarejo Maria	991358563	S/. 16.000,00	0.375		Ld-consumo	
7149758	Bazan Olivera Victor	948925659	S/. 10.000,00	0.45		Ld-consumo	
45931261	Vargas Melendez Viviana	968578662	S/. 1.550,00	0.90		Ld-consumo	
7149558	Leon Alba Elena	5234789	S/. 2.000,00	0.70	S/. 17.000,00	Ld-mes	
9049650	Pacheco Navarro Raul	949703628	S/. 14.000,00	0.47		Ld-consumo	
40414102	Arosemena Aparicio	994389832	S/. 1.000,00	0.70		Ld-consumo	

© Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 5: Índice de créditos de Marzo



© Fuente: Elaboración Propia

Después de poder visualizar la información recogida, se evalúa cuál ha sido la situación de la institución financiera Crediscotia de la agencia Plaza Norte respecto a los créditos solicitados en (S/.) soles en el mes de Marzo del 2017.

Como se puede observar el nivel de ventas fue baja durante los meses de Enero, Febrero y Marzo del 2017 debido a que muchos documentos había que procesar para otorgar un crédito y otros factores que influyen como la competencia directa.

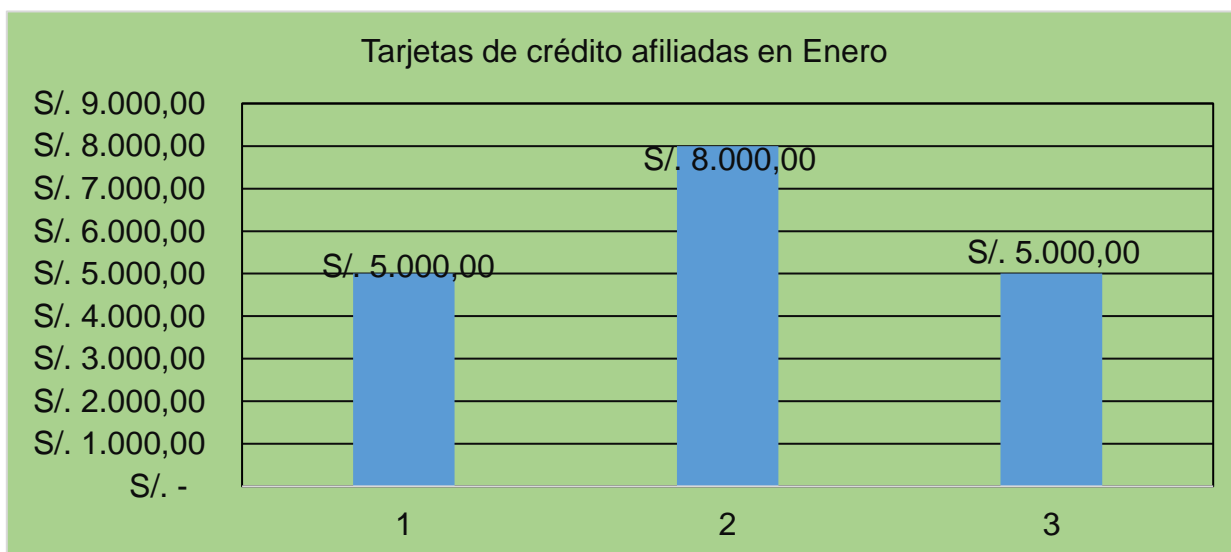
Dimensión 2: Índice de Tarjetas de Crédito

Tabla 6: Tarjetas de Crédito afiliadas en Enero

DNI	Nombre del cliente	Teléfono	Oferta pre-aprobada	Tipo de producto
19076543	Luis Alberto Ramos Pizarro	919374076	S/.5000	Tarjeta Única Visa
32103417	Victor León Ángeles	943503630	S/.8000	Tarjeta Única Visa
32101467	Julia Juana Vargas Toscano	938623648	S/.5000	Tarjeta Única Visa

© Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 6: Tarjetas de crédito afiliadas en Enero



© Fuente: Elaboración Propia

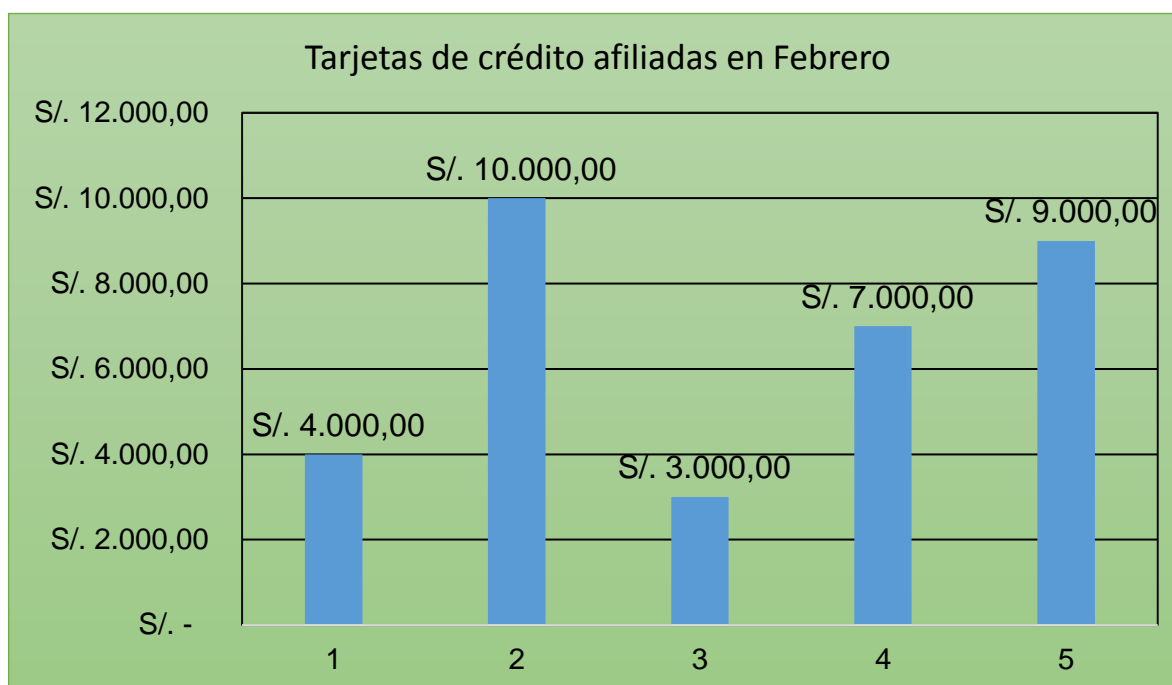
Como se puede observar en el gráfico 6 en el mes de Enero también hubo un desfase total en la colocación de tarjetas de crédito debido a la demora que se ocasionaba en el proceso de otorgamiento por exceso de documentos como tramites por rellenar y validar.

Tabla 7: Tarjetas de Crédito afiliadas en Febrero

DNI	Nombre del cliente	Teléfono	Oferta pre-aprobada	Tipo de producto
20103456	Cecilia Lucia Sánchez Ferrer	988153783	S/.10,000	Tarjeta Única Visa
20198302	Antonia Quispe Solano De Limes	5231987	S/.4,000	Tarjeta Única Visa
41667356	Victor Hugo Carbajal Leyva	992178796	S/.3,000	Tarjeta Única Visa
46255783	Héctor Raúl Yaya Acuña	943567890	S/.7,000	Tarjeta Única Visa
45749305	Andrea Noelia Fernández Oriondo	965313291	S/.9,000	Tarjeta Única Visa

© Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 7: Tarjetas de crédito afiliadas en Febrero



© Fuente: Elaboración Propia

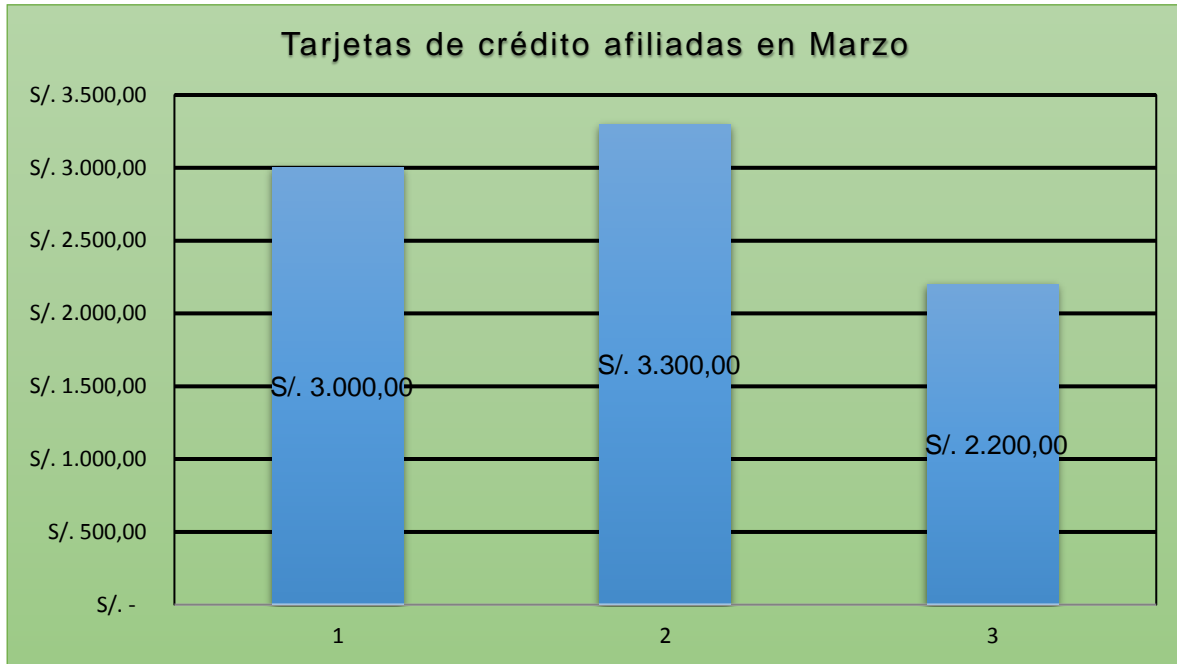
Como se puede observar en el gráfico 7 hubo un desfase total también en la colocación de tarjetas de crédito debido a que surgía la demora de dicho proceso de otorgamiento de la tarjeta de crédito por causa del exceso de expedientes y documentos por rellenar y validar.

Tabla 8 : Tarjetas afiliadas en Marzo

DNI	Nombre del cliente	Teléfono	Oferta pre-aprobada	Tipo de producto
44861514	Modesto Tomas Elmer Jorge	945655986	S/3,000	Tarjeta Única Visa
18070202	Mercedes Vásquez Tejada	933638338	S/3,300	Tarjeta Única Visa
40414102	Hernán Arosemena Aparicio	994389832	S/2,200	Tarjeta Única Visa

© Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 8: Tarjetas de crédito afiliadas en Marzo



© Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en los gráficos 6,7 y 8 durante los meses de Enero, Febrero y Marzo hubo un bajo nivel de ventas también en las tarjetas de Crédito otorgadas debido a la demora causada por muchos documentos y expedientes que se necesitaban rellenar y aprobar.

2.5 Métodos de análisis de datos

Al finalizar la recolección de los datos proporcionados por la Institución Financiera Crediscotia de la Agencia Plaza Norte, al igual que con el uso del instrumento, se procedió al análisis estadístico respectivo, a través del SPSS versión 21. La estadística utilizada es descriptiva e inferencial, a través de los niveles de las ventas realizadas de manera semanal y mensual.

Análisis descriptivo

Mediante este análisis se hizo el seguimiento de posibles errores que se presenten en la etapa de introducción de datos, por lo que se podrá detectar valores fuera de rango, así como una idea de la forma de los datos que se obtienen, una posible distribución de probabilidad y sus parámetros de centralización, media, intervalo de confianza, mediana, varianza, desviación típica, rango máximo y mínimo, amplitud intercuartil, asimetría y curtosis.

Análisis inferencial

El fin de esta investigación se basó en probar la hipótesis y difundir los resultados alcanzados en muestra a la población y estimar parámetros (nivel de significancia) Kolmogorov- Smirnov o shapiro wilk para prueba de normalidad, el rechazo y aceptación de la hipótesis, prueba de T de student para ambos datos paramétricos y Wilcoxon para datos no paramétricos.

2.6. Aspectos éticos

En el desarrollo del presente estudio se tomó en cuenta los principios éticos fundamentales como: la veracidad de los resultados, el presente trabajo de investigación fue original y de elaboración propia, el respeto de la propiedad intelectual y el respeto al espíritu de la investigación y contribución al conocimiento que impulsa la universidad.

2.7. Desarrollo de la propuesta de mejora

2.7.1. Situación actual

Financiera Crediscotia, es una institución financiera que se dedica al otorgamiento de créditos personales a corto, mediano y largo plazo asimismo cuenta con diferentes sucursales a nivel nacional. Actualmente la Institución Financiera Crediscotia de la agencia Plaza Norte específicamente ejerce sus actividades con 18 trabajadores entre asesores de créditos, funcionarios de créditos, cajeros y ejecutivos de negocios.

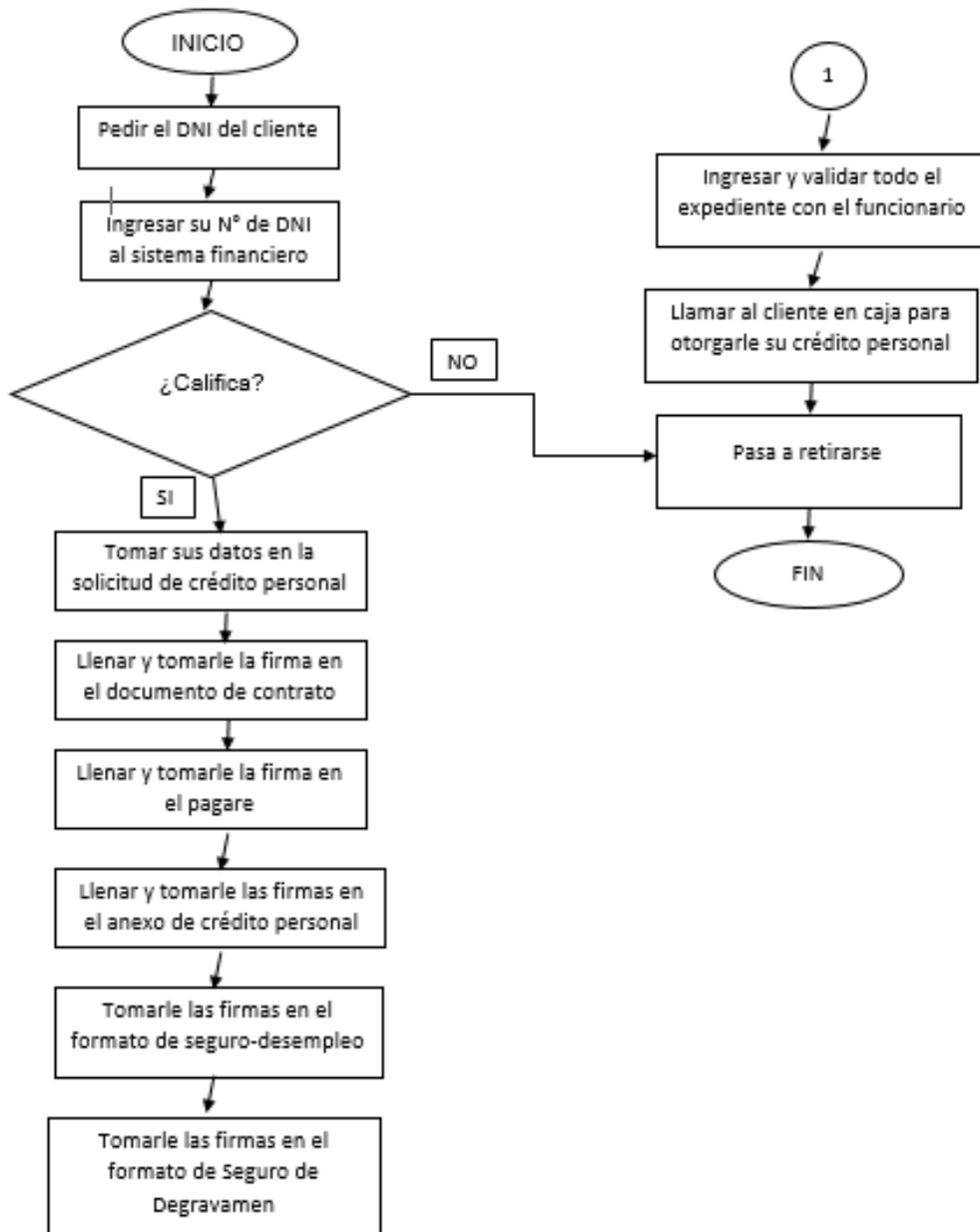
Financiera Crediscotia agencia Plaza Norte se inició en el año 2012 la cual se enfocó en captar clientes de las zonas de Los Olivos, Independencia y San Martín de Porres básicamente.

En la actualidad cuentan con un equipo de Fuerza de Venta externa conformado por 9 ejecutivos comerciales que proponen, aplican y sugieren de manera eficiente estrategias para incrementar el nivel de las ventas ya sea en el otorgamiento de créditos personales como en la afiliación de tarjetas de crédito en la Institución Financiera Crediscotia de la agencia Plaza Norte.

a) Descripción del Proceso de otorgamiento de crédito personal

- Captar al cliente.
- Pedir el Documento Nacional de Identidad al cliente.
- Ingresar su número de DNI al sistema financiero.
- Verificar si califica.
- Tomar sus datos personales en la solicitud.
- Llenar sus datos y tomarle la firma en el expediente del contrato de crédito personal.
- Llenar y tomarle su firma en el pagaré.
- Llenar y tomarle su firma en los anexos del crédito personal.
- Llenar y tomarle su firma en el formato de seguro de desempleo.
- Llenar y tomarle su firma en el formato de seguro degravamen.
- Ingresar y validar todo el expediente con el funcionario de créditos personales.
- Llamar al cliente en caja para entregarle su cronograma de pagos respectivo y otorgarle su crédito personal en efectivo.

Gráfico 9: Diagrama de Procesos de crédito Personal (Antes de la mejora)



© Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en el gráfico 9 con el exceso de actividades que se realizaban antes de la mejora, este proceso fue la causa de la disminución del nivel de ventas, tal es así que con la aplicación de la herramienta curva de aprendizaje se redujo el tiempo de proceso de otorgamiento del crédito personal.

Tabla 9: Proceso de otorgamiento de crédito Personal (Antes de la mejora)

N°	Descripción de la actividad	Tiempo de proceso		Ciclo de proceso	
		Tiempo(min)	%	Tiempo(min)- acumulado	% acumulado
1	Pedir el DNI del cliente	1	2%	1	2%
2	Ingresar su N° de DNI al sistema financiero	2	4%	3	6%
3	¿Califica?	2	4%	5	10%
4	Tomar sus datos en la solicitud de crédito personal	10	20%	15	30%
5	Llenar y tomarle la firma en el documento de contrato	4	8%	19	38%
6	Llenar y tomarle la firma en el pagaré	3	6%	22	44%
7	Llenar y tomarle las firmas en el anexo de crédito personal	5	10%	27	54%
8	Ingresar y validar todo el expediente con el funcionario	3	6%	30	60%
9	Llamar al cliente en plataforma para activar su tarjeta de crédito	3	6%	33	66%
10	Tomarle las firmas en el formato de seguro-desempleo	10	20%	43	86%
11	Tomarle las firmas en el formato de Seguro de Degravamen	5	10%	48	96%
	Pasa a retirarse	2	4%	50	100%
	TOTAL	50	100%		

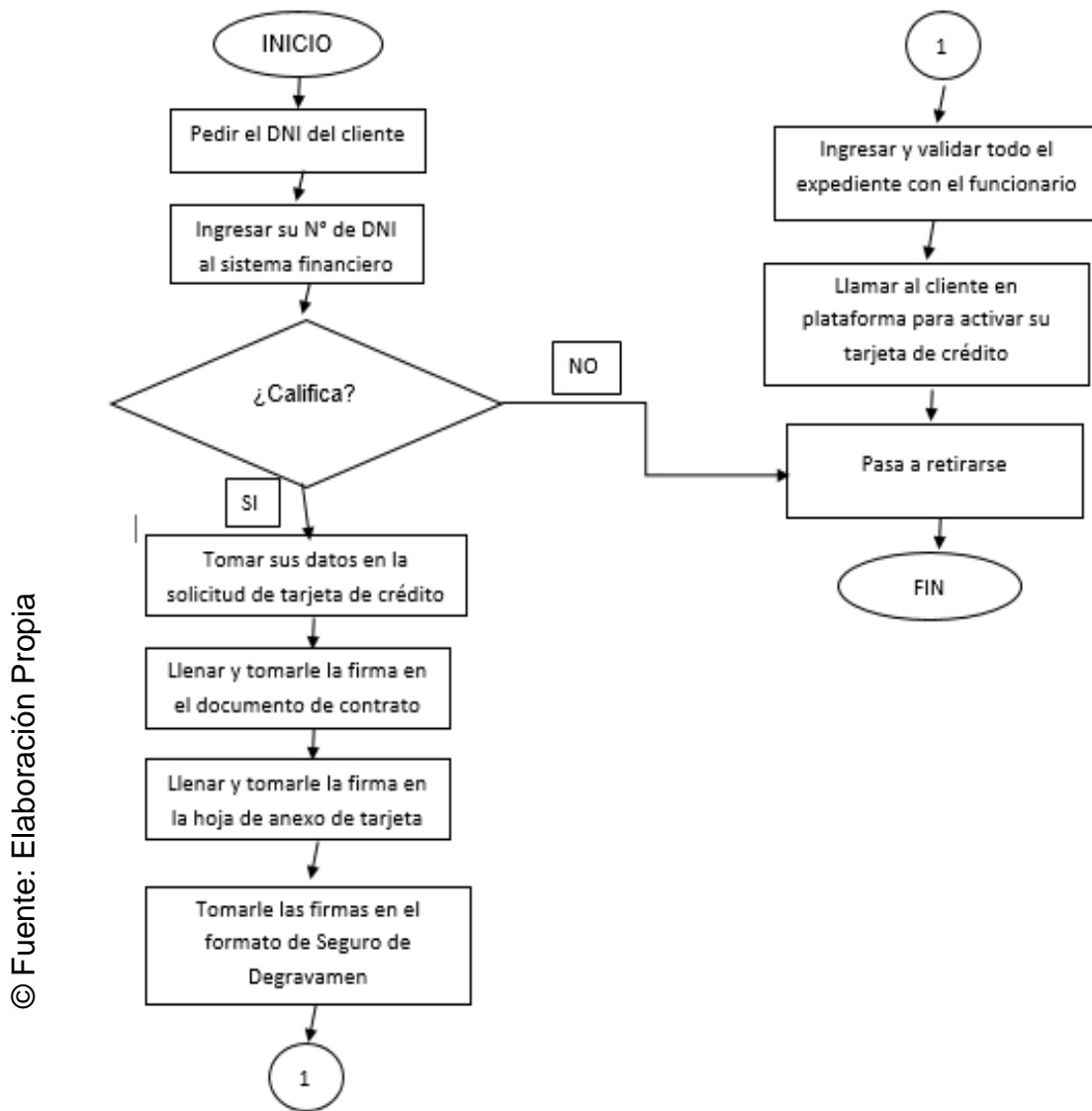
© Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en la tabla 9 se mostró que para realizar el otorgamiento del crédito personal se tardaba un proceso de 50 minutos lo cual se demostró que es excesivamente alto, ya que esto ocasionaba que nuestros clientes se desanimen y se retiren a causa de la demora de dicho proceso de otorgamiento del crédito personal.

b) Descripción del Proceso de afiliación de tarjeta de crédito

- Captar al cliente
- Pedir el Documento Nacional de Identidad al cliente.
- Ingresar su número de DNI al sistema financiero.
- Verificar si califica.
- Tomar sus datos personales en la solicitud de Tarjeta de Crédito.
- Llenar sus datos personales y tomarle la firma en el formato del contrato de tarjeta de crédito.
- Llenar sus datos y tomarle la firma en el expediente del anexo de tarjeta de crédito.
- Tomarle la firma en el formato de seguro degravamen de tarjeta de Crédito.
- Ingresar y validar todo el expediente con el funcionario.
- Llamar al cliente en plataforma para activar y entregarle su tarjeta de crédito.

Gráfico 10: Diagrama de Procesos de afiliación de Tarjeta de Crédito (Antes de la mejora)



Como se puede observar en el gráfico 10 con el exceso de actividades que se realizaba para el proceso de afiliación de una tarjeta de crédito, este proceso fue la causa de la disminución del nivel de ventas debido a la demora que se generaba en el proceso de afiliación de tarjeta de crédito, entonces nuestros clientes se desanimaban y terminábamos en un desfase total en el índice de tarjetas de crédito.

Tabla 10: Proceso de afiliación de Tarjeta de Crédito (Antes de la mejora)

N°	Descripcion de la actividad	Tiempo de proceso		Ciclo de proceso	
		Tiempo(min)	%	Tiempo(min)- acumulado	% acumulado
1	Pedir el DNI del cliente	1	2%	1	2%
2	Ingresar su N° de DNI al sistema financiero	2	4%	3	7%
3	¿Califica?	2	4%	5	11%
4	Tomar sus datos en la solicitud de tarjeta de crédito	5	11%	10	22%
5	Llenar y tomarle la firma en el documento de contrato	3	7%	13	29%
6	Llenar y tomarle la firma en la hoja de anexo de tarjeta	5	11%	18	40%
7	Tomarle la firma en el formato de seguro de degravamen	5	11%	23	51%
8	Ingresar y validar todo el expediente con el funcionario	15	33%	38	84%
9	Llamar al cliente en plataforma para activar su tarjeta de crédito	5	11%	43	96%
10	Pasa a retirarse	2	4%	45	100%
Total		45	100%		

© Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en la tabla 10 se mostró que para realizar el proceso de afiliación de tarjeta de crédito se tardaba un tiempo de 50 minutos lo cual se demostró que es excesivamente alto, ya que esto ocasionaba que nuestros clientes se desanimen y se retiren a causa de la demora de dicho proceso.

c) Magnitud del problema

El principal problema de la Institución Financiera Crediscotia agencia Plaza Norte como se ha mencionado es que presentaba una disminución del nivel de ventas, así durante 12 semanas comprendidas en el mes de Enero a Marzo del 2017, se obtuvo un desfase total debido a la demora en el proceso de otorgamiento de ambos productos(Créditos personales y/o tarjetas de crédito), todo esto afecta en el crecimiento económico de la Financiera Crediscotia agencia Plaza Norte tanto en el mercado como en la competitividad asimismo a tener mayores desembolsos en montos de

créditos, tarjetas de crédito afiliadas como en operaciones de manera semanal y/o mensual.

Tabla 11: Nivel de ventas pre-test de Enero

Enero						
N°	Semana	N° de operaciones	Monto(S/.)	Tarjetas de crédito	Meta	Meta
					S/.50000	2
1	02/01/2017 al 09/01/2017	2	8.000,00	1	16%	50%
2	10/01/2017 al 17/01/2017	3	15.000,00	0	30%	0%
3	18/01/2017 al 25/01/2017	2	10.000,00	1	20%	50%
4	25/01/2017 al 31/01/2017	3	15.000,00	1	30%	50%

© Fuente: Elaboración Propia

Tabla 12: Nivel de ventas pre-test de Febrero

Febrero						
N°	Semana	N° de operaciones	Monto(s/.)	Tarjetas de crédito	Meta	Meta
					S/.50000	2
1	01/02/2017 al 07/02/2017	3	9.000,00	1	18%	50%
2	08/02/2017 al 15/02/2017	3	17.000,00	1	34%	50%
3	16/02/2017 al 21/02/2017	2	20.000,00	2	40%	100%
4	22/02/2017 al 28/02/2017	4	25.000,00	1	50%	50%

© Fuente: Elaboración Propia

Tabla 13: Nivel de ventas pre-test de Marzo

Marzo						
N°	Semana	N° de operaciones	Monto(s/.)	Tarjetas de crédito	Meta	Meta
					S/.50000	2
1	06/03/17 al 11/03/17	3	5.600,00	0	11,2%	0%
2	13/03/17 al 18/03/17	5	30.550,00	2	61,1%	100%
3	20/03/17 al 25/03/17	3	11.550,00	0	23,1%	0%
4	26/03/2017 al 31/03/17	3	17.200,00	1	34,4%	50%

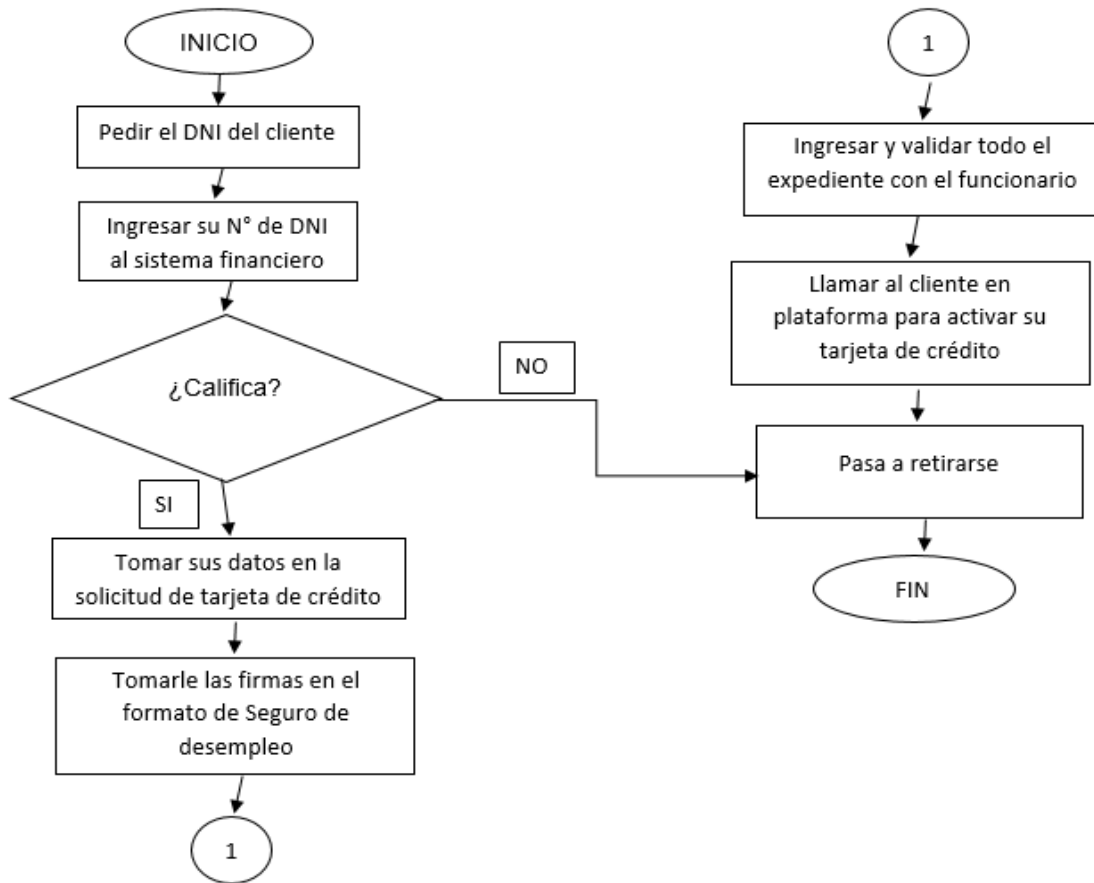
© Fuente: Elaboración Propia

2.7.2. Propuesta de la mejora

Del problema identificado se busca incrementar el nivel de ventas mediante la aplicación de la herramienta curva de aprendizaje la cual consta de la reducción de tiempo de proceso de otorgamiento de ambos productos (Créditos Personales y/o afiliación de tarjetas de crédito, la cual se lleva a cabo de forma semanal y/o mensual mediante los reportes que se registran los desembolsos(S/.) y/o las operaciones en tarjetas de crédito emitidas de manera semanal y/o mensual.

Gráfico 11: Diagrama de Procesos de crédito Personal

© Fuente: Elaboración Propia



Como se puede observar en el gráfico 11 con la aplicación de la herramienta curva de aprendizaje se disminuyeron tanto actividades como documentos y expedientes por rellenar y validar, tal es así que el tiempo del proceso de otorgamiento de crédito personal se redujo para ser más eficiente con todo el proceso y así incrementar el índice de créditos con el menor tiempo posible estimado.

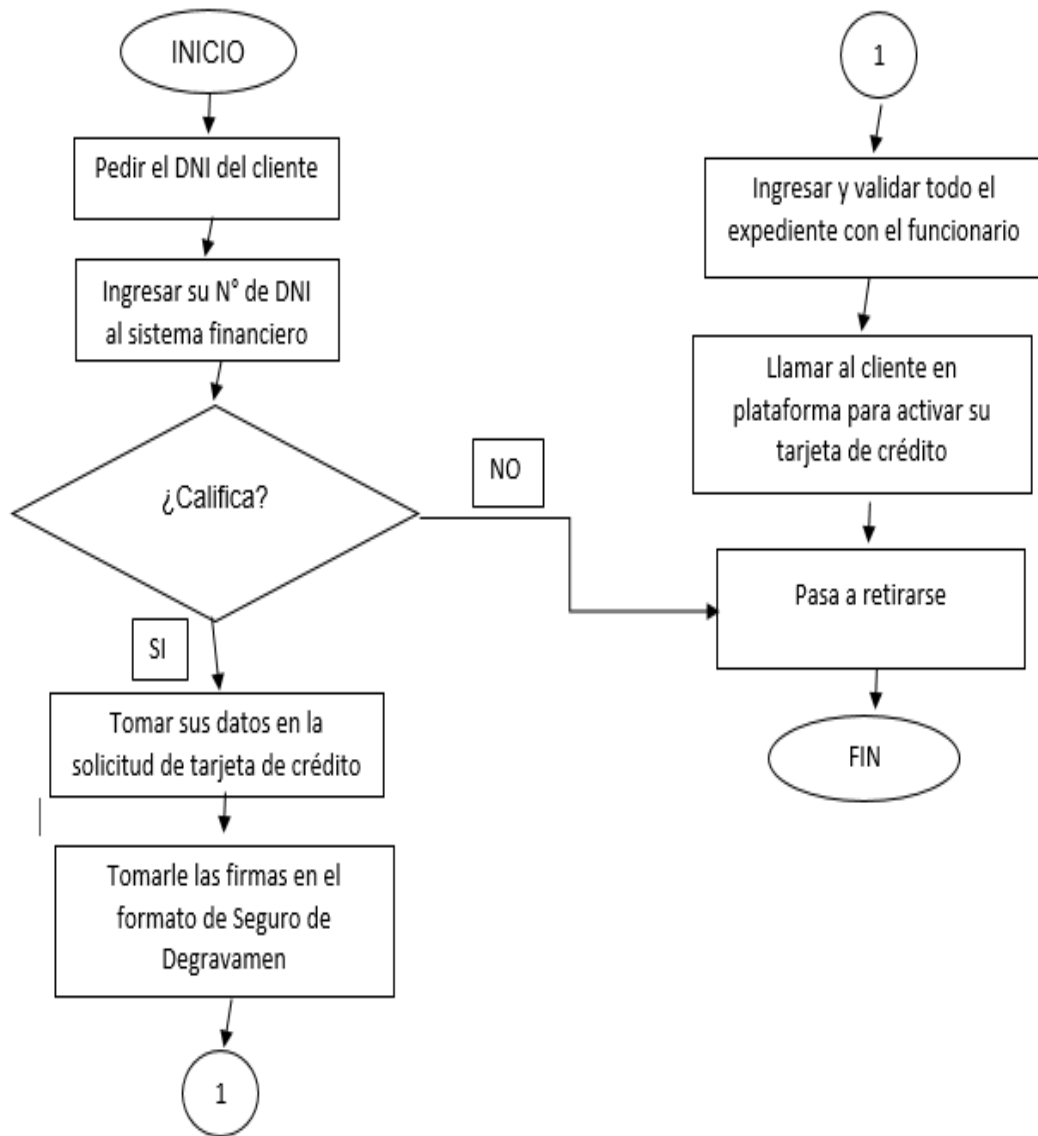
Tabla 14: Proceso de otorgamiento de crédito Personal

N°	Descripción de la actividad	Tiempo de proceso		Ciclo de proceso	
		Tiempo(min)	%	Tiempo(min)- acumulado	% acumulado
1	Pedir el DNI del cliente	1	4%	1	4%
2	Ingresar su N° de DNI al sistema financiero	2	8%	3	12%
3	¿Califica?	2	8%	5	19%
4	Tomar sus datos en la solicitud de crédito personal	5	19%	10	38%
5	Tomarle las firmas en el formato de seguro-desempleo	2	8%	12	46%
6	Ingresar y validar todo el expediente con el funcionario	7	27%	19	73%
7	Llamar al cliente en caja para otorgarle su credito personal	5	19%	24	92%
8	Pasa a retirarse	2	8%	26	100%
TOTAL		26	100%		

© Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en la tabla 14 se muestra que para realizar el proceso de otorgamiento de crédito personal nada más se demora un tiempo determinado de 26 minutos a diferencia de antes de aplicar la herramienta curva de aprendizaje, ahora se redujeron tanto actividades como documentos y expedientes por rellenar y validar.

Gráfico 12: Diagrama de proceso de afiliación de Tarjeta de Crédito



© Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en el gráfico 12 las actividades a realizar para la afiliación a la tarjeta de crédito se redujeron ya que con la aplicación de la curva de aprendizaje se determinó que se tuvo que reducir el tiempo de proceso de afiliación de tarjeta de crédito para así incrementar el índice de tarjetas de crédito en el menor tiempo posible estimado

Tabla 15: Proceso de afiliación de Tarjeta de Crédito

N°	Descripcion de la actividad	Tiempo de proceso		Ciclo de proceso	
		Tiempo(min)	%	Tiempo(min)- acumulado	% acumulado
1	Pedir el DNI del cliente	1	5%	1	5%
2	Ingresar su N° de DNI al sistema financiero	2	9%	3	14%
3	¿Califica?	2	9%	5	23%
4	Tomar sus datos en la solicitud de tarjeta de crédito	5	23%	10	45%
5	Ingresar y validar todo el expediente con el funcionario	5	23%	15	68%
9	Llamar al cliente en plataforma para activar su tarjeta de crédito	5	23%	20	91%
10	Pasa a retirarse	2	9%	22	100%
Total		22	100%		

© Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en la tabla 15 se demuestra que el tiempo de proceso de afiliación de tarjeta de crédito disminuyo a 22 minutos cada operación realizada a diferencia de antes que se realizaba en 45 minutos, este proceso ayudo bastante a seguir incrementando en índice de tarjetas de crédito en el menor tiempo posible estimado.

2.7.3. Implementación de la mejora

Curva de aprendizaje-Variable independiente

La evaluación de esta variable se realiza a través de la dimensión tiempo de proceso de otorgamiento, para lo cual se realiza un análisis semanal y mensual del reporte de las ventas del mes de marzo para conocer el tiempo de proceso de otorgamiento de las últimas semanas correspondientes, la muestra extraída considera las semanas desde el mes de Enero hasta las semanas del mes de septiembre del 2017, se obtuvo los siguientes resultados de cada mes.

Se propuso incrementar el nivel de ventas mediante una mejora reducción del tiempo de proceso de otorgamiento con la ejecución del control en el área de ventas de los productos que ofrece la Institución Financiera Crediscotia de la agencia Plaza Norte del método de trabajo con lo cual se consiguió eliminar los documentos que retrasaban el tiempo de proceso y así provocaban la disminución de las ventas debido a la demora en el proceso de otorgamiento de los créditos personales y/o tarjetas de crédito.

Tabla 16: Operaciones realizadas en la 1ra semana de marzo

Semana 1		Coeficiente de aprendizaje (L)
Datos observados		
Unidad(n)	Tiempo(min)	80%
1	64	
2	51	
3	40	

© Fuente: Elaboración Propia

Como se observa en la tabla 16 se demuestra que en la 1era semana solo se obtuvieron 3 operaciones debido a la demora del tiempo de proceso de otorgamiento de ambos productos.

Tabla 17: Operaciones realizadas en la 2da semana de marzo

Semana 2		Coeficiente de aprendizaje (L)
Datos observados		
Unidad(n)	Tiempo(min)	75%
1	60	
2	48	
3	38	
4	30	
5	24	

© Fuente: Elaboración Propia

Como se observa en la tabla 17 se demuestra que en la 2da semana solo se obtuvieron 5 operaciones debido a la demora del tiempo de proceso de otorgamiento de ambos productos.

Tabla 18: Operaciones realizadas en la 3ra semana de marzo

Semana 3		Coeficiente de aprendizaje (L)
Datos observados		
Unidad(n)	Tiempo(min)	
1	42	70%
2	29	
3	20	

© Fuente: Elaboración Propia

Como se observa en la tabla 18 se demuestra que en la 3ra semana solo se obtuvieron 3 operaciones debido a la demora del tiempo de proceso de otorgamiento de ambos productos.

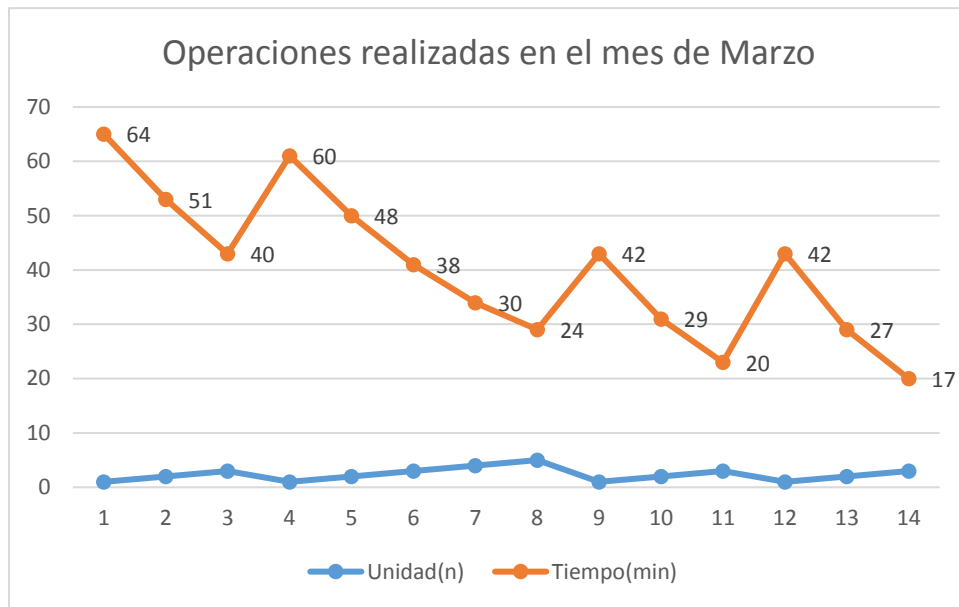
Tabla 19: Operaciones realizadas en la 4ta semana de marzo

Semana 4		Coeficiente de aprendizaje (L)
Datos observados		
Unidad(n)	Tiempo(min)	
1	42	65%
2	27	
3	17	

© Fuente: Elaboración Propia

Como se observa en la tabla 19 se demuestra que en la 4ta semana solo se obtuvieron 3 operaciones debido a la demora del tiempo de proceso de otorgamiento de ambos productos.

Gráfico 13: Operaciones realizadas en el mes de Marzo



© Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en el gráfico 13 en las 4 semanas de marzo hubo un desfase total tanto en las operaciones como en los montos desembolsados en(S/.) soles, todo esto se debió a la demora en el proceso de otorgamiento de ambos productos (Créditos personales y/o tarjetas de crédito Única Visa).

a) Proceso de otorgamiento de los productos (Créditos personales y/o Tarjetas de Crédito)

El proceso de otorgamiento de los productos por parte de los ejecutivos comerciales se basó en disminuir el tiempo de proceso con la aplicación de la herramienta curva de aprendizaje, lo cual se tuvo que reducir documentos respectivos por rellenar para el proceso del otorgamiento de los productos.

Dicho proceso se realizó diariamente, semanalmente y/o mensualmente entre los meses de Marzo hasta Septiembre del año 2017, ejecutadas con una duración de 60 minutos y con ayuda de los ejecutivos comerciales de la Institución Financiera Crediscotia de la agencia Plaza Norte los cuales mostraron una eficiente capacidad para realizar el proceso respectivo e incrementar el nivel de ventas con menor tiempo posible estimado.

b) Las actividades propuestas fueron las siguientes:

Tomar los datos personales básicos a los clientes de manera eficiente.

Rellenar la solicitud del seguro de desempleo o Seguro Accidental con su respectiva firma y huella.

Realizar de manera inmediata el proceso de aprobación ya sea del crédito personal y/o tarjeta de crédito solamente con su Documento Nacional de Identidad.

Compartir con los trabajadores las mejoras y metas logradas a fin de motivarlos y seguir sumando e incrementando las ventas en la Institución Financiera Crediscotia de la Agencia Plaza Norte.

c) Durante el Proceso de otorgamiento de los respectivos productos (Créditos Personales y/o Tarjetas de Crédito), se desarrollaron las siguientes actividades:

Se elaboraron los formatos para el registro de los desembolsos diarios, semanales y/o mensuales.

Se contabilizaron los desembolsos de manera semanal y/o mensual.

Se entregó material informativo en cada agencia para un mejor desempeño rápido por parte de los ejecutivos de ventas.

Al finalizar cada semana y/o mes, se premió al ejecutivo de ventas que haya otorgado mayores créditos personales desembolsados.

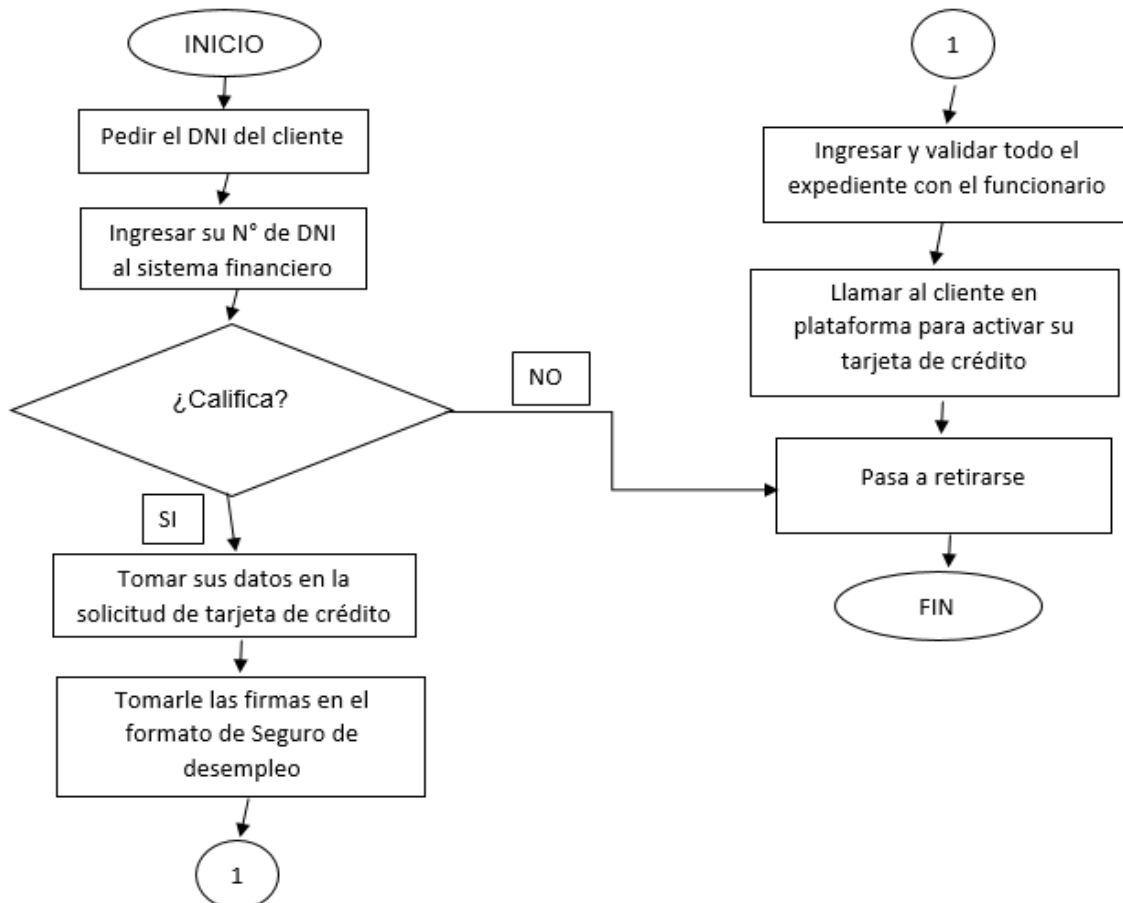
Superiormente a la aplicación de la herramienta curva de aprendizaje se logró incrementar el nivel de ventas y los resultados se reflejaron en los meses superiores de Marzo del año 2017.

d) Implementación de la Solución

Proceso de otorgamiento de crédito personal

- Pedir el Documento Nacional de Identidad al cliente.
- Ingresar su número de DNI al sistema financiero.
- Verificar si califica.
- Tomar sus datos personales en la solicitud.
- Llenar y tomarle su firma en el formato de seguro de desempleo.
- Ingresar y validar todo el expediente con el funcionario de créditos personales.
- Llamar al cliente en caja para entregarle su cronograma de pagos respectivo y otorgarle su crédito personal en efectivo.

Gráfico 14: Proceso de otorgamiento de crédito personal



Como se puede observar en el gráfico 14 con la aplicación de la herramienta curva de aprendizaje se disminuyeron tanto actividades como documentos y expedientes por rellenar y validar, tal es así que el tiempo del proceso de otorgamiento de crédito personal se redujo para ser más eficiente con todo el proceso y así incrementar el índice de créditos con el menor tiempo posible estimado.

Tabla 20: Tiempo de proceso de otorgamiento de crédito personal

N°	Descripción de la actividad	Tiempo de proceso		Ciclo de proceso	
		Tiempo(min)	%	Tiempo(min)- acumulado	% acumulado
1	Pedir el DNI del cliente	1	4%	1	4%
2	Ingresar su N° de DNI al sistema financiero	2	8%	3	12%
3	¿Califica?	2	8%	5	19%
4	Tomar sus datos en la solicitud de crédito personal	5	19%	10	38%
5	Tomarle las firmas en el formato de seguro-desempleo	2	8%	12	46%
6	Ingresar y validar todo el expediente con el funcionario	7	27%	19	73%
7	Llamar al cliente en caja para otorgarle su crédito personal	5	19%	24	92%
8	Pasa a retirarse	2	8%	26	100%
TOTAL		26	100%		

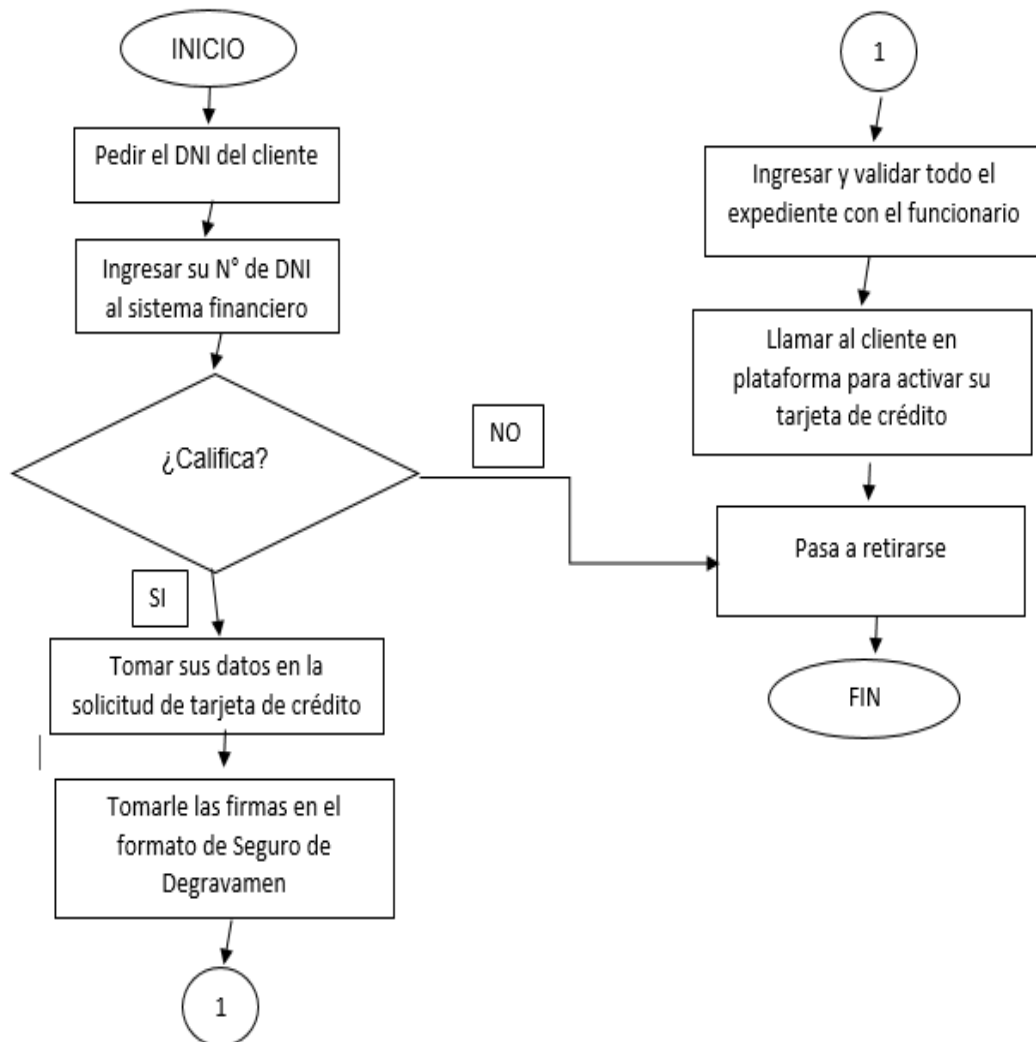
© Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en la tabla 20 se muestra que para realizar el proceso de otorgamiento de crédito personal nada más se demora un tiempo determinado de 26 minutos a diferencia de antes de aplicar la herramienta curva de aprendizaje, ahora se redujeron tanto actividades como documentos y expedientes por rellenar y validar.

Proceso de afiliación de tarjeta de crédito

- Pedir el Documento Nacional de Identidad al cliente.
- Ingresar su número de DNI al sistema financiero.
- Verificar si califica.
- Tomar sus datos personales en la solicitud de Tarjeta de Crédito.
- Tomarle la firma en el formato de seguro de degravamen de tarjeta de Crédito.
- Ingresar y validar todo el expediente con el funcionario.
- Llamar al cliente en plataforma para activar y entregarle su tarjeta de crédito.

Gráfico 15: Proceso de afiliación de tarjeta de crédito



Como se puede observar en el gráfico 15 las actividades a realizar para la afiliación a la tarjeta de crédito se redujeron ya que con la aplicación de la curva de aprendizaje se determinó que se tuvo que reducir el tiempo de proceso de afiliación de tarjeta de crédito para así incrementar el índice de tarjetas de crédito en el menor tiempo posible estimado

Tabla 21: Tiempo de proceso de afiliación de tarjeta de crédito

N°	Descripcion de la actividad	Tiempo de proceso		Ciclo de proceso	
		Tiempo(min)	%	Tiempo(min)- acumulado	% acumulado
1	Pedir el DNI del cliente	1	5%	1	5%
2	Ingresar su N° de DNI al sistema financiero	2	9%	3	14%
3	¿Califica?	2	9%	5	23%
4	Tomar sus datos en la solicitud de tarjeta de crédito	5	23%	10	45%
5	Ingresar y validar todo el expediente con el funcionario	5	23%	15	68%
9	Llamar al cliente en plataforma para activar su tarjeta de crédito	5	23%	20	91%
10	Pasa a retirarse	2	9%	22	100%
Total		22	100%		

© Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en la tabla 21 se demuestra que el tiempo de proceso de afiliación de tarjeta de crédito disminuyo a 22 minutos cada operación realizada a diferencia de antes que se realizaba en 45 minutos, este proceso ayudo bastante a seguir incrementando en índice de tarjetas de crédito en el menor tiempo posible estimado.

Tabla 22: Nivel de ventas de Abril

Abril					Meta	Meta
N°	Semana	N° De Operaciones	Monto(S/.)	Tarjetas De Crédito	S/.50000	2
1	01/04/17 al 07/04/17	9	28.200,00	1	56,4%	50%
2	10/04/17 al 17/04/17	19	31.700,00	2	63,4%	100%
3	18/04/17 al 25/04/18	5	11.600,00	1	23,2%	50%
4	25/04/17 al 30/04/17	5	46.250,00	2	92,5%	100%

© Fuente: Elaboración Propia

Tabla 23: Nivel de ventas de Mayo

Mayo					Meta	Meta
N°	Semana	N° De Operaciones	Monto(S/.)	Tarjetas De Crédito	S/.50000	2
1	03/05/17 al 09/05/17	8	30.550,00	1	61,1%	50%
2	10/05/17 al 16/05/17	7	30.600,00	2	61,2%	100%
3	16/05/17 al 23/05/17	7	30.050,00	4	60,1%	200%
4	24/05/17 al 31/05/17	4	26.000,00	1	52%	50%

© Fuente: Elaboración Propia

Tabla 24: Nivel de ventas de Junio

Junio					Meta	Meta
N°	Semana	N° De Operaciones	Monto(S/.)	Tarjetas De Crédito	S/.50,000	2
1	02/06/17 al 08/06/17	7	27.000,00	1	54%	50%
2	09/06/17 al 15/06/17	5	26.700,00	1	53,4%	50%
3	16/06/17 al 21/06/17	6	56.900,00	1	113,8%	50%
4	24/06/17 al 30/06/17	6	9.100,00	2	18,2%	100%

© Fuente: Elaboración Propia

2.7.4. Resultados de la variable dependiente: Nivel de ventas

Tabla 25: Nivel de ventas de Julio

Julio					Meta	Meta
N°	Semana	N° De Operaciones	Monto(S/.)	Tarjetas De Crédito	S/.50,000	2
1	01/07/17 al 06/07/17	6	61.850,00	3	123,7%	150%
2	11/07/17 al 17/07/17	7	32.200,00	1	64,4%	50%
3	18/07/17 al 23/07/17	5	23.150,00	1	46,3%	50%
4	24/07/17 al 31/07/17	2	9.000,00	1	18%	50%

© Fuente: Elaboración Propia

Tabla 26: Nivel de ventas de Agosto

Agosto					Meta	Meta
N°	Semana	N° De Operaciones	Monto(S/.)	Tarjetas De Crédito	S/.50000	2
1	01/08/2017 al 07/08/2017	6	13.200,00	1	26,4%	50%
2	08/08/2017 al 15/08/2017	11	47.950,00	3	95,9%	150%
3	16/09/2017 al 23/08/2017	4	31.500,00	2	63%	100%
4	23/09/2017 al 31/09/2017	3	6.000,00	1	12%	50%

© Fuente: Elaboración Propia

Tabla 27: Nivel de ventas de Septiembre

Septiembre					Meta	Meta
N°	Semana	N° De Operaciones	Monto(S/.)	Tarjetas De Crédito	S/.50,000	2
1	01/09/2017 al 07/09/2017	5	38.800,00	1	77,6%	50%
2	08/09/2017 al 15/09/2017	10	37.000,00	3	74%	150%
3	16/09/2017 al 23/09/2017	4	42.350,00	2	84,7%	100%
4	23/09/2017 al 30/09/2017	3	32.800,00	1	65,6%	50%

© Fuente: Elaboración Propia

2.7.5 Análisis económico-financiero

Tabla 28: Análisis del beneficio

Pre-test	Creditos desembolsados (pre-test)	Tarjetas de credito afiliadas(pre-test)	Post-test	Creditos desembolsados (post-test)	Tarjetas de credito afiliadas(post-test)
02/01/2017 al 09/01/2017	S/. 8.000,00	1	01/07/17 al 06/07/17	S/. 61.850,00	0
10/01/2017 al 17/01/2017	S/. 15.000,00	0	11/07/17 al 17/07/17	S/. 32.200,00	1
18/01/2017 al 25/01/2017	S/. 10.000,00	1	18/07/17 al 23/07/17	S/. 23.150,00	1
25/01/2017 al 31/01/2017	S/. 15.000,00	1	24/07/17 al 31/07/17	S/. 9.000,00	1
01/02/2017 al 07/02/2017	S/. 9.000,00	1	01/08/2017 al 07/08/2017	S/. 13.200,00	1
08/02/2017 al 15/02/2017	S/. 17.000,00	1	08/08/2017 al 15/08/2017	S/. 47.950,00	3
16/02/2017 al 21/02/2017	S/. 20.000,00	2	16/09/2017 al 23/08/2017	S/. 31.500,00	2
22/02/2017 al 28/02/2017	S/. 25.000,00	1	23/09/2017 al 31/09/2017	S/. 6.000,00	1
06/03/17 al 11/03/17	S/. 5.600,00	0	01/09/2017 al 07/09/2017	S/. 38.800,00	1
13/03/17 al 18/03/17	S/. 30.550,00	2	08/09/2017 al 15/09/2017	S/. 37.000,00	3
20/03/17 al 25/03/17	S/. 11.550,00	0	16/09/2017 al 23/09/2017	S/. 42.350,00	2
26/03/2017 al 31/03/17	S/. 17.200,00	1	23/09/2017 al 30/09/2017	S/. 32.800,00	1
Total del beneficio	S/. 183.900,00	11	Total del beneficio	S/. 375.800,00	17

© Fuente: Elaboración Propia

Tabla 29: Costo de mano de obra directa

Ejecutivo de negocios	
costo/hora	S/.8.4
# de horas	56
costo diario	S/.68
Costo mensual	S/.7,020

© Fuente: Elaboración Propia

Tabla 30: Análisis del Beneficio/costo

Beneficio	S/. 183.900,00	Beneficio	S/. 375.800,00
Costo	S/. 7.020,00	Costo	S/. 7.020,00
Beneficio/Costo	S/. 26,20	Beneficio/Costo	S/. 53,53

© Fuente: Elaboración Propia

Análisis estadístico

Se aplicó shapiro wilk (prueba de normalidad), comparación de medias T-Student para datos paramétricos y Wilcoxon para datos no paramétricos a los datos numéricos de las 12 semanas de los meses de Enero, Febrero y Marzo del año 2017 (pre – test) y de las semanas de Julio, Agosto y Septiembre del año 2017 (post – test) de la variable dependiente nivel de ventas y sus dimensiones: Índice de créditos e Índice de tarjetas de crédito.

Curva de aprendizaje - Variable independiente

Para aplicar esta variable se tuvo en cuenta las ventas (S/.) en soles, para ello se mostró información relevante y confiable del escenario antes y después de aplicar la implementación, para luego realizar un análisis descriptivo de los valores obtenidos.

Luego de la aplicación de la herramienta curva de aprendizaje se redujo el tiempo de proceso de otorgamientos tanto en los créditos personales y/o el proceso de afiliación de tarjetas de crédito que se otorgan, así como se logró incrementar el nivel de ventas(S/.) mediante un buen uso de los recursos productivos disponibles a los requerimientos de los jefes para satisfacer la predicción de la demanda o las ventas de manera semanal y/o mensual.

**Aplicación de la curva de aprendizaje durante las semanas de abril
(resultados de la variable independiente)**

Tabla 31

Semana 1		Coeficiente de aprendizaje (L)
Datos observados		
Unidad(n)	Tiempo(min)	
1	96	80%
2	76	
3	60	
4	48	
5	38	
6	30	
7	24	
8	19	
9	15	

© Fuente: Elaboración propia

En la tabla 31 se demuestra que en la primera semana de abril cuando se aplicó la herramienta curva de aprendizaje se incrementó a 9 operaciones respecto a la tabla 17 con menor tiempo de proceso de otorgamiento, debido a que se comenzó a reducir expedientes y documentos por validar y aprobar para el proceso de otorgamiento de ambos productos (créditos personales y/o tarjetas de crédito).

Tabla 32

Semana 2		Coeficiente de aprendizaje (L)
Datos observados		
Unidad(n)	Tiempo(min)	
1	90	75%
2	67	
3	50	
4	37	
5	27	
6	20	
7	15	
8	11	
9	8	
10	6	

© Fuente: Elaboración propia

En la tabla 32 se demuestra que en la segunda semana de abril cuando se aplicó la herramienta curva de aprendizaje se incrementó a 10 operaciones respecto a la tabla 18 reduciendo el tiempo de proceso de otorgamiento, mediante un coeficiente de aprendizaje del 75 %, tal esa sí que se mantuvo la reducción de expedientes como documentos por validar y aprobar para el otorgamiento de ambos productos (créditos personales y/o tarjetas de crédito).

Tabla 33

Semana 3		Coeficiente de aprendizaje (L)
Datos observados		
Unidad(n)	Tiempo(min)	70%
1	70	
2	49	
3	34	
4	23	
5	16	

© Fuente: Elaboración propia

En la tabla 33 se demuestra que en la tercera semana de abril cuando se aplicó la herramienta curva de aprendizaje se mantuvo las ventas en un nivel adecuado para la Financiera debido a que se fueron reduciendo el tiempo de proceso de otorgamiento de ambos productos.

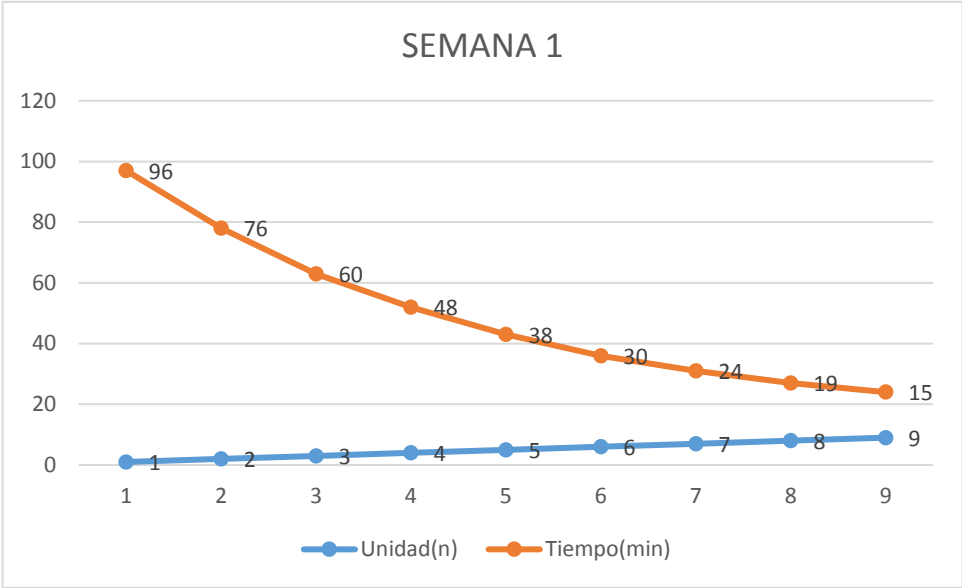
Tabla 34

Semana 4		Coeficiente de aprendizaje (L)
Datos observados		
Unidad(n)	Tiempo(min)	65%
1	58	
2	37	
3	24	
4	15	
5	9	

© Fuente: Elaboración propia

En la tabla 34 se demuestra que en la cuarta semana de abril cuando se aplicó la herramienta curva de aprendizaje con un coeficiente de aprendizaje del 65%, se realizaron 5 operaciones debido a que se mantuvo la reducción del tiempo de proceso de otorgamiento de ambos productos (créditos personales y/o tarjetas de crédito)

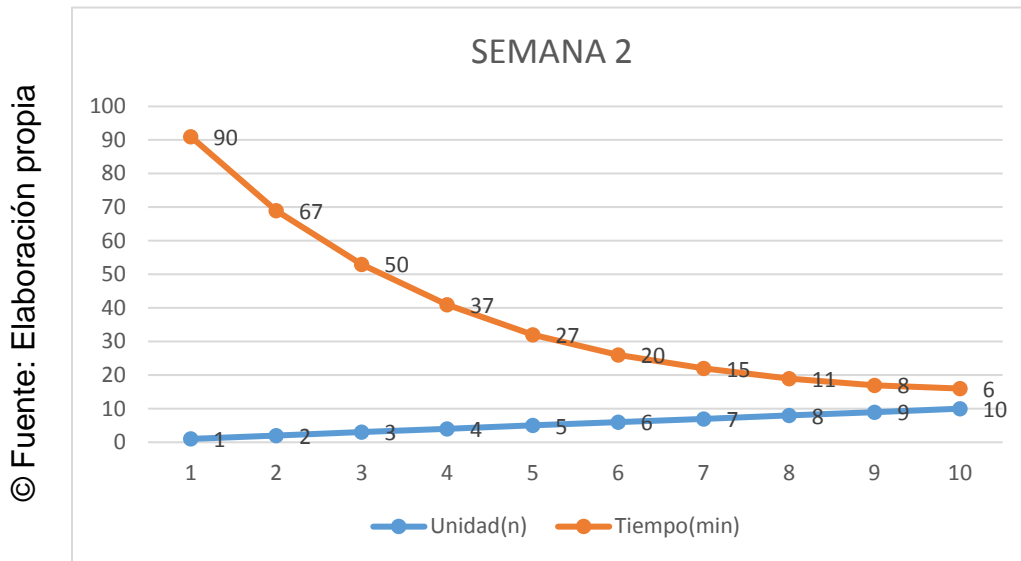
Gráfico 16: Operaciones realizadas en la primera semana de abril



© Fuente: Elaboración propia

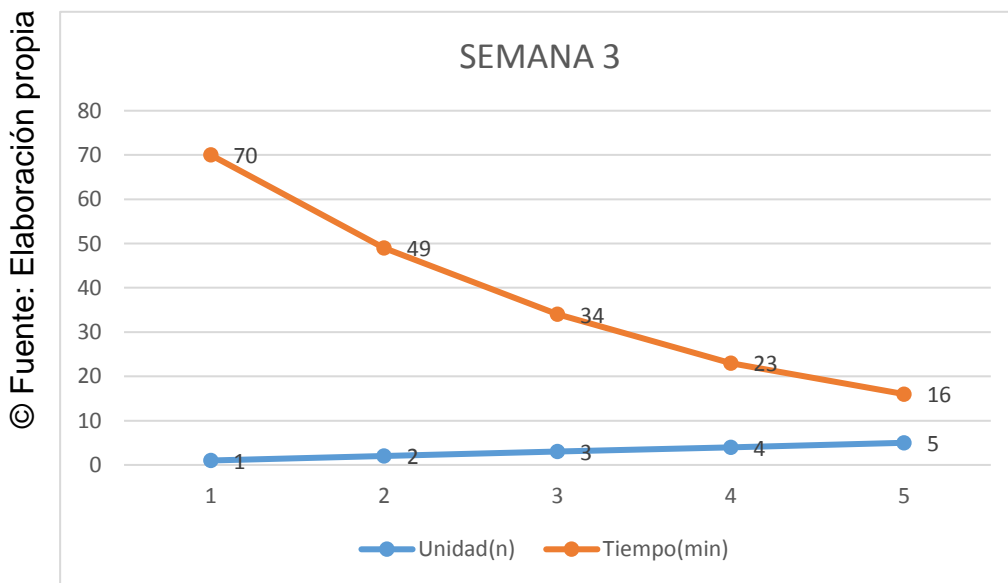
Como podemos demostrar en el gráfico 16 las ventas en ambos productos se incrementaron debido a que cuanto más operaciones había pendientes el tiempo de proceso de otorgamiento se redujo y así se mantuvo un buen avance en las ventas de manera semanal y/o mensual.

Gráfico 17: Operaciones realizadas en la segunda semana de abril



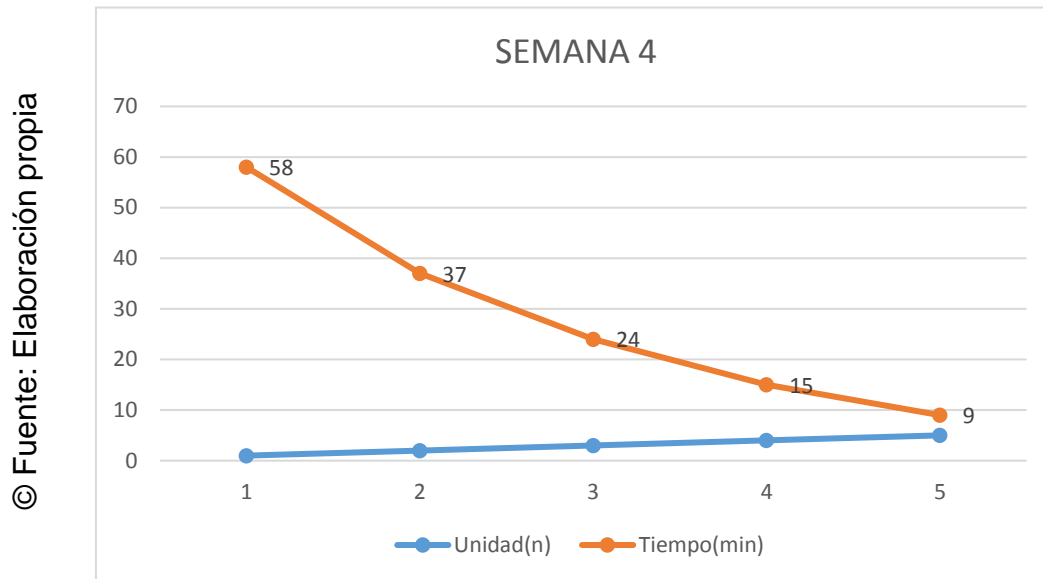
En el gráfico 17 como podemos demostrar esto quiere decir que en 90 minutos se llegaron a realizar 10 operaciones mediante la ayuda de la herramienta curva de aprendizaje.

Gráfico 18: Operaciones realizadas en la tercera semana de abril



Como podemos demostrar en el gráfico 18 se observa que en la 3era semana de abril se realizó 5 operaciones de ambos productos con los tiempos estimados reducidos.

Gráfico 19: Operaciones realizadas en la cuarta semana de abril



Como se demuestra en el gráfico 19 se realizaron 5 operaciones con una disminución del tiempo de proceso de 58 minutos en total en la 4ta semana de abril mientras se aplicaba la herramienta curva de aprendizaje.

Tabla 35: Análisis Descriptivo de la variable Independiente (Curva de Aprendizaje)

Descriptivos				
			Estadístico	Error típ.
Curva de aprendizaje pre test	Media		124,7500	9,74223
	Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite inferior	103,3075	
		Límite superior	146,1925	
	Media recortada al 5%		122,7778	
	Mediana		116,0000	
	Varianza		1138,932	
	Desv. típ.		33,74806	
	Mínimo		85,00	
	Máximo		200,00	
	Rango		115,00	
	Amplitud intercuartil		54,00	
	Asimetría		,861	,637
	Curtosis		,754	1,232
	Curva de aprendizaje post test	Media		164,5000
Intervalo de confianza para la media al 95%		Límite inferior	83,4568	
		Límite superior	245,5432	
Media recortada al 5%		156,8333		
Mediana		154,0000		
Varianza		16269,727		
Desv. típ.		127,55284		
Mínimo		46,00		
Máximo		421,00		
Rango		375,00		
Amplitud intercuartil		145,50		
Asimetría		1,156	,637	
Curtosis		,552	1,232	

© Fuente: SPSS 21

El promedio de mejora obtenido con la aplicación de la curva de aprendizaje es de 164,500 (media); la mitad de las muestras se mantuvieron en 154,00 (mediana). La diferencia entre la mejora mínima y máxima es de 375 (Rango). Con una variación de 0,06455 (Desviación típica).

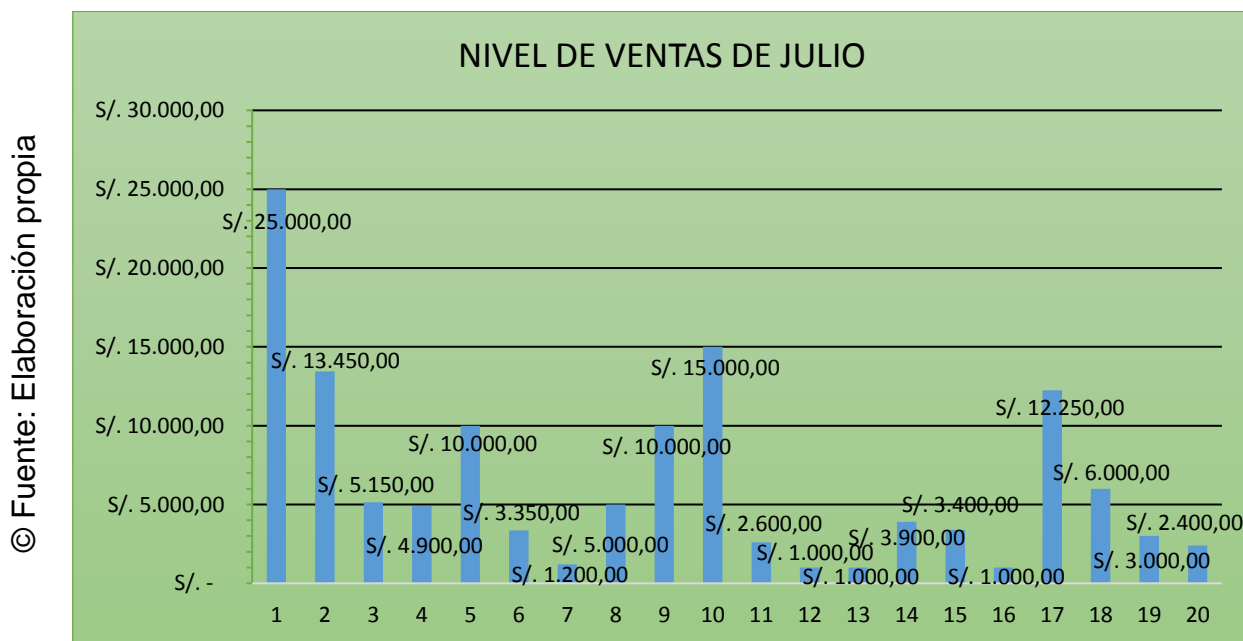
a. Nivel de ventas - Variable dependiente

Para medir esta variable se ha de tener en cuenta las ventas de manera semanal y/o mensual (S/.) para ello se deberá mostrar información relevante y confiable del escenario antes y después de aplicar la curva de aprendizaje, para luego realizar un análisis descriptivo de los valores obtenidos.

Desde el mes de Marzo, se puede comparar el nivel de las ventas(S/) antes y después de la mejora, lográndose visualizar una mejora en el nivel de las ventas.

Luego de la mejora mediante el apoyo de los ejecutivos comerciales tanto en el proceso de llenado de expedientes como en el proceso de aprobación que realizan, así como del control de calidad de dichos productos se logró incrementar las ventas respecto a la colocación tanto de créditos personales como tarjetas de crédito reduciendo el tiempo de proceso de otorgamiento de ambos productos, es decir se incrementó el nivel de ventas con menor tiempo posible estimado.

Gráfico 20: Nivel de ventas (Julio, 2017)



© Fuente: Elaboración propia

Gráfico 21: Nivel de ventas (Agosto, 2017)

© Fuente: Elaboración propia

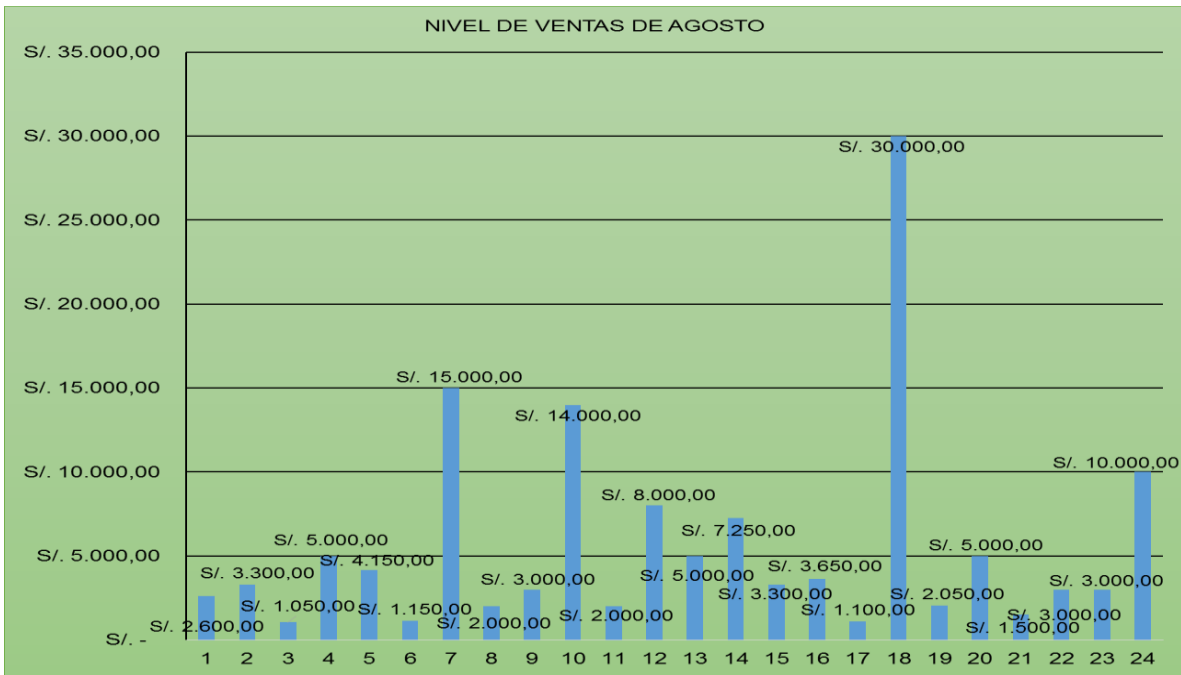
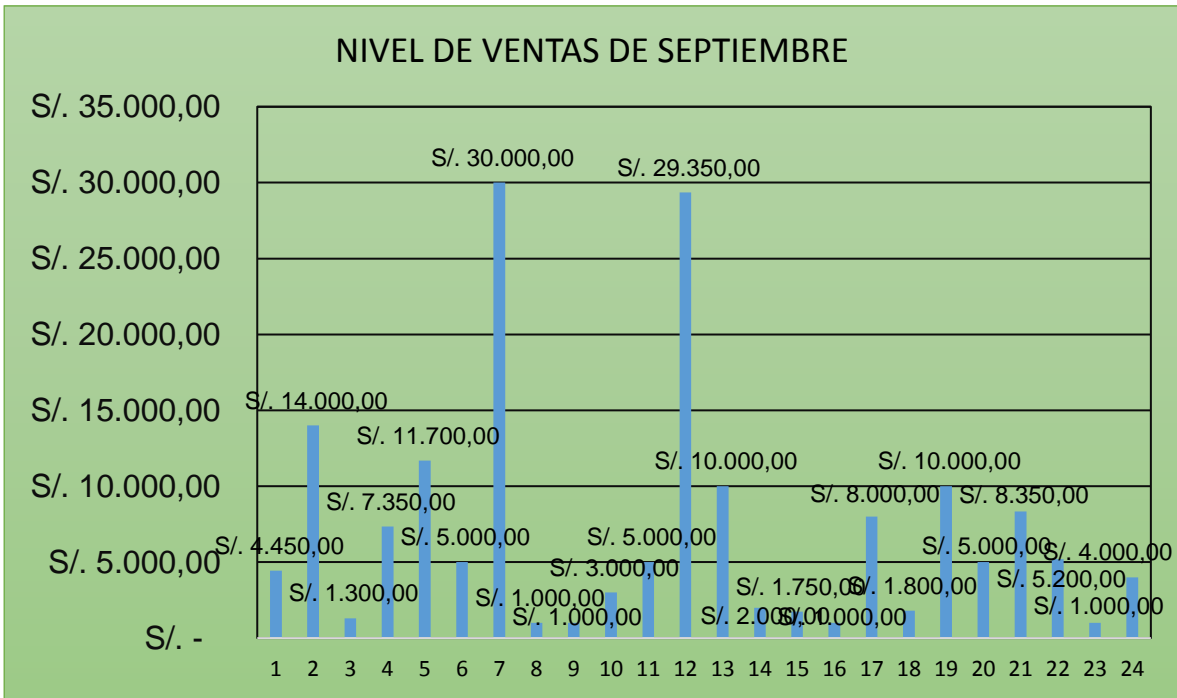


Gráfico 22: Nivel de ventas (Septiembre, 2017)

© Fuente: Elaboración propia



En los gráficos 20,21 y 22 (Julio-Septiembre,2017), se puede comparar el nivel de las ventas después de la mejora, lográndose visualizar un incremento en el índice de créditos solicitados como en el índice de tarjetas de crédito emitidas.

Luego de la mejora mediante el apoyo de los ejecutivos comerciales tanto en las colocaciones de ambos productos como en el proceso de aprobación de los expedientes para otorgar dichos productos que realizan, así como del control de calidad de dichos productos se logró incrementar el nivel de ventas respecto a los montos (S/.) reduciendo el tiempo de proceso utilizado de manera que se obviaron y descartaron varios documentos que generaban tanto ineficiencia de recursos como la demora en el tiempo proceso de otorgamiento de ambos productos(créditos personales y/o tarjetas de crédito), es decir se incrementó el nivel de ventas con menor tiempo posible estimado.

Tabla 36: Análisis descriptivo de la variable dependiente (Nivel de ventas)

Descriptivos			Estadístico	Error típ.
Nivel de ventas pretest	Media		76,4833	12,72531
	Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite inferior	48,4751	
		Límite superior	104,4915	
	Media recortada al 5%		75,4093	
	Mediana		75,0000	
	Varianza		1943,202	
	Desv. típ.		44,08176	
	Mínimo		11,20	
	Máximo		161,10	
	Rango		149,90	
	Amplitud intercuartil		57,10	
	Asimetría		,437	,637
	Curtosis		,091	1,232
	Nivel de ventas post test	Media		133,4667
Intervalo de confianza para la media al 95%		Límite inferior	95,5479	
		Límite superior	171,3854	
Media recortada al 5%		131,1907		
Mediana		119,6500		
Varianza		3561,682		
Desv. típ.		59,67983		
Mínimo		62,00		
Máximo		245,90		
Rango		183,90		
Amplitud intercuartil		97,90		
Asimetría		,732	,637	
Curtosis		-,408	1,232	

© Fuente: SPSS 21

El promedio del nivel de ventas obtenido con la aplicación de la curva de aprendizaje es de 133,46 (media); la mitad de las muestras se mantuvieron en 119,65 (mediana). La diferencia entre la mejora mínima y máxima es de 183,9 (Rango). Con una variación de 59,67 (Desviación típica).

Tabla 37: Prueba de normalidad para nivel de ventas

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Nivel de ventas pretest	,944	12	,554
Nivel de ventas post test	,922	12	,299

© Fuente: SPSS 21

Regla de decisión:

Si $p\text{valor} \leq 0.05$, los datos de la serie tiene un comportamiento paramétrico

Si $p\text{valor} > 0.05$, los datos de la serie tiene un comportamiento no paramétrico

De la tabla 37, se puede verificar que la significancia del nivel de ventas, antes es 0,554 y después 0,299, dado que el nivel de ventas antes es mayor que 0.05 y el nivel de ventas después es mayor que 0.05, por consiguiente y de acuerdo a la regla de decisión, se asume para el análisis de la contrastación de la hipótesis el uso de un estadígrafo no paramétrico, para este caso se utilizará Wilcoxon.

Tabla 38
Comparación de medias para nivel de ventas

	N	Media	Desviación típica	Mínimo	Máximo
Nivel de ventas pre-test	12	76,4833	44,08176	11,20	161,10
Nivel de ventas post test	12	133,4667	59,67983	62,00	245,90

© Fuente: SPSS 21

Tabla 39: Estadísticos de prueba Wilcoxon para Nivel de ventas

Estadísticos de contraste^a	
	Nivel de ventas post test - Nivel de ventas pretest
Z	-2,432 ^b
Sig. Asintót. (bilateral)	,015

a. Prueba de los rangos con signo de Wilcoxon

b. Basado en los rangos negativos.

© Fuente: SPSS 21

De la tabla 39, se puede verificar que la significancia de la prueba de Wilcoxon aplicado al nivel de ventas antes y después es de 0,015, por consiguiente y de acuerdo a la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula y se acepta que la aplicación de la curva de aprendizaje incrementa el nivel de ventas en la Institución Financiera Crediscotia de la agencia Plaza norte.

Tabla 40: Análisis descriptivo (Índice de Créditos)

Descriptivos				
			Estadístico	Error estándar
Índice de crédito pre test	Media		30,6500	4,20907
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	21,3859	
		Límite superior	39,9141	
	Media recortada al 5%		30,0389	
	Mediana		30,0000	
	Varianza		212,595	
	Desviación estándar		14,58065	
	Mínimo		11,20	
	Máximo		61,10	
	Rango		49,90	
	Rango intercuartil		20,10	
	Asimetría		,782	,637
	Curtosis		,286	1,232
Índice de crédito post test	Media		62,6333	9,46425
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	41,8027	
		Límite superior	83,4640	
	Media recortada al 5%		62,0537	
	Mediana		65,0000	
	Varianza		1074,864	
	Desviación estándar		32,78512	
	Mínimo		12,00	
	Máximo		123,70	
	Rango		111,70	
	Rango intercuartil		51,55	
	Asimetría		,029	,637
	Curtosis		-,246	1,232

© Fuente: SPSS 21

El promedio del índice de créditos obtenido con la aplicación de la curva de aprendizaje es de 62.63 (media); la mitad de las muestras se mantuvieron en 65,00 (mediana). La diferencia entre la mejora mínima y máxima es de 111.7 (Rango). Con una variación de 32,78 (Desviación típica).

Análisis Inferencial

Tabla 41: Prueba de normalidad (Índice de Créditos)

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Índice de crédito pre test	,948	12	,605
Índice de crédito post test	,964	12	,838

© Fuente: SPSS 21

Regla de decisión:

Si $p\text{valor} \leq 0.05$, los datos de la serie tiene un comportamiento no paramétrico

Si $p\text{valor} > 0.05$, los datos de la serie tiene un comportamiento paramétrico

De la tabla 50, se puede verificar que la significancia del índice de créditos, antes es 0,605 y después 0,838, dado que el índice de créditos antes es mayor que 0.05 y el índice de créditos después es mayor que 0.05, por consiguiente y de acuerdo a la regla de decisión, se asume para el análisis de la contrastación de la hipótesis el uso de un estadígrafo no paramétrico, para este caso se utilizará la prueba de Wilcoxon.

Contrastación de la primera hipótesis específica

Ho: La aplicación de la curva de aprendizaje no incrementa el índice de créditos en la Institución Financiera Crediscotia de la agencia Plaza Norte

Ha: La aplicación de la curva de aprendizaje incrementa el índice de créditos en la Institución Financiera Crediscotia de la agencia Plaza Norte.

Tabla 42: Correlaciones de muestras relacionadas (Índice de créditos)

Correlaciones de muestras relacionadas

	N	Correlación	Sig.
Par 1 Índice de crédito pre test e Índice de crédito post test	12	-,228	,476

© Fuente: SPSS 21

Tabla 43: Nivel de significancia (Índice de Créditos)

Prueba de muestras relacionadas

	Diferencias relacionadas					t	gl	Sig. (bilateral)
	Media	Desviación típ	Error típ. de la media	95% Intervalo de confianza para la diferencia				
				Inferior	Superior			
Índice de crédito pre test - Índice de crédito post test	-31,9833	38,80215	11,20122	-56,637	-7,32962	-2,855	11	0,016

© Fuente: SPSS 21

Regla de decisión:

Si $pvalor \leq 0.05$, se rechaza la hipótesis nula

Si $pvalor > 0.05$, se acepta la hipótesis nula

En la tabla 43 como el sig = 0,016 < 0.05 entonces rechazo la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir se acepta que la aplicación de la curva de aprendizaje incrementa el índice de créditos en la Institución Financiera Crediscotia de la agencia plaza norte.

Tabla 44: Estadísticos de prueba Wilcoxon para Índice de Créditos

Estadísticos de contraste^a	
	Índice de crédito post test - Índice de crédito pre test
Z	-2,275 ^b
Sig. Asintót. (bilateral)	,023

© Fuente: SPSS 21

De la tabla 44, se puede verificar que la significancia de la prueba de Wilcoxon aplicado al índice de créditos antes y después es de 0,023, por consiguiente y de acuerdo a la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula y se acepta que la aplicación de la curva de aprendizaje incrementa el índice de créditos en la Institución Financiera Crediscotia de la agencia Plaza norte.

Tabla 45: Análisis descriptivo (Índice de Tarjetas de Crédito)

Descriptivos				
			Estadístico	Error típ.
Índice de tarjeta de crédito pre test	Media		45,8333	9,64980
	Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite inferior	24,5943	
		Límite superior	67,0724	
	Media recortada al 5%		45,3704	
	Mediana		50,0000	
	Varianza		1117,424	
	Desv. Típ.		33,42790	
	Mínimo		,00	
	Máximo		100,00	
	Rango		100,00	
	Amplitud intercuartil		37,50	
	Asimetría		,086	,637
	Curtosis		-,190	1,232
	Índice de tarjeta de crédito post test	Media		70,8333
Intervalo de confianza para la media al 95%		Límite inferior	42,2310	
		Límite superior	99,4357	
Media recortada al 5%		70,3704		
Mediana		50,0000		
Varianza		2026,515		
Desv. típ.		45,01683		
Mínimo		,00		
Máximo		150,00		
Rango		150,00		
Amplitud intercuartil		50,00		
Asimetría		,745	,637	
Curtosis		,053	1,232	

© Fuente: SPSS 21

El promedio del índice de tarjetas de créditos obtenido con la aplicación de la curva de aprendizaje es de 70,83 (media); la mitad de las muestras se mantuvieron en 50,00

(mediana). La diferencia entre la mejora mínima y máxima es de 150,00 (Rango). Con una variación de 45,01 (Desviación típica).

Análisis Inferencial

Tabla 46: Prueba de Normalidad para Índice de Tarjetas de Crédito

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Índice de tarjeta de crédito pre test	,809	12	,012
Índice de tarjeta de crédito post test	,729	12	,002

© Fuente: SPSS 21

Regla de decisión:

Si $p\text{valor} \leq 0.05$, los datos de la serie tiene un comportamiento no paramétrico

Si $p\text{valor} > 0.05$, los datos de la serie tiene un comportamiento paramétrico

De la tabla 40, se puede verificar que la significancia del índice de tarjetas de crédito, antes es 0,012 y después 0,002, dado que el índice de tarjetas de crédito antes es menor que 0.05 y el índice de tarjetas de crédito después es menor que 0.05, por consiguiente y de acuerdo a la regla de decisión, se asume para el análisis de la contrastación de la hipótesis el uso de un estadígrafo paramétrico, para este caso se utilizará la prueba de T-student.

Contrastación de la segunda hipótesis específica

Ho: La aplicación de la curva de aprendizaje incrementa el índice de tarjetas de crédito en la Institución Financiera Crediscotia de la agencia Plaza Norte

Ha: La aplicación de la curva de aprendizaje incrementa el índice de tarjetas de crédito en la Institución Financiera Crediscotia de la agencia Plaza Norte

Tabla 47: Comparación de medias con prueba T-Student para Índice de Tarjetas de Crédito

Estadísticos de muestras relacionadas					
		Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media
Par 1	Índice de tarjeta de crédito pre test	45,8333	12	33,42790	9,64980
	Índice de tarjeta de crédito post test	79,1667	12	39,64807	11,44541

© Fuente: SPSS 21

De la tabla 47, ha quedado demostrado que la media del índice de tarjetas de crédito antes (45,833) es menor que la media del índice de tarjetas de crédito después (79,1667) por consiguiente, no se cumple $H_0: \mu_0 \geq \mu_1$, en tal razón se rechaza la hipótesis nula de que la curva de aprendizaje no incrementa el índice de tarjetas de crédito y se acepta la hipótesis de investigación o alterna, por la cual queda demostrado que la curva de aprendizaje incrementa el índice de tarjetas de crédito en la institución financiera crediscotia de la agencia plaza norte.

Tabla 48: Análisis estadísticos de muestras relacionadas

Prueba de muestras relacionadas								
	Diferencias relacionadas					t	gl	Sig. (bilateral)
	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	95% Intervalo de confianza para la diferencia				
				Inferior	Superior			
Índice de tarjeta de crédito pre test - Índice de tarjeta de crédito post test	-33,3333	38,92495	11,23666	-58,0651	-8,6016	-2,966	11	0,013

© Fuente: SPSS 21

En la tabla 48 como el sig = 0,013 < 0.05 entonces rechazo la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir se acepta que la aplicación de la curva de aprendizaje incrementa el índice de tarjetas de crédito en la Institución Financiera Crediscotia de la agencia plaza norte.

IV. DISCUSIÓN

1. Con la presente investigación se ha comprobado que la curva de aprendizaje incrementa el nivel de ventas en la Institución Financiera Crediscotia de la agencia Plaza norte en un 75%, hallándose en la prueba de Wilcoxon un valor calculado a un nivel de significancia de 0.015, este resultado concuerda con las conclusiones de Nuñez (2013) quien luego de la aplicación de los coeficientes de aprendizaje incremento el índice de las ventas en la empresa Retail en un 79%.
2. Por otro lado con la investigación se ha comprobado que la aplicación de la curva de aprendizaje incrementa el índice de créditos en la Institución financiera crediscotia de la agencia plaza norte en 63%, hallándose un valor de nivel de significancia de 0,016 y un nivel de correlación de 0.476. Los resultados se corroboran con las conclusiones de la tesis de Arias (2014) quien nos señala que cuando sus tiempos de procesos disminuyeron a 20 minutos cada operación sus niveles de ventas y/o producción se incrementaron en un 92%, así como también se corrobora los resultados de la tesis de Linares (2012) que la curva de aprendizaje incremento sus niveles de productividad en un 89%.
3. Por último, con la investigación se ha comprobado que la curva de aprendizaje incrementa el índice de tarjetas de crédito en la Institución financiera crediscotia de la agencia plaza norte en 71%, hallándose un valor de nivel de significancia de 0,013 mediante un análisis estadístico de muestras relacionadas. Este resultado concuerda con los resultados de su tesis de Parra (2013) quien logró incrementar los niveles de ventas en un 79% gracias a la aplicación de la herramienta curva de aprendizaje así como también se corrobora con los resultados de la tesis de Guzmán (2014) quien nos señala que la aplicación de la curva de aprendizaje mejoro la productividad en un 80% de manera eficiente con los trabajos de ejecución en el menor tiempo posible estimado.

V. CONCLUSIONES

1. De los resultados obtenidos en la presente investigación se observa que la curva de aprendizaje incrementa el nivel de ventas en la Institución Financiera Crediscotia de la agencia plaza norte en un 75%, ya que los resultados estadísticos de contrastación de hipótesis que se realizaron mediante la prueba no paramétrica Wilcoxon para muestras relacionadas en la preprueba y postprueba, evaluadas en un periodo de 12 semanas cada uno, demuestran un nivel de sig de 0,015.
2. De los resultados obtenidos en la presente investigación se observa que la curva de aprendizaje incrementa el índice de créditos en la Institución Financiera Crediscotia de la agencia Plaza Norte en un 63%, obteniéndose un nivel de significancia de 0,016.

Mientras que los resultados de contrastación de hipótesis que se realizaron mediante la prueba no paramétrica Wilcoxon para muestras relacionadas en el pre-test y post.test demuestran un valor de 0,023.

3. De los resultados obtenidos en la presente investigación se demuestra que la curva de aprendizaje incrementa el índice de tarjetas de crédito en la institución financiera crediscotia de la agencia plaza norte en un 71%, obteniéndose un nivel de significancia de 0,012 en el pre-test y post-test con un nivel de significancia de 0,002. Mientras que los resultados de análisis estadístico de muestras relacionadas se obtuvo un nivel de sig del 0,013 de manera que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis del investigador.

VI RECOMENDACIONES

1. Se recomienda continuar con la aplicación de la curva de aprendizaje en el área de ventas y en todas las áreas de la organización ya que esto contribuye a incrementar el nivel de ventas con el menor tiempo posible estimado. Con el objetivo de seguir incrementando sus ventas en ambos productos de manera semanal y/o mensual de la Financiera es importante continuar con la aplicación de verificar los diagramas de flujo del proceso de otorgamiento de ambos productos, para detectar que procesos ya no generan valor y aplicar una herramienta necesaria que permita seguir incrementando sus ventas de manera eficiente, todo ello con el compromiso del personal de la empresa entre ejecutivos comerciales, ejecutivos de negocios y funcionarios.
2. En la Institución Financiera crediscotia de la agencia plaza norte se recomienda seguir manteniendo la disminución del tiempo de proceso de otorgamiento en ambos productos de manera que al aplicar la curva de aprendizaje el proceso de otorgamiento de ambos productos es más eficiente y rápido, de modo que así se continua manteniendo un elevado nivel de ventas ya sea de manera semanal y/o mensual tanto en el proceso de otorgamiento de créditos personales como de tarjetas de crédito.
3. En la Institución Financiera crediscotia de la agencia plaza norte se recomienda seguir proponiendo nuevas estrategias de mejora superior a la curva de aprendizaje para así seguir incrementando mayores índices de créditos como de tarjetas de crédito de manera eficiente.
4. Como futura investigación se propuso desarrollar un plan de incentivos al personal por medio de bonos conforme su rendimiento y uso de capacidades para ejecutar el proceso de otorgamiento de créditos personales y/o tarjetas de crédito.

VI REFERENCIAS

Arias, Jessica. *Modelamiento y Simulación de Curvas de Aprendizaje para Tecnologías de Energía Renovable en Colombia*.3°ed. Universidad Nacional de Colombia, 2014. 123pp.

Vázquez, Gustavo. *Las ventas en el contexto gerencial latinoamericano*. 4° ed. Temas de Management, 2013. 10pp.

Guzmán, Abner. *Aplicación de la filosofía lean construcción en la planificación, programación, ejecución y control de proyectos*.3° ed. Pontificia Universidad Católica del Perú, 2014. 127 pp.

Navarro, Mariana. *Técnicas de ventas*.1°ed. Red tercer milenio s.c., 2012. 119 pp.

Pablo, López. *Fitness Management School*.3° ed. WSC Consulting, 2013. 3 pp.

Romero. *Las ventas en el mundo empresarial*. 2° ed, 2013. 35 pp.

Valdiviezo, Jorge. *La curva de aprendizaje y sus aplicaciones*. 2° ed. Estrategias y planeación, 2012. 300 pp.

Ebbinghaus, Hermann. *La Curva de aprendizaje*. 3° ed. WSC Consulting, 2012. 49 pp.

Vega,Juan. *El mundo de las ventas* 3° ed, Red de mercadeo, 2014. 100 pp.

VII ANEXOS

Anexo 1: Resultado del turnitin

Turnitin

Seguro | https://turnitin.com/s_class_portfolio.asp?r=86.8753747800213&svr=314&lang=es&aid=104486&cid=16659940

Portafolio de la clase Peer Review Mis notas Discusión Calendario

ESTÁS VIENDO: INICIO > DESARROLLO TESIS SUCA 2017-II

¡Bienvenido a la página de inicio de su nueva clase! Podrás ver todos los ejercicios de tu clase en la página principal de tu clase, así como ver información adicional acerca de los ejercicios, entregar tu trabajo y tener acceso a los comentarios para tus trabajos.

Mueve el cursor sobre cualquier elemento de la página principal de la clase para ver más información.

Página de Inicio de la clase

Esta es la página de inicio de su clase. Para entregar un trabajo, haga clic en el botón de "Entregar" que está a la derecha del nombre del ejercicio. Si el botón de Entregar aparece en gris, no se pueden realizar entregas al ejercicio. Si está permitido entregar trabajos más de una vez, el botón dirá "Entregar de nuevo" después de que usted haya entregado su primer trabajo al ejercicio. Para ver el trabajo que ha entregado, pulse el botón "Ver". Una vez la fecha de publicación del ejercicio ha pasado, usted también podrá ver los comentarios que le han dejado en el trabajo haciendo clic en el botón de "Ver".

Bandeja de entrada del ejercicio: DESARROLLO TESIS SUCA 2017-II

Información	Fechas	Similitud
DESARROLLO TESIS SUCA 2017-II	Comienzo 27-oct-2017 2:24PM Fecha de entrega 31-dic-2017 11:59PM Publicar 31-dic-2017 12:00AM	11%

Entregar de nuevo Ver

Derechos de autor © 1998 - 2017 Turnitin, LLC. Todos los derechos reservados.

Feedback Studio - Google Chrome

Seguro | https://ev.turnitin.com/app/carta/es/?s=1&lang=es&student_user=1&o=873261429&u=1068888612

feedback studio Victor Emanuel Pajares Llanos Aplicación de la curva de aprendizaje para incrementar el nivel de ventas en la institución financiera crediscotia de la agencia pl.

Resumen de coincidencias

11 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

1	repositorio.ucv.edu.pe	2 %
2	Entregado a Braintree ...	1 %
3	tesis.pucp.edu.pe	1 %
4	myslide.es	1 %
5	repositorio.unajma.edu...	<1 %
6	docslide.us	<1 %

Página: 1 de 110 Número de palabras: 18867

Anexo 2: Certificado de validez del instrumento (experto n° 1)

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE

N°	VARIABLES7DIMENSIONE7INDICADORES	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
VARIABLE INDEPENDIENTE: Curva de Aprendizaje								
DIMENSIÓN 1								
1	Tiempo de Proceso	SI	No	SI	No	SI	No	
2								
DIMENSIÓN 2								
3		SI	No	SI	No	SI	No	
4								
VARIABLE DEPENDIENTE: Nivel de Ventas								
DIMENSIÓN 1:								
5	Número de Créditos	SI	No	SI	No	SI	No	
6								
DIMENSIÓN 2								
7	Número de Tarjetas de Crédito	SI	No	SI	No	SI	No	
8								
DIMENSIÓN 3								
9		SI	No	SI	No	SI	No	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg: Daniel Silva DNI: 10792639

Especialidad del validador: M.Sc. Ing. INGENIERIA INDUSTRIAL

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

19 de Junio del 2017

DANIEL RICARDO SILVA SIU
INGENIERO INDUSTRIAL

Firma del Experto Informante.

Anexo 3: Certificado de validez del instrumento (experto n° 2)

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE

N°	VARIABLES7DIMENSIONE7INDICADORES	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
VARIABLE INDEPENDIENTE: Curva de Aprendizaje								
DIMENSIÓN 1								
1	Tiempo de Proceso	SI	No	SI	No	SI	No	
2								
DIMENSIÓN 2								
3		SI	No	SI	No	SI	No	
4								
VARIABLE DEPENDIENTE: Nivel de Ventas								
DIMENSIÓN 1:								
5	Número de Créditos	SI	No	SI	No	SI	No	
6								
DIMENSIÓN 2								
7	Número de Tarjetas de Crédito	SI	No	SI	No	SI	No	
8								
DIMENSIÓN 3								
9		SI	No	SI	No	SI	No	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg: Silvia Apaza Guido Rene DNI: 42203023

Especialidad del validador: Industria

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

19 de 06 del 2017

Firma del Experto Informante.

Anexo 4: Certificado de validez del instrumento (experto n° 3)

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE

N°	VARIABLES7DIMENSIONE7INDICADORES	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE INDEPENDIENTE: Curva de Aprendizaje							
	DIMENSIÓN 1							
1	Tiempo de Proceso <i>de otorgamiento</i>	Si	No	Si	No	Si	No	
2								
	DIMENSIÓN 2							
3		Si	No	Si	No	Si	No	
4								
	VARIABLE DEPENDIENTE: Nivel de Ventas							
	DIMENSIÓN 1:							
5	Número de Créditos <i>otorgados</i>	Si	No	Si	No	Si	No	
6								
	DIMENSIÓN 2							
7	Número de Tarjetas de Crédito <i>emitidas</i>	Si	No	Si	No	Si	No	
8								
	DIMENSIÓN 3							
9								

Observaciones (precisar si hay suficiencia): *Es pertinente*

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: *Dr. Luis Roberto Rojas Chirre* DNI: *06538800*

Especialidad del validador: *Dr. Rojas Chirre, Abogado*

21 de *Junio* del 2017

Firma del Experto Informante

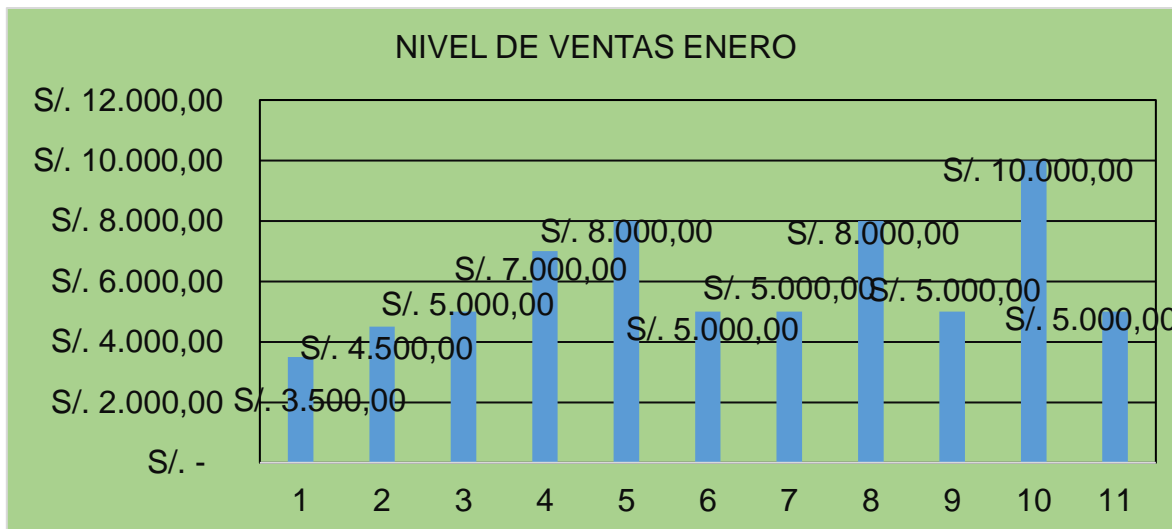
¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Anexo 5: Reporte de las ventas del mes de Enero del 2017

ENERO						
DNI	NOMBRE DEL CLIENTE	TELEFONO	OFERTA PRE-APROBADA	TEA	TIPO DE PRODUCTO(TC,LD)	
10165576	Claudio Castro Medina	988156345	S/. 3.500,00	0.575	Ld-consumo	
25735467	Ruben Felipe Garcia Lazaro	976324501	S/. 4.500,00	0.53	Ld-consumo	
19076543	Luis Alberto Ramos Pizarro	919374076	S/. 5.000,00	0.00	Tarjeta unica visa	
20105594	Juan Edwin Camaqllanqui Corahua	908127543	S/. 7.000,00	0.385	Ld-mes	
20187654	Luis Angel Gonzales Berrocal	981542049	S/. 8.000,00	0.45	Ld-mes	
73456104	María Luisa Lopez Salazar	901654209	S/. 5.000,00	0.48	Ld-consumo	
32101657	Melissa Cumpa Toribio	961043567	S/. 5.000,00	0.53	Ld-mes	
32103417	Victor Leon Angeles	943503630	S/. 8.000,00	0.00	Tarjeta unica visa	
32101467	Julia Juana Vargas Toscano	938623648	S/. 5.000,00	0.00	Tarjeta unica visa	
10256732	Lorenzo Castillo Sosa	934082011	S/. 10.000,00	0.46	Ld-consumo	
25673490	Juan Jose Ramirez Alarcon	982093450	S/. 5.000,00	0.575	Ld-mes	

© Fuente: Elaboración Propia

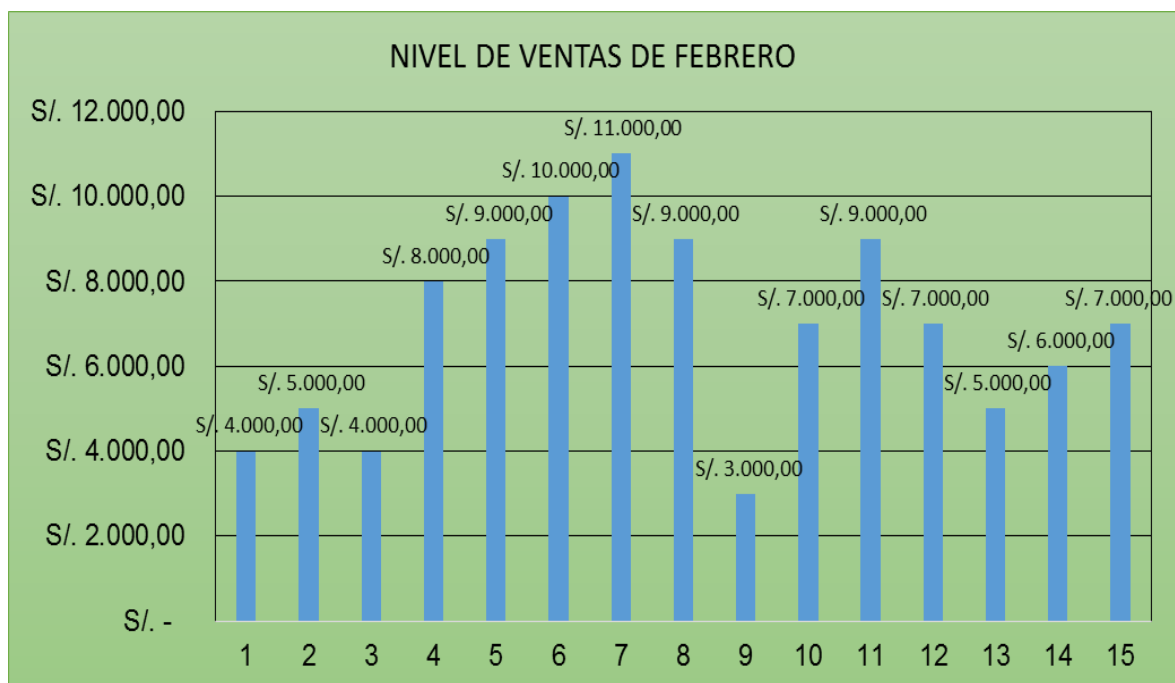


© Fuente: Elaboración Propia

Anexo 6: Reporte de las ventas del mes de Febrero del 2017

FEBRERO						
DNI	NOMBRE DEL CLIENTE	TELEFONO	OFERTA PRE-APROBADA	TEA	TIPO DE PRODUCTO(TC,LD CONSUMO,LD-MES,LP)	
29081236	Antonio Silva Coral	901643094	S/.	4.000,00	0.53	Ld-consumo
35872019	Carlos Alberto Magallanes Lopez	987302865	S/.	5.000,00	0.52	Ld-mes
20103456	Cecilia Lucia Sanchez Ferrer	988153783	S/.	4.000,00	0.00	Tarjeta unica visa
70184307	Jorge Antonio Condori Mamani	965309210	S/.	8.000,00	0.44	Ld-mes
35890237	Renzo Antonio Martinez Franco	987345028	S/.	9.000,00	0.585	Ld-mes
20198302	Antonia Quispe Solano De Laimes	5231987	S/.	10.000,00	0.00	Tarjeta unica visa
44042965	Humberto Huanamyaury Lopez	964500865	S/.	11.000,00	0.43	Ld-consumo
45555439	Roberto Carlos Urbano Melendrez	970968750	S/.	9.000,00	0.375	Ld-consumo
41667356	Victor Hugo Carbajal Leyva	992178796	S/.	3.000,00	0.00	Tarjeta unica visa
46255783	Hector Raul Yaya Acuña	943567890	S/.	7.000,00	0.00	Tarjeta unica visa
45749305	Andrea Noelia Fernandez Oriondo	965313291	S/.	9.000,00	0.00	Tarjeta unica visa
31927416	Asuncion Alvarado Damian	945136514	S/.	7.000,00	0.48	Ld-consumo
46144552	Jose Luis Zegarra Villar	956787605	S/.	5.000,00	0.55	Ld-consumo
80106522	Yoni Lopez Toribio	997405127	S/.	6.000,00	0.46	Ld-mes
10452041	Juana Torrealva Zegarra	985239314	S/.	7.000,00	0.375	Ld-consumo

© Fuente: Elaboración Propia

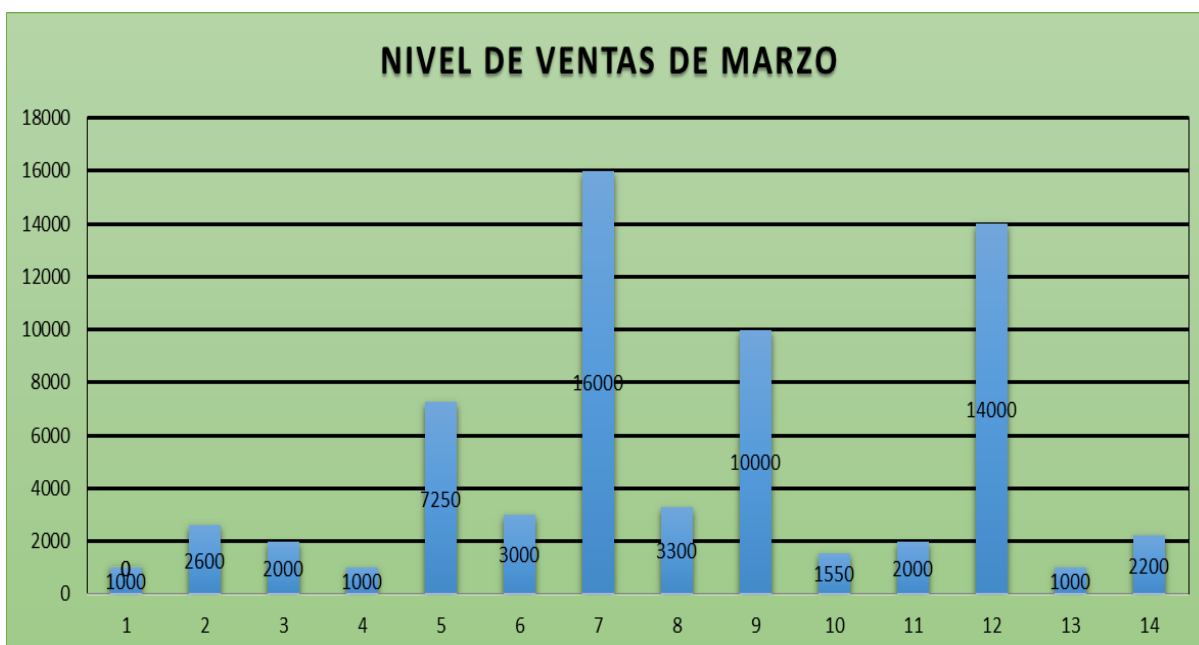


© Fuente: Elaboración Propia

Anexo 7: Reporte de las ventas del mes de Marzo del 2017

MARZO						
DNI	NOMBRE DEL CLIENTE	TELEFONO	OFERTA PRE-APROBADA	TEA	TIPO DE PRODUCTO(TC,LD CONSUMO,LD-MES,LP)	
47981147	Manihuari Zatalaya Ritha Elena	988136071	S/. 1.000,00	0.90	Ld-mes	
6872525	Sarmiento Sarmiento Ines	1-532-4567	S/. 2.600,00	0.47	Ld-mes	
43126256	Cerna Tafur Jesus	940061912	S/. 2.000,00	0.80	Ld-mes	
47517695	Chirino Molina Vicente	991812105	S/. 1.000,00	0.80	Ld-consumo	
4085621	Palacios Travezaño Yuly	985595123	S/. 7.250,00	0.61	Ld-consumo	
44861514	Modesto Tomas Elmer Jorge	945655986	S/. 3.000,00	0.00	Tarjeta unica visa	
6928121	Yarleque Melgarejo Maria	991358563	S/. 16.000,00	0.375	Ld-consumo	
18070202	Vasquez Tejada Mercedes	933638338	S/. 3.300,00	0.00	Tarjeta unica visa	
7149758	Bazan Olivera Victor	948925659	S/. 10.000,00	0.45	Ld-consumo	
45931261	Vargas Melendez Viviana	968578662	S/. 1.550,00	0.90	Ld-consumo	
7149558	Leon Alba Elena	5234789	S/. 2.000,00	0.70	Ld-mes	
9049650	Pacheco Navarro Raul	949703628	S/. 14.000,00	0.47	Ld-consumo	
40414102	Hernan Arosemena Aparicio	994389832	S/. 1.000,00	0.70	Ld-consumo	
40414102	Hernan Arosemena Aparicio	994389832	S/. 2.200,00	0.00	Tarjeta unica visa	

© Fuente: Elaboración Propia

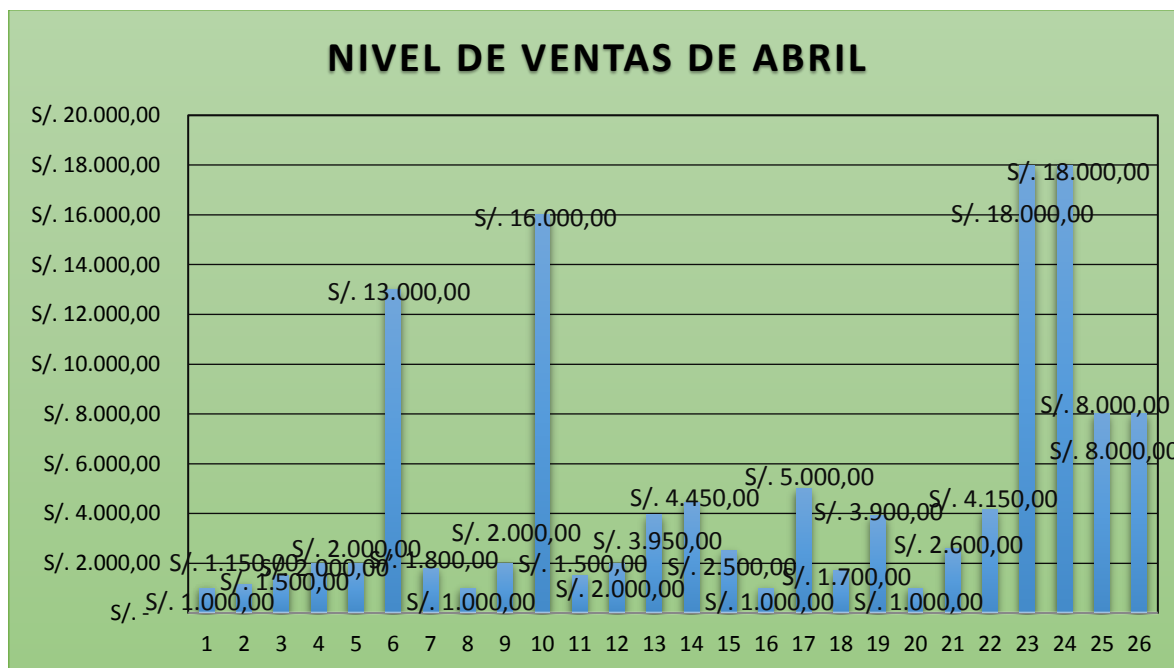


© Fuente: Elaboración propia

Anexo 8: Reporte de las Ventas del mes de Abril del 2017

ABRIL						
DNI	NOMBRE DEL CLIENTE	TELEFONO	OFERTA PRE-APROBADA	TEA	TIPO DE PRODUCTO(TC,LD CONSUMO,LD-MES,LP)	
70011489	Saldaña Linares Eulogio Pacifico	955226781	S/.	1.800,00	0.80	Ld-mes
46022503	Cabrera Arroyo Dagni	954683673	S/.	1.000,00	0.90	Ld-mes
6208486	Cueto Laura Francisca	5672252	S/.	4.750,00	0.45	Ld-consumo
41941736	Avila Benitez Santos Ignacio	944971731	S/.	1.000,00	0.90	Ld-mes
47134093	Sotomayor Cullqui Ricardo	959308478	S/.	1.150,00	0.80	Ld-consumo
8682318	Elescano Yupanqui Gustavo Adolfo	922133126	S/.	1.500,00	0.70	Ld-consumo
20678406	Andrade Rosales Celia Luz	925667312	S/.	2.000,00	0.80	Ld-mes
45723794	Trujillo Barrera Abraham	936496330	S/.	2.000,00	0.80	Ld-consumo
33253335	Castillo Castillo Misael Hernan	968412917	S/.	13.000,00	0.45	Ld-consumo
9083840	Badoino Chavez Edgar Alberto	5319252	S/.	1.800,00	0.70	Ld-mes
20979726	Bendezu Montero Juan Jose	968541638	S/.	1.000,00	0.90	Ld-mes
8643638	Pandia Apaza Susana	959429535	S/.	2.000,00	0.00	Tarjeta unica visa
27820231	Martinez Carrasco Nery Cecilia	988267197	S/.	16.000,00	0.45	Ld-consumo
27820231	Martinez Carrasco Nery Cecilia	988267197	S/.	1.500,00	0.00	Tarjeta unica visa
9910639	Zavala Karin Milagritos	948593268	S/.	2.000,00	0.80	Ld-mes
8684149	Diaz Mego Oscar	987733002	S/.	3.950,00	0.70	Ld-mes
9902851	De La Torre Contreras Ursula	7457897	S/.	4.450,00	0.455	Ld-mes
9621792	Cieza Ramos Isidro	998433267	S/.	2.500,00	0.60	Ld-consumo
44453963	Mori Perez Armando	999904777	S/.	1.000,00	0.90	Ld-mes
2046296	Mamani Apaza Victoria	962871542	S/.	5.000,00	0.455	Ld-mes
8518388	Cisneros Castilla Teodor	990739858	S/.	1.700,00	0.90	Ld-consumo
41343945	Salvador Loarte Alex Enrique	991829242	S/.	3.900,00	0.55	Ld-consumo
41350475	Romero Julcarina Yonny Avelino	993724795	S/.	1.000,00	0.80	Ld-mes
7145495	Manchego Vargas De Mendoza Petronila	5330095	S/.	2.600,00	0.00	Tarjeta unica visa
40094850	Garcia Izaguirre Lidia	925568435	S/.	4.150,00	0.575	Ld-consumo
29512779	Galdos Delgado Gabriel Alejandro	941377654	S/.	18.000,00	0.40	Ld-consumo
9883114	Goicochea De La Cruz Jackeline	938231182	S/.	18.000,00	0.325	Ld-mes
42966763	Negron Rodriguez Jane Karol	986820744	S/.	8.000,00	0.00	Tarjeta unica visa
40372284	Torres Vargas Jorge Llanero	973951052	S/.	8.000,00	0.00	Tarjeta unica visa

© Fuente: Elaboración propia

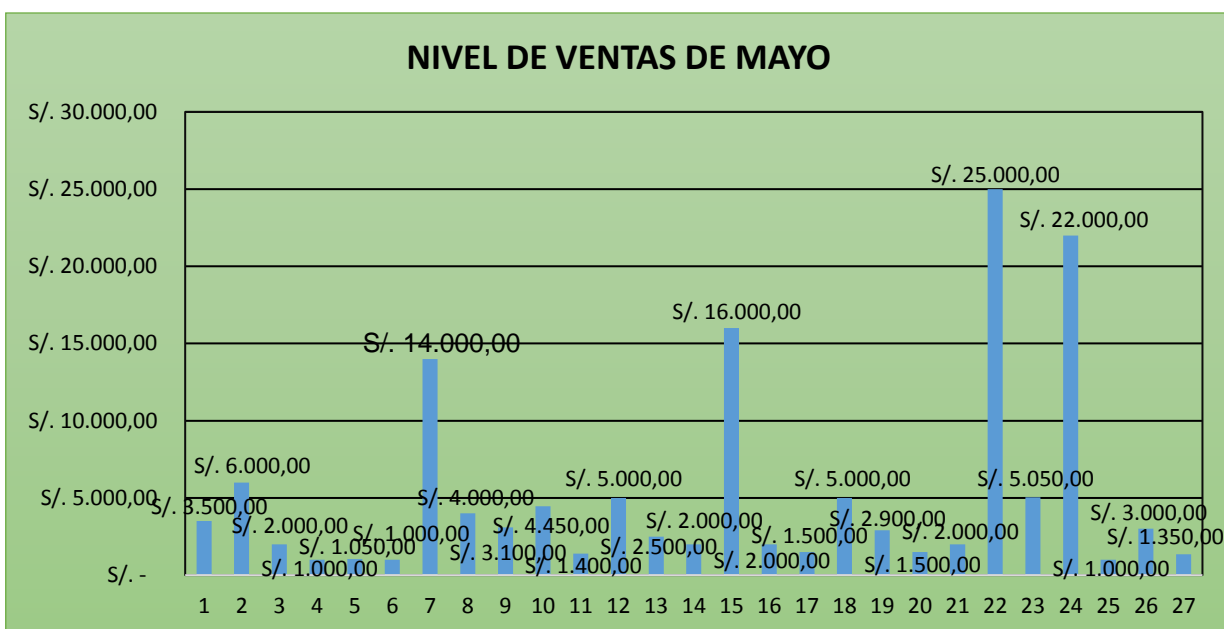


© Fuente: Elaboración propia

Anexo 9: Reporte de las Ventas del mes de Mayo del 2017

MAYO					
DNI	NOMBRE DEL CLIENTE	TELEFONO	OFERTA PRE-APROBADA	TEA	PRODUCTO
42394676	Rosalinda Gómez Collantes	959471148	S/. 3.500,00	0.80	Ld-consumo
42222871	Joan Velásquez Castillo	946092158	S/. 6.000,00	0.53	Ld-consumo
42222872	Joan Velásquez Castillo	946092159	S/. 2.000,00	0.00	Tarjeta unica visa
41878171	Juan Benitez Requejo	992615260	S/. 1.000,00	0.90	Ld-mes
17560763	Rosa Sialer Davila	981156892	S/. 1.050,00	0.70	Ld-consumo
45820521	Milena Tapullima Tapullima	986593111	S/. 1.000,00	0.90	Ld-mes
9435482	Uldarico Córdor Atiro	995532893	S/. 14.000,00	0.66	Ld-mes
10156147	Fredy Ivan Cruz Egusquiza	980567907	S/. 4.000,00	0.53	Ld-mes
9044788	Arturo Sahuanay Quispe	986306119	S/. 3.100,00	0.63	Ld-consumo
41100483	Alex Ricardo Crespo Quispe	975166274	S/. 4.450,00	0.00	Tarjeta unica visa
9621792	Isidro Cieza Ramos	998433267	S/. 1.400,00	0.00	Tarjeta unica visa
8565390	Fredy Gonzales Arteaga	988008832	S/. 5.000,00	0.53	Ld-consumo
9626876	Gregorio Castillo Sosa	996883102	S/. 2.500,00	0.585	Ld-mes
32102524	Matilde Llanos Vargas	957977652	S/. 2.000,00	0.61	Ld-consumo
43078740	Miguel Angel Diaz Mori	993045510	S/. 16.000,00	0.375	Ld-consumo
7167173	Nesito Palomino Velazque	991141417	S/. 2.000,00	0.71	Ld-consumo
44431077	Elvis Ronald Ramos Jambo	972586059	S/. 1.500,00	0.70	Ld-mes
7131724	María Garcia Velasquez	981570181	S/. 5.000,00	0.00	Tarjeta unica visa
9513041	Silvia Delgado Vizcarra	993012541	S/. 2.900,00	0.00	Tarjeta unica visa
9671400	Gesica Talavera Pastor	955143585	S/. 1.500,00	0.00	Tarjeta unica visa
42770023	Frank Grados Human	986921534	S/. 2.000,00	0.00	Tarjeta unica visa
8021376	Patricia Minaya Tapia	983503476	S/. 25.000,00	0.00	Ld-mes
7176501	Fortunato Roque Dominguez	981059953	S/. 5.050,00	0.385	Ld-consumo
25821212	María Luisa Minaya Tapia	982102534	S/. 22.000,00	0.29	Linea paralela
45333042	Estefany Candia Tejada	993003464	S/. 1.000,00	0.90	Ld-consumo
17549219	Maritza Marcelo Tejada	979126614	S/. 3.000,00	0.53	Ld-mes
7142439	Soledad Tejada Nuñez	943003464	S/. 1.350,00	0.00	Tarjeta unica visa

© Fuente: Elaboración propia

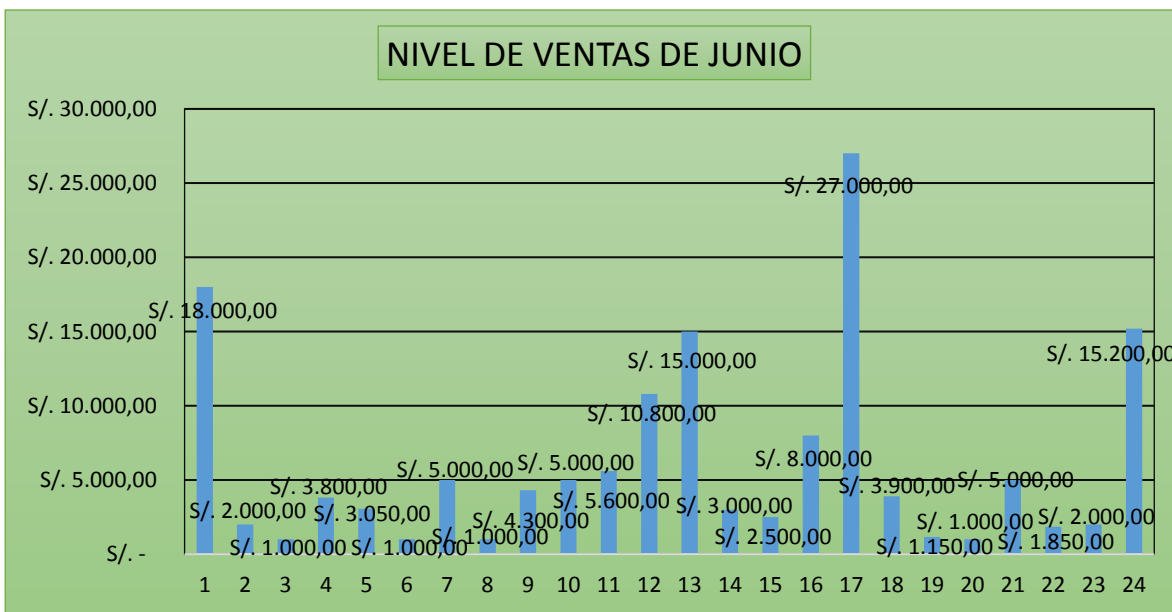


© Fuente: Elaboración propia

Anexo 10: Reporte de las Ventas de Junio del 2017

JUNIO						
DNI	NOMBRE DEL CLIENTE	TELEFONO	OFERTA PRE-APROBADA	TEA	PRODUCTO	
10861143	Cornelio Pérez Chuquizuta	991131612	S/.	18.000,00	0.355	Ld-mes
80337789	Lubert Puse Becerra	964599040	S/.	2.000,00	0.71	Ld-mes
44889085	Luis Alberto Ramírez Zevallos	967703858	S/.	1.000,00	0.90	Ld-mes
17534702	Julia Cubas Garnique	929678279	S/.	3.800,00	0.00	Tarjeta unica visa
43994123	Marco Antonio Escate Riega	989576233	S/.	3.050,00	0.70	Ld-consumo
46630074	Bianca Génesis Moreyra Cardenas	942659997	S/.	1.000,00	0.81	Ld-mes
10729716	Gonzalo Emerson Alarcón Cabezas	977632339	S/.	5.000,00	0.44	Ld-consumo
80318187	Adán Campos Lizano	949042421	S/.	1.000,00	0.70	Ld-mes
40650915	Maria Del Carmen Torreblanca Peña	961899904	S/.	4.300,00	0.575	Ld-mes
41566480	Esther Roca Caballero	949202096	S/.	5.000,00	0.46	Ld-consumo
9788255	Moisés Paucar Apare	991347944	S/.	5.600,00	0.71	Ld-mes
8015374	Victor Antonio Pajares Álvarez	997950011	S/.	10.800,00	0.43	Ld-consumo
80049708	Juan Enrique Reyes Venegas	950574584	S/.	15.000,00	0.375	Ld-consumo
10154487	Roberto Mamani Choque	988408628	S/.	3.000,00	0.555	Ld-mes
41107449	Jhonatan Gallego Mori	997050163	S/.	2.500,00	0.00	Tarjeta unica visa
5415616	Eduardo Isuiza Huaymana	933170015	S/.	8.000,00	0.70	Ld-consumo
6166554	María Luisa Cerna Cotillo De Rivera	942356277	S/.	27.000,00	0.43	Ld-consumo
7060801	Jesús Melchor Huaytalla Porras	938181179	S/.	3.900,00	0.53	Ld-mes
45009621	Delia Carlos Durand	921434183	S/.	1.150,00	0.90	Ld-consumo
47190620	Adrián Yapú Coaquira	927725720	S/.	1.000,00	0.90	Ld-mes
8625671	Ricardo Fhon Sánchez	956205386	S/.	5.000,00	0.44	Linea paralela
91123	Michael Krones Tutusima	948432483	S/.	1.850,00	0.71	Ld-consumo
10453197	Leoncio Rodríguez Huamanyauri	938181179	S/.	2.000,00	0.00	Tarjeta unica visa
6252735	Águeda Casimira Acosta Cordero	990821341	S/.	15.200,00	0.00	Tarjeta unica visa

© Fuente: Elaboración propia

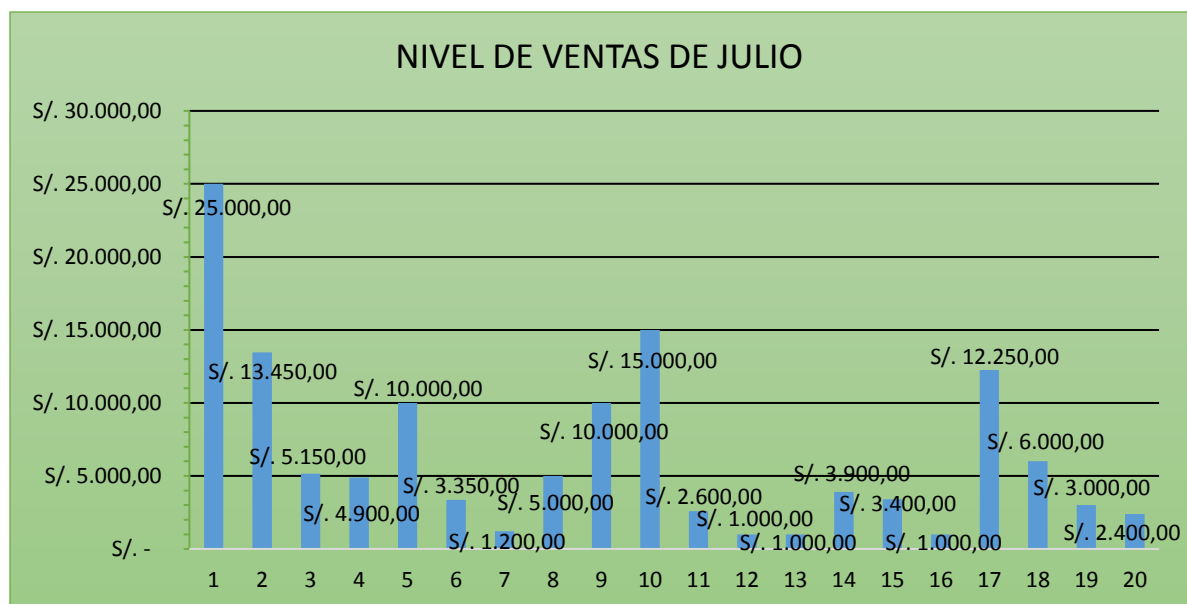


© Fuente: Elaboración propia

Anexo 11: Reporte de las ventas de Julio del 2017

JULIO						
DNI	NOMBRE DEL CLIENTE	TELEFONO	OFERTA PRE-APROBADA	TEA	PRODUCTO	
80679504	Leoncio Tello Díaz	939012255	S/. 25.000,00	0.40	Ld-consumo	
25637546	Roberto Apumayta Toscano	946170224	S/. 13.450,00	0.375	Ld-consumo	
43532182	Nemecio Garay Antuca	996126456	S/. 5.150,00	0.52	Ld-consumo	
41209389	Susana Tandaypan Quispe	945373488	S/. 4.900,00	0.70	Ld-consumo	
9443311	Enrique Cueva Lopez	975584520	S/. 10.000,00	0.46	Ld-mes	
25784970	Percy Palomino Fraga	995152236	S/. 3.350,00	0.585	Ld-mes	
47465346	Reina Meza Lopez	956304646	S/. 1.200,00	0.81	Ld-mes	
8137027	Omar Cordova Camacho	997771462	S/. 5.000,00	0.62	Ld-consumo	
6700548	Rafael Waldemar Padilla Diego	947366595	S/. 10.000,00	0.46	Ld-mes	
7624384	Nelson Manuel Navarro Lopez	999288116	S/. 15.000,00	0.335	Ld-consumo	
10155785	Jovany Rodriguez Salinas	973199888	S/. 2.600,00	0.00	Tarjeta unica visa	
7162670	Isabel Vargas Acosta	991791168	S/. 1.000,00	0.90	Ld-mes	
9034137	Rosa Soria Aranda	01 5344017	S/. 1.000,00	0.80	Ld-mes	
10274930	Jackeline Santa María Sipion	988099364	S/. 3.900,00	0.70	Ld-mes	
70384272	Roly Palacios Molina	954175934	S/. 3.400,00	0.00	Tarjeta unica visa	
9017496	Raul Puente Soto	940221144	S/. 1.000,00	0.71	Ld-mes	
45304766	Hansell Huaman Carlos	989414648	S/. 12.250,00	0.43	Ld-consumo	
10387873	Lily Flores Cachique	970067913	S/. 6.000,00	0.45	Ld-consumo	
9514732	Hermelinda Caceres Nuñez	979820994	S/. 3.000,00	0.53	Ld-mes	
9514733	Hermelinda Caceres Nuñez	979820994	S/. 2.400,00	0.00	Tarjeta unica visa	

© Fuente: Elaboración propia

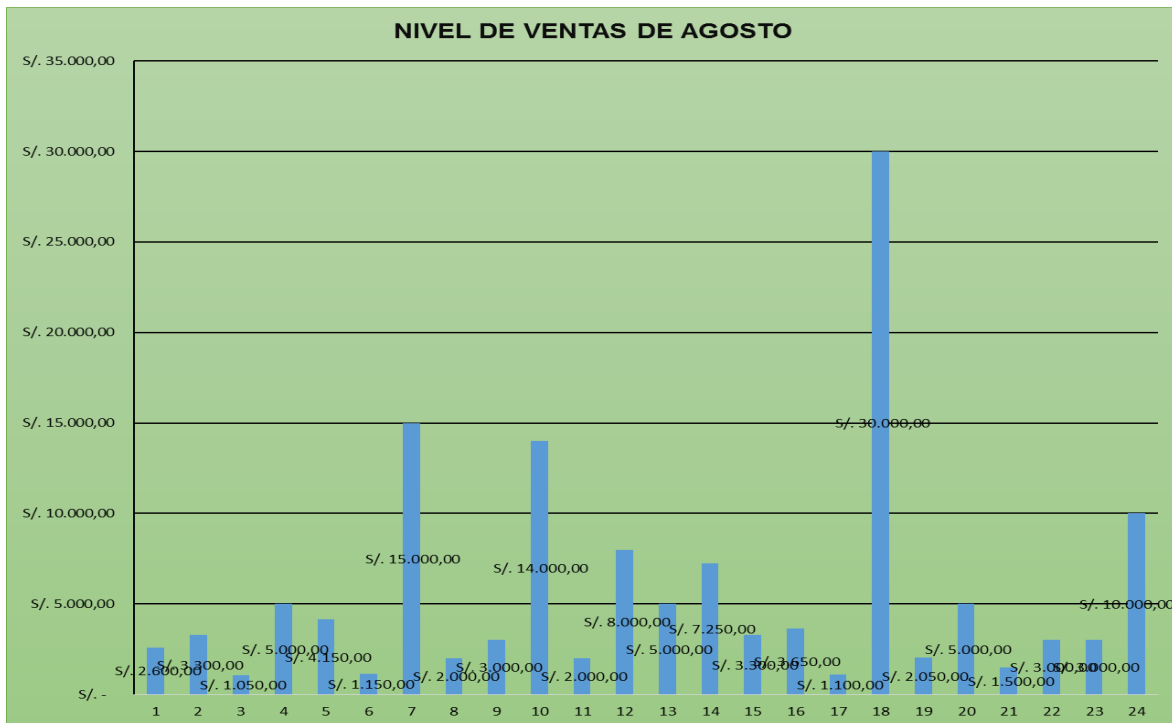


© Fuente: Elaboración propia

Anexo 12: Reporte de las ventas de Agosto del 2017

AGOSTO						
DNI	NOMBRE DEL CLIENTE	TELEFONO	OFERTA PRE-APROBADA	TEA		PRODUCTO
4350935	Victor Huamán Rodas	989022862	S/.	2.600,00	0.48	Ld-consumo
8491097	Esteban Yallicuna Alpaca	01 5686266	S/.	3.300,00	0.53	Ld-consumo
41737474	María Calderón Rojas	980798092	S/.	1.050,00	0.81	Ld-mes
25487346	María Villegas Wong De Cárdenas	988130080	S/.	5.000,00	0.47	Linea paralela
10163518	Rosa Rabichagua Salazar	971551222	S/.	4.150,00	0.00	Tarjeta única visa
43852386	Evelin Cañari Hidalgo	927115721	S/.	1.150,00	0.81	Ld-consumo
7152470	Moises Carmona Ortiz	5265089	S/.	15.000,00	0.335	Ld-mes
22504500	William Chipana Salas	910518189	S/.	2.000,00	0.71	Ld-consumo
10163181	Juan Jaime Asto Delgado	992498632	S/.	3.000,00	0.55	Ld-consumo
8514040	Manuela Salazar Torres	991816458	S/.	14.000,00	0.71	Ld-mes
10383916	Lydda Zapata De La Cruz	986979281	S/.	2.000,00	0.81	Ld-consumo
40497240	Nancy Juana Arteaga De La Cruz	936508106	S/.	8.000,00	0.00	Tarjeta única visa
10627194	Bertha Carpio Alva	969742625	S/.	5.000,00	0.46	Ld-consumo
10627194	Bertha Carpio Alva	969742626	S/.	7.250,00	0.00	Tarjeta única visa
32607033	Raúl Patricio López Bonifacio	995883549	S/.	3.300,00	0.47	Ld-mes
7157826	Florcita Aguilar Ramos	989937816	S/.	3.650,00	0.56	Ld-mes
41159749	Teresa Uscamayta Pastran	956852552	S/.	1.100,00	0.00	Tarjeta única visa
6049450	Walter Alfredo Burga Tarrillo	978978200	S/.	30.000,00	0.21	Ld-mes
42690969	Judith Endara Espinoza	972777925	S/.	2.050,00	0.00	Tarjeta única visa
41139304	Héctor Hugo Ramos Pizarro	944782896	S/.	5.000,00	0.00	Tarjeta única visa
42378390	Rosa Elena Soyer López	997967708	S/.	1.500,00	0.60	Ld-mes
7814152	Cesar Araujo Jaramillo	5330089	S/.	3.000,00	0.60	Ld-mes
25777274	Mónica Hidalgo Del Rosario	980234955	S/.	3.000,00	0.48	Ld-consumo
41828389	Rudy Enrique Mendoza Castro	987412551	S/.	10.000,00	0.00	Tarjeta única visa

© Fuente: Elaboración propia

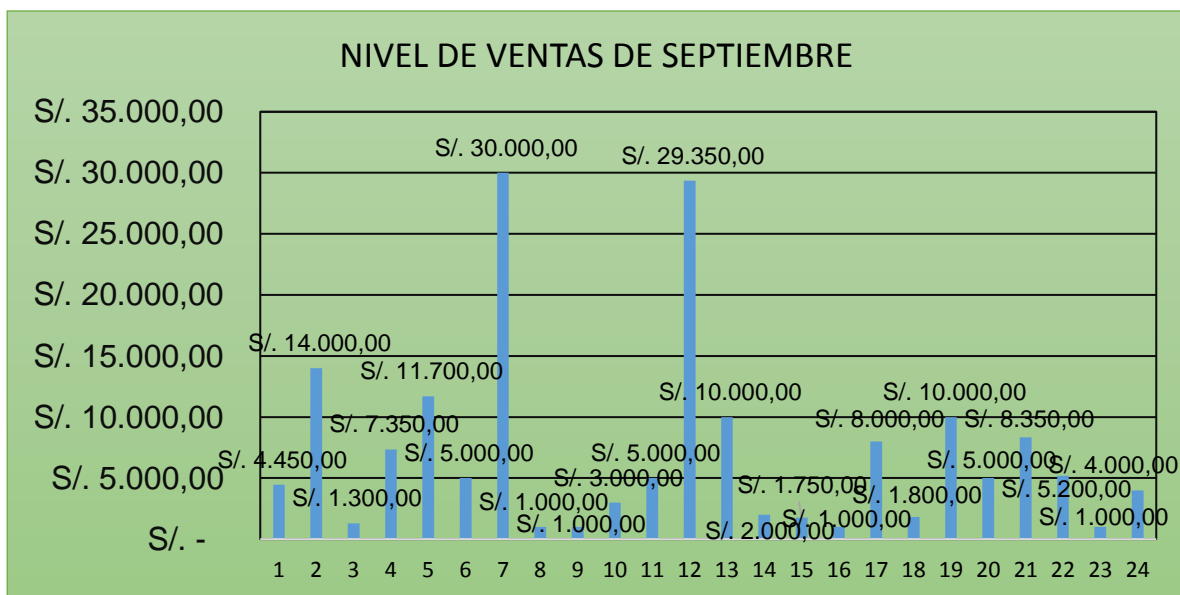


© Fuente: Elaboración propia

Anexo 13: Reporte de las ventas de Septiembre

SEPTIEMBRE						
DNI	NOMBRE DEL CLIENTE	TELEFONO	OFERTA PRE-APROBADA	TEA	PRODUCTO	
7861103	Lidia Vargas Durand	945967054	S/.	4.450,00	0.585	Ld-mes
27575346	Segundo Alcibiades Rojas Chávez	947407940	S/.	14.000,00	0.71	Ld-consumo
3337515	Laureano Huertas Cruz	968752879	S/.	1.300,00	0.60	Linea paralela
10155663	Pedro Máximo Aquino Aquino	971167359	S/.	7.350,00	0.46	Ld-mes
25635579	Hugo Humberto Vicente Sánchez	988416496	S/.	11.700,00	0.52	Ld-consumo
8615727	Virginia Zevallos Frisancho	990356167	S/.	5.000,00	0.46	Ld-mes
9105586	Toribia Quispe Prada	986356355	S/.	30.000,00	0.335	Ld-consumo
42361570	Mirian Zarela Calero Yauri	945161578	S/.	1.000,00	0.90	Ld-mes
21458050	José Alfredo Mansilla Garayar	998013090	S/.	1.000,00	0.65	Ld-mes
10531020	Felicita Teresa Mendoza Cano	992179033	S/.	3.000,00	0.60	Linea paralela
8615727	Virginia Zevallos Frisancho	990356167	S/.	5.000,00	0.00	Tarjeta única visa
22505151	Luz América Salas Cotrina	979972258	S/.	29.350,00	0.43	Linea paralela
33334165	José Lino Solís	949424522	S/.	10.000,00	0.375	Ld-consumo
7171931	Anaximandro Lobato Manosalva	980560380	S/.	2.000,00	0.71	Ld-consumo
7171931	Anaximandro Lobato Manosalva	980560380	S/.	1.750,00	0.00	Tarjeta única visa
42381507	Homelina Nuñez Sánchez	959116033	S/.	1.000,00	0.90	Ld-mes
8648461	Alejandra Ordoñez Caycho	991771685	S/.	8.000,00	0.47	Linea paralela
25631626	Raúl Ledezma Trujillo	2421960	S/.	1.800,00	0.71	Ld-mes
9633616	Juan Roberto Martínez San Martín	994858952	S/.	10.000,00	0.335	Ld-mes
9521444	Juan Carlos Munive Córdova	942358742	S/.	5.000,00	0.38	Ld-mes
9521444	Juan Carlos Munive Córdova	942358742	S/.	8.350,00	0.00	Tarjeta única visa
8838098	José Flavio Cáceres Arroyo	964915766	S/.	5.200,00	0.00	Tarjeta única visa
70137834	Ramos Chuquiruna Llanos	945138747	S/.	1.000,00	0.71	Ld-consumo
44347090	Rosario Campero López	949073388	S/.	4.000,00	0.52	Ld-consumo

© Fuente: Elaboración propia



© Fuente: Elaboración propia

Anexo 14: Reuniones previas a 1era hora antes de iniciar nuestro trabajo



Anexo 15: Solicitud de crédito personal

FINANCIERA CrediScotia		SOLICITUD DE CRÉDITO PERSONAL	
Fecha:		CDR:	N° de Solicitud
Nombre de Agencia / Establecimiento:			
I. Mis Datos Personales			
Apellido Paterno		Apellido Materno	
Nombres			
Nacionalidad:	Tipo de Doc:	N° Doc Ident:	N° de RUC:
Fecha Nacimiento:		Sexo: M <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/>	
Estado Civil: Soltero <input type="checkbox"/> Casado <input type="checkbox"/> Viudo <input type="checkbox"/> Divorciado <input type="checkbox"/> Conviviente <input type="checkbox"/>	N° de Dependientes:	Teléfono fijo:	Celular:
Estudios: Sin Instrucción <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Universitaria <input type="checkbox"/> Primaria <input type="checkbox"/> Técnica <input type="checkbox"/> Post Grado <input type="checkbox"/>		Correo Electrónico:	
Dirección para envío de correspondencia		Domicilio <input type="checkbox"/> Trabajo <input type="checkbox"/> Correo Electrónico <input type="checkbox"/>	
Información sobre mi domicilio:			
Dirección: Av. <input type="checkbox"/> Calle <input type="checkbox"/> Jr. <input type="checkbox"/> Psje. <input type="checkbox"/> AAHH <input type="checkbox"/> PJ <input type="checkbox"/>		Número / Mz. / Lote	Urbanización:
Distrito:		Provincia:	Departamento:
Situación de Vivienda: Propia <input type="checkbox"/> Alquilada <input type="checkbox"/> Familiar <input type="checkbox"/>		Tiempo Residencia:	Teléfono fijo:
Referencia de ubicación de vivienda:			
Para bancarización:			
Servicios de Agua: Potable <input type="checkbox"/> Camión <input type="checkbox"/> Red pública <input type="checkbox"/> Fuente comunal <input type="checkbox"/>	Servicios de Electricidad: Caja propia <input type="checkbox"/> Servicio Comunal <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>	Zona de domicilio: Residencial <input type="checkbox"/> Zona industrial <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Rural <input type="checkbox"/> Popular <input type="checkbox"/> AAHH <input type="checkbox"/> Urbana <input type="checkbox"/>	
Información laboral:			
Situación Laboral: Dependiente <input type="checkbox"/> Independiente <input type="checkbox"/> Con negocio <input type="checkbox"/>	Empresa / Negocio:	N° RUC:	Antigüedad:
Tipo de puesto: Tipo A <input type="checkbox"/> Tipo B <input type="checkbox"/> Tipo C <input type="checkbox"/> Tipo D <input type="checkbox"/> Tipo E <input type="checkbox"/>	Propietario de puesto: Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Teléfono / Anexo:	
Cargo Actual:	Antigüedad Laboral: años meses	Ingreso Neto Mensual \$/:	
Dirección: Av. <input type="checkbox"/> Calle <input type="checkbox"/> Jr. <input type="checkbox"/> Psje. <input type="checkbox"/> AAHH <input type="checkbox"/> PJ <input type="checkbox"/>		Número / Mz. / Lote	Urbanización:
Distrito:		Provincia:	Departamento:
Referencia de ubicación de trabajo:			
Para bancarización:			
Rubro de Actividad laboral: Comercio <input type="checkbox"/> Transporte <input type="checkbox"/> Oficios <input type="checkbox"/> Servicios <input type="checkbox"/> Manufactura <input type="checkbox"/>	Tipo de zona laboral: Residencial <input type="checkbox"/> Zona industrial <input type="checkbox"/> Rural <input type="checkbox"/> AAHH <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Popular <input type="checkbox"/> Urbana <input type="checkbox"/>		
Datos de mi Cónyuge			
Apellido Paterno		Apellido Materno	
Nombres			
Nacionalidad:	Tipo de Doc:	N° Doc Ident:	N° de RUC:
Fecha Nacimiento:		Sexo: M <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/>	
Mancomuna ingresos: Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> (Completar las 4 filas siguientes sólo si la respuesta es afirmativa)			
Estudios: Sin Instrucción <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Universitaria <input type="checkbox"/> Primaria <input type="checkbox"/> Técnica <input type="checkbox"/> Post Grado <input type="checkbox"/>		Correo Electrónico:	
Celular:			
Situación Laboral: Dependiente <input type="checkbox"/> Independiente <input type="checkbox"/> Con Negocio <input type="checkbox"/>	Empresa:	N° RUC:	Antigüedad:
Ingreso Neto Mensual \$/:	Antigüedad Laboral: años meses	Cargo Actual:	
Dirección: Av. <input type="checkbox"/> Calle <input type="checkbox"/> Jr. <input type="checkbox"/> Psje. <input type="checkbox"/> AAHH <input type="checkbox"/> PJ <input type="checkbox"/>		Número / Mz. / Lote	Urbanización:
Distrito:		Provincia:	Departamento:
Referencia de ubicación de trabajo:			

CO422/11.2016

1

Anexo 16 : Solicitud de crédito personal

FINANCIERA
CrediScotia

Mis Referencias Personales

Apellidos y Nombres	Teléfono fijo	Celular	Vínculo

II. Detalle del Producto que deseo

Producto que Deseo

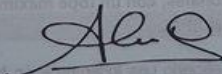
Crédito Libre Disponibilidad	Crédito en Establecimientos
Libre disponibilidad <input type="checkbox"/>	Motos <input type="checkbox"/>
Garantía Líquida <input type="checkbox"/>	Autoconstrucción <input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	Otros <input type="checkbox"/>

Moneda: S/ <input type="checkbox"/>	Importe:	Plazo:	Periodo de Gracia:	Importe de cuota:	Día de Pago:
US\$ <input type="checkbox"/>					
En caso de Automotor marca - modelo/Hipotecario:	Valor del Bien:	Cuota Inicial:			
Seguro de Desgravamen (*)	A (Titular) <input type="checkbox"/>	Mayor de 69 años de edad <input type="checkbox"/>			
	B (Cónyuge) <input type="checkbox"/>	Mayor de 69 años de edad <input type="checkbox"/>			
	C (Fiador) <input type="checkbox"/>	Mayor de 69 años de edad <input type="checkbox"/>			
	D (Cónyuge del fiador) <input type="checkbox"/>	Mayor de 69 años de edad <input type="checkbox"/>			

* Se aplicará en base al No. de intervinientes del crédito, los clientes con edades mayores de 70 años deben de llenar DPS (Declaración personal de

© Fuente: Financiera Crediscotia

Anexo 17: Solicitud-certificado del seguros de desempleo involuntario e incapacidad temporal

BNP PARIBAS CARDIF	
SOLICITUD-CERTIFICADO (SC) DEL SEGURO DESEMPLEO INVOLUNTARIO E INCAPACIDAD TEMPORAL (PRESTAMOS PERSONALES) CREDISCOTIA	
Póliza Soles: 59191601228 <input type="checkbox"/>	Código SBS Soles: RG2085910001 / Dólares: RG2085920002
Póliza Dólares: 59191602229 <input type="checkbox"/>	*Adecuado a la Ley N° 29946 y sus normas reglamentarias"
N° SC: Fecha de Emisión:	
DATOS DE LA COMPAÑÍA: BNP Paribas Cardif S.A. Compañía de Seguros y Reaseguros / RUC: 20513328819	
Email: servicioalcliente@cardif.com.pe Teléfono: (01) 615-1700 / Fax: (01) 615-1721	
Av. Canaval y Moreyra Nro 380 Piso 11 – San Isidro – Lima - Lima	
DATOS DEL CONTRATANTE: Crediscotia Financiera S.A. / RUC: 20255993225 / Teléfono (s): (01) 611-9900	
Av. Paseo de la República N° 3587 Interior 4 – San Isidro – Lima - Lima Email: crediscotiaenlinea@crediscotia.com.pe	
DATOS DEL ASEGURADO	
Nombre:	Apellido Paterno:
DNI:	Fecha Nacimiento:
Dirección:	Sexo:
Distrito:	Provincia:
Relación con el Contratante: Cliente	Nacionalidad:
Ocupación:	Antigüedad: Años <input type="checkbox"/> Meses <input type="checkbox"/>
Trabajador Dependiente <input type="checkbox"/>	Trabajo Actual (Razón Social):
	Trabajador Independiente <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>
EDAD: Mínima de Ingreso: 18 años / Máxima de Ingreso: 80 años y 364 días / Máxima de Permanencia: 85 años y 364 días	
COBERTURAS PRINCIPALES	
Desempleo Involuntario (Trabajadores Dependientes) e Incapacidad Temporal (Trabajadores Independientes, miembros de las fuerzas armadas, policiales, trabajadores del sector público, jubilados)	
COBERTURAS ADICIONALES	
Cobertura de matrimonio, cobertura de nacimiento de un hijo, cobertura de titulación del Asegurado o de un hijo, cobertura de enfermedades graves y cobertura de muerte accidental.	
PRIMA (Tasa aplicada sobre el Préstamo)	MONTO
Prima Comercial	2.45 %
Prima Comercial más IGV	2.89 %
VIGENCIA	El seguro tendrá la misma vigencia del Contrato de Préstamo. En caso de pre-cancelación del préstamo, el seguro se mantendrá vigente hasta el término del plazo original del Contrato de Préstamo.
Inicio de Vigencia	Desde el desembolso del Préstamo.
Fin de Vigencia	12.00 horas del último día de vigencia o de la fecha en que el Asegurado cumpla la edad máxima de permanencia, lo que ocurra primero.
LUGAR, FORMA Y FECHA DE PAGO DE LA PRIMA	
Lugar: Oficinas del Contratante	Forma: Pago único con cargo al Préstamo
Fecha: En la fecha de desembolso del Préstamo	Interés Moratorio: No aplica Periodo de Gracia: No aplica
El Contrato de seguro quedará extinguido dentro de los noventa (90) días calendarios siguientes al vencimiento del plazo para el pago de la prima si la Compañía no reclama el pago de la prima de manera judicial.	
RENOVACIÓN: No aplica	GASTOS ADMINISTRATIVOS: No aplica
DESCRIPCIÓN DEL INTERÉS ASEGURABLE: Pagar las cuotas del préstamo al Contratante o al Asegurado en caso de siniestro.	
DECLARO HABER LEÍDO, ACEPTADO, RECIBIDO Y FIRMADO LA SOLICITUD-CERTIFICADO ENTREGADA POR EL CONTRATANTE, LA CUAL CONSTA DE DIEZ (10) PÁGINAS.	
 _____ ASEGURADO	_____ GERENTE DE DIVISIÓN DE OPERACIONES Y SISTEMAS BNP PARIBAS CARDIF S.A. COMPAÑÍA DE SEGUROS Y REASEGUROS
Para uso interno (no llenar)	
Registro	Agencia
Firma y Sello del Funcionario	

© Fuente: Financiera Crediscotia

Anexo 18: Seguro degravamen de crédito

SEGURO DESGRAVAMEN DE CRÉDITO
Códigos SBS: VI-2037410010 (Soles) y VI-2037420012 (Dólares)
adecuado a la Ley N° 29946 y sus normas reglamentarias

SOLICITUD-CERTIFICADO N° 0718499

1. TIPO DE CRÉDITO (marcar)

Microempresarios: Soles: ___ (Póliza N° 53984) Dólares: ___ (Póliza N° 53985)
Dependientes: Soles: ___ (Póliza N° 53982) Dólares: ___ (Póliza N° 53983)

COMPANIA DE SEGUROS (en adelante Chubb Seguros Perú)

Razón Social: Chubb Perú S.A. Compañía de Seguros y Reaseguros RUC: 20390825007
Domicilio: Calle Amador Merino Reyna N° 267, of. 402, San Isidro, Lima. Teléfono: 417-5000 / Fax: 221-3313
Correo electrónico: atencion.seguros@chubb.com Página Web: www.chubb.com/pe

CONTRATANTE

Razón Social: Crediscotia Financiera S.A. RUC: 20255993225
Domicilio: Av. Paseo de la República 3587, San Isidro, Lima Teléfono: 811-9900

ASEGURADOS - INTERVINIENTES EN EL CRÉDITO (marcar con X los que sean necesarios)

Titular: ___ Cónyuge del Titular: ___ Fiador: ___ Cónyuge del Fiador: ___ Cantidad total de intervinientes: ___

ASEGURADO TITULAR (relación con el Contratante: Cliente)

Nombres: _____ Apellidos: _____
Tipo de Doc. de Identidad: _____ N° Doc. _____ Fecha de Nacimiento: _____ Edad: _____
Sexo: M ___ F ___ Nacionalidad: _____ Estado Civil: _____ Profesión: _____
Domicilio: _____ Distrito: _____
Provincia: _____ Departamento: _____
Teléfono: _____ Correo Electrónico: _____

CÓNYUGE DEL ASEGURADO TITULAR (llenar solo en caso sea necesario)

Nombres: _____ Apellidos: _____
Tipo de Doc. de Identidad: _____ N° Doc. _____ Fecha de Nacimiento: _____ Edad: _____
Sexo: M ___ F ___ Nacionalidad: _____ Estado Civil: _____ Profesión: _____
Domicilio: _____ Distrito: _____
Provincia: _____ Departamento: _____
Teléfono: _____ Correo Electrónico: _____

FIADOR (llenar solo en caso sea necesario)

Nombres: _____ Apellidos: _____
Tipo de Doc. de Identidad: _____ N° Doc. _____ Fecha de Nacimiento: _____ Edad: _____
Sexo: M ___ F ___ Nacionalidad: _____ Estado Civil: _____ Profesión: _____
Domicilio: _____ Distrito: _____
Provincia: _____ Departamento: _____
Teléfono: _____ Correo Electrónico: _____

CÓNYUGE DEL FIADOR (llenar solo en caso sea necesario)

Nombres: _____ Apellidos: _____
Tipo de Doc. de Identidad: _____ N° Doc. _____ Fecha de Nacimiento: _____ Edad: _____
Sexo: M ___ F ___ Nacionalidad: _____ Estado Civil: _____ Profesión: _____
Domicilio: _____ Distrito: _____
Provincia: _____ Departamento: _____
Teléfono: _____ Correo Electrónico: _____

PREPAGO ANTICIPADO

En caso el ASEGURADO opte por el pago anticipado total del crédito, marque con una X la opción correspondiente:

Solicita la devolución de la prima por el periodo faltante según el cronograma de crédito original.

Solicita mantener la cobertura por una Suma Asegurada equivalente al monto del saldo insoluto previo al pago anticipado total, hasta el vencimiento del cronograma de crédito original.

BENEFICIARIO

Crediscotia Financiera S.A.
En caso de pago anticipado total del crédito, si el ASEGURADO elige mantener la cobertura, a partir de dicho momento, el ASEGURADO será beneficiario para las coberturas de Invalidez Total y Permanente, y sus herederos legales serán beneficiarios para las coberturas de Muerte Natural y Accidental.

RIESGOS CUBIERTOS

a) Muerte Natural
b) Muerte Accidental
c) Invalidez Total y Permanente por Accidente
d) Invalidez Total y Permanente por Enfermedad

BENEFICIOS ADICIONALES – Asistencia Médica

BENEFICIARIO

FECHA DE EMISIÓN: [] [] []

Acepto las condiciones indicadas y declaro haber recibido, leído y entendido las condiciones y términos del presente seguro, que consta de cuatro (04) hojas.

Firma del ASEGURADO Titular Huella

CHUBB

© Fuente: Financiera Crediscotia

Anexo 19: Solicitud de tarjeta de crédito

CrediScotia^{SA}

Solicitud-Contrato y Hoja de Resumen de Tarjeta de Crédito

Estimado Cliente con los presentes documentos, solicita, acepta y contrata el producto Tarjeta de Crédito de CrediScotia Financiera S.A. (R.U.C. 20255993225), con las siguientes condiciones específicas que se aplican a su operación.

Solicitud de Tarjeta de Crédito

Única Solicitud de Tarjeta de Crédito: _____
 Tommy Hilliger Fecha de Solicitud: _____
 Código de Tarjeta: _____

Información Personal							
Apellido Paterno:			Apellido Materno:		Nombres:		
Documento de Identidad	DNI <input type="checkbox"/>	CE <input type="checkbox"/>	N°			Fecha Nacimiento: ____/____/____	
Sexo:	Masculino <input type="checkbox"/>	Femenino <input type="checkbox"/>	Nacionalidad:		N° dependientes:		
Estado Civil:	Soltero <input type="checkbox"/>	Casado <input type="checkbox"/>	Viudo <input type="checkbox"/>	Divorciado <input type="checkbox"/>	Conviviente <input type="checkbox"/>	Separado <input type="checkbox"/>	
Nivel de Estudio:	Sin instrucción <input type="checkbox"/>	Primaria <input type="checkbox"/>	Secundaria <input type="checkbox"/>	Técnico <input type="checkbox"/>	Universitario <input type="checkbox"/>	Postgrado <input type="checkbox"/>	

Dirección Particular / Domicilio				
Tipo de Via:		Nombre de la Via:		
Número:	Sector/Etapa/Zona/Grupo:		Dpto / Int.:	Mz. / Lote:
Urbanización:	Distrito:		Provincia:	
Departamento:		Teléfono Fijo:	Teléfono Celular:	
Referencias (Dirección):				
Correo Electrónico Personal:				
Situación de la Vivienda Propia <input type="checkbox"/> Alquilada <input type="checkbox"/> Familiares <input type="checkbox"/> Tiempo de Residencia: _____				

Información Laboral				
Situación Laboral: Dependiente <input type="checkbox"/> Independiente <input type="checkbox"/> Negocio propio <input type="checkbox"/> Profesión / Oficio: _____				
R.U.C. de la Empresa o Negocio:		Cargo Actual:		Antigüedad (Años/Meses):
Nombre de la Empresa o Negocio:		Giro o Actividad de la Empresa o Negocio:		Anexo: _____
Ingreso Neto Mensual:		Teléfono de Oficina:		
Dirección Laboral				
Tipo de Via:		Nombre de la Via:		
Número:	Sector/Etapa/Zona/Grupo:		Dpto / Int.:	Mz. / Lote:
Urbanización:	Distrito:		Provincia:	
Departamento:		Teléfono Fijo:	Teléfono Celular:	
Referencias (Dirección):				
Correo Electrónico Personal:				

Información Personal del Cónyuge				
Apellido Paterno:		Apellido Materno:		Nombres:
Documento de Identidad	DNI <input type="checkbox"/>	CE <input type="checkbox"/>	N°	
Nacionalidad:	Fecha de Nacimiento:		Sexo: Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/>	
Referencias Personales (Parente o amigo que no viva con usted):				
Apellidos y Nombres:		Teléfono:	Vínculo:	

C0229/04 2017

ORIGINAL-FINANCIERA

Anexo 20: Formato de la primera firma y huella

Se aplica para los casos de cancelación definitiva de la tarjeta de crédito si es que la tarjeta cuenta con un saldo acreedor: El monto pagado en exceso es recuperable y devenga hasta su devolución el máximo de la suma por concepto de intereses compensatorios que se hayan pactado para la operación crediticia o en su defecto el interés legal, siempre que haya sido consecuencia de dolo o culpa de la Financiera debidamente acreditados durante la cancelación definitiva de tu tarjeta de crédito. Dicho monto puede ser solicitado en cualquiera de nuestras Agencias CrediScotia a nivel nacional según el procedimiento vigente.

Los Ciclos de Facturación son los siguientes: **Fechas de cierre de facturación:** **Ciclo 06:** Día 06 de cada mes; **Ciclo 12:** Día 12 de cada mes. **Ciclo 24:** Día 24 de cada mes. **Fechas de último día de pago (Vencimiento):** **Ciclo 06:** Día 01 de cada mes; **Ciclo 12:** Día 07 de cada mes. **Ciclo 24:** Día 19 de cada mes. Los consumos efectuados bajo el sistema de cuotas fijas realizados hasta 10 días calendario antes a la fecha de cierre de facturación, serán cargados en el Estado de Cuenta del mes siguiente a la realización de dichos consumos.

La línea de crédito de la tarjeta se encuentra sujeta a evaluación crediticia. En caso se otorgue la línea de crédito, el monto efectivamente aprobado le será comunicado conjuntamente con el kit de bienvenida de la Tarjeta de Crédito ó al momento de entregada la misma. En caso el CLIENTE no aprobara la mencionada evaluación, no se emitirá ninguna Tarjeta de Crédito.

Como medidas mínimas de seguridad se recomienda al CLIENTE lo siguiente: Primero, al momento de recibir su tarjeta, firmela de inmediato en el panel de firma reverso de la misma, esta firma debe ser igual a la declarada en su DNI. Además, memorice su clave secreta y destruya el sobre en donde se le entregó su clave, de preferencia cámbiela en cualquier Cajero Automático Scotiabank por otra fácil de recordar a su elección. EL CLIENTE es el único responsable del buen uso de su tarjeta así como de su clave secreta. Por lo cual, no debe permitir que nadie más la utilice. Además, no debe aceptar la ayuda de terceras personas en sus operaciones, ni para insertar su tarjeta en un cajero automático, ni mucho menos para digitar su clave. Más consejos de seguridad podrá revisarlos en la Guía de Usuario adjunta en el kit de bienvenida o en la página web de la Financiera.

El CLIENTE declara haber recibido la presente Hoja Resumen y el Contrato para su lectura y que La Financiera ha absuelto todas sus preguntas, suscribiendo el presente documento y el Contrato con absoluto conocimiento de sus alcances en cuanto a derechos, obligaciones y responsabilidades contenidas.

CLÁUSULA DE ENTREGA DEL CONTRATO Y HOJA DE RESUMEN


EL CLIENTE declara haber recibido el "Contrato de Tarjeta de Crédito" (C.00349/04.2017), y la "Hoja de Resumen de Tarjeta de Crédito" para su lectura y que LA FINANCIERA ha absuelto todas sus preguntas; con la suscripción del presente documento, Usted estimado cliente declara que ha sido informado, conoce y acepta las condiciones establecidas en los mencionados documentos. Asimismo, es de conocimiento del CLIENTE que los mencionados documentos, se encuentran a su disposición en la página web de LA FINANCIERA (www.crediscotia.com.pe).

CLÁUSULA DE ACEPTACIÓN Y ENTREGA DE CERTIFICADO DE SEGURO DE DESGRAVAMEN

Con la aceptación de esta cláusula y la suscripción del presente documento, EL CLIENTE declara su voluntad de contratar, haber sido informado, conocer y aceptar todos los términos y condiciones del Seguro de Desgravamen contratado con BNP Paribas Cardif S.A. Compañía de Seguros y Reaseguros (Póliza Nro. 74191286 en soles y Nro. 74191287 en dólares). De la misma forma, el cliente declara haber recibido el Certificado del referido Seguro de Desgravamen.

El presente documento carece de valor si no está acompañado de las respectivas firmas de los representantes de LA FINANCIERA.

EL CLIENTE y LA FINANCIERA, firman este documento en señal de aceptación de la presente solicitud-contrato y hoja de resumen, Contrato de Tarjeta de Crédito y Certificado de Seguro de Desgravamen que le han sido entregados.

				
LA FINANCIERA Felipe Bedoya Gerente de Desarrollo Comercial	Firma del Cliente	Huella Digital del Cliente (Índice Derecho)	Firma del Cónyuge (***)Sólo cuando sea necesario	Huella Digital del Cónyuge (Índice Derecho)

Anexo 21: Formato de la segunda firma y huella

©Fuente: Financiera Crediscotia

CrediScotia[®]

Se aplica para los casos de cancelación definitiva de la tarjeta de crédito si es que la tarjeta cuenta con un acreedor: El monto pagado en exceso es recuperable y devenga hasta su devolución el máximo de la suma por concepto de intereses compensatorios que se hayan pactado para la operación crediticia o en su defecto el interés legal, siempre que haya sido consecuencia de dolo o culpa de la Financiera debidamente acreditados durante la cancelación definitiva de tu tarjeta de crédito. Dicho monto puede ser solicitado en cualquiera de nuestras Agencias CrediScotia a nivel nacional según el procedimiento vigente.

Los Ciclos de Facturación son los siguientes: **Fechas de cierre de facturación:** **Ciclo 06:** Día 06 de cada mes; **Ciclo 12:** Día 12 de cada mes. **Ciclo 24:** Día 24 de cada mes. **Fechas de último día de pago (Vencimiento):** **Ciclo 06:** Día 01 de cada mes; **Ciclo 12:** Día 07 de cada mes. **Ciclo 24:** Día 19 de cada mes. Los consumos efectuados bajo el sistema de cuotas fijas realizados hasta 10 días calendario antes a la fecha de cierre de facturación, serán cargados en el Estado de Cuenta del mes siguiente a la realización de dichos consumos.

La línea de crédito de la tarjeta se encuentra sujeta a evaluación crediticia. En caso se otorgue la línea de crédito, el monto efectivamente aprobado le será comunicado conjuntamente con el kit de bienvenida de la Tarjeta de Crédito ó al momento de entregada la misma. En caso el CLIENTE no aprobara la mencionada evaluación, no se emitirá ninguna Tarjeta de Crédito.

Como medidas mínimas de seguridad se recomienda al CLIENTE lo siguiente: Primero, al momento de recibir su tarjeta, firmela de inmediato en el panel de firma reverso de la misma, esta firma debe ser igual a la declarada en su DNI. Además, memorice su clave secreta y destruya el sobre en donde se le entregó su clave, de preferencia cámbiela en cualquier Cajero Automático Scotiabank por otra fácil de recordar a su elección. EL CLIENTE es el único responsable del buen uso de su tarjeta así como de su clave secreta. Por lo cual, no debe permitir que nadie más la utilice. Además, no debe aceptar la ayuda de terceras personas en sus operaciones, ni para insertar su tarjeta en un cajero automático, ni mucho menos para digitar su clave. Más consejos de seguridad podrá revisarlos en la Guía de Usuario adjunta en el kit de bienvenida o en la página web de la Financiera.


El CLIENTE declara haber recibido la presente Hoja Resumen y el Contrato para su lectura y que La Financiera ha absuelto todas sus preguntas, suscribiendo el presente documento y el Contrato con absoluto conocimiento de sus alcances en cuanto a derechos, obligaciones y responsabilidades contenidas.

CLÁUSULA DE ENTREGA DEL CONTRATO Y HOJA DE RESUMEN
 EL CLIENTE declara haber recibido el "Contrato de Tarjeta de Crédito" (C.00349/04.2017), y la "Hoja de Resumen de Tarjeta de Crédito" para su lectura y que LA FINANCIERA ha absuelto todas sus preguntas; con la suscripción del presente documento, Usted estimado cliente declara que ha sido informado, conoce y acepta las condiciones establecidas en los mencionados documentos. Asimismo, es de conocimiento del CLIENTE que los mencionados documentos, se encuentran a su disposición en la página web de LA FINANCIERA (www.crediscotia.com.pe).

CLÁUSULA DE ACEPTACIÓN Y ENTREGA DE CERTIFICADO DE SEGURO DE DESGRAVAMEN
 Con la aceptación de esta cláusula y la suscripción del presente documento, EL CLIENTE declara su voluntad de contratar, haber sido informado, conocer y aceptar todos los términos y condiciones del Seguro de Desgravamen contratado con BNP Paribas Cardiff S.A. Compañía de Seguros y Reaseguros (Póliza Nro. 74191286 en soles y Nro. 74191287 en dólares). De la misma forma, el cliente declara haber recibido el Certificado del referido Seguro de Desgravamen.

El presente documento carece de valor si no está acompañado de las respectivas firmas de los representantes de LA FINANCIERA.

EL CLIENTE y LA FINANCIERA, firman este documento en señal de aceptación de la presente solicitud-contrato y hoja de resumen, Contrato de Tarjeta de Crédito y Certificado de Seguro de Desgravamen que le han sido entregados.

				
LA FINANCIERA Felipe Bedoya Gerente de Desarrollo Comercial	Firma del Cliente	Huella Digital del Cliente (Índice Derecho)	Firma del Cónyuge (***)Sólo cuando sea necesario	Huella Digital del Cónyuge (Índice Derecho)

C0229/04.2017 COPIA-CLIENTE

Anexo 22: Ejemplo de cómo aplicar la curva de aprendizaje

Suponga que usted trabaja como Ejecutivo Comercial en la Financiera Crediscotia de la Agencia Plaza Norte. Para atender al primer cliente se necesitó 80 minutos de tiempo para aprobar su respectivo expediente. Los clientes 2 y 3 fueron atendidos con un factor de aprendizaje del 80%. ¿Cuánto tiempo tardaría en atenderse al cuarto cliente de manera que pueda comenzar la incursión de manera sucesiva?

$$T_{2N} = L * T_N$$

$$T_{2N} = L * T_N$$

L: Coeficiente de aprendizaje

T_N : Es el tiempo por cada operación realizada

Coeficiente de aprendizaje o ritmo de aprendizaje: 80%

El primer cliente fue atendido en 80 minutos

$$T_1 = 80 \text{ minutos}$$

$$T_2 = L * T_1 = (0.80 * 80) = 64 \text{ minutos}$$

$$T_4 = L * T_N = (0.80 * 64) = 51 \text{ minutos}$$

$$T_5 = L * T_N = (0.80 * 51) = 40 \text{ minutos}$$

$$T_6 = L * T_N = (0.80 * 41) = 33 \text{ minutos}$$