



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Proceso de evaluación crediticia y deserción de clientes en
Mi Banco, Jaén.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Contador Público

AUTORES:

Díaz Becerra, Víctor Alonso (orcid.org/0000-0002-6165-9605)

Huamán Guevara, Luis Alex (orcid.org/0000-0001-6661-2630)

ASESOR:

Mgtr. Suárez Santa Cruz, Lilibian del Carmen (orcid.org/0000-0003-2560-7768)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHICLAYO – PERÚ

2023

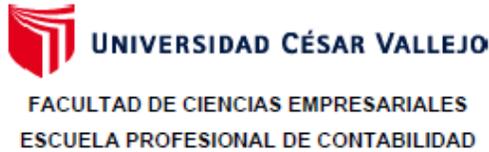
DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación a mis padres, por su inquebrantable apoyo y amor incondicional a lo largo de mi camino académico. A mi familia y amigos, por su comprensión y aliento constante. A mis profesores y mentores, cuyos conocimientos y orientación han sido fundamentales. Y a todos los clientes de Mi Banco, cuyas experiencias y perspectivas han iluminado esta investigación.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a todas las personas que contribuyeron a la realización de esta tesis. A mi asesora de tesis, Mgtr. Lilibiana del Carmen Suárez Santa Cruz por su orientación experta y paciencia. A los trabajadores y directivos de Mi Banco en Jaén, por su colaboración y disposición para compartir información valiosa. A los participantes de la encuesta, cuyas respuestas proporcionaron datos cruciales. A mi familia y amigos, por su apoyo inquebrantable y palabras de aliento en los momentos más desafiantes. A todos ellos, mi más profundo agradecimiento por hacer posible este logro.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR



Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, SUAREZ SANTA CRUZ LILIANA DEL CARMEN, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, asesor de Tesis titulada: "Proceso de evaluación crediticia y deserción de clientes en Mi Banco, Jaén.", cuyos autores son DIAZ BECERRA VICTOR ALONSO, HUAMÁN GUEVARA LUIS ALEX, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 16.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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

CHICLAYO, 01 de Diciembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
SUAREZ SANTA CRUZ LILIANA DEL CARMEN DNI: 41837348 ORCID: 0000-0003-2560-7768	Firmado electrónicamente por: LDSUAREZS el 10- 12-2023 08:38:22

Código documento Trilce: TRI - 0676036



DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DE LOS AUTORES



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, DIAZ BECERRA VICTOR ALONSO, HUAMAN GUEVARA LUIS ALEX estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis Completa titulada: "Proceso de evaluación crediticia y deserción de clientes en Mi Banco, Jaén.", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis Completa:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
LUIS ALEX HUAMAN GUEVARA DNI: 75414352 ORCID: 0000-0001-6661-2630	Firmado electrónicamente por: LHUAMANGU11 el 01- 12-2023 14:21:49
VICTOR ALONSO DIAZ BECERRA DNI: 47060718 ORCID: 0000-0002-6165-9605	Firmado electrónicamente por: VDIAZBE el 01-12-2023 23:21:25

Código documento Trilce: TRI - 0676035



ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR.....	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DE LOS AUTORES.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS.....	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	10
3.1. Tipo y diseño de investigación	10
3.1.1. Tipo de investigación.....	10
3.1.2. Diseño de investigación	10
3.2. Variables y operacionalización.....	11
Variable 1: evaluación crediticia	11
Variable 2: deserción de clientes.....	12
3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis	13
3.3.1. Población	13
3.3.2. Muestra	14
3.3.3. Muestreo	15
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	16

3.4.1. Técnicas para recolección de datos	16
3.4.2. Instrumentos para recolección de datos.....	16
3.5. Procedimientos de recolección de datos.....	19
3.6. Métodos analíticos de datos.....	20
3.7. Aspectos de ética.....	20
IV. RESULTADOS	22
4.1. Análisis del proceso de evaluación crediticia en Mi Banco Jaén (cualitativo)	22
4.2. Evaluación la tasa de deserción de clientes en Mi Banco Jaén.	31
4.3. Análisis del proceso de evaluación crediticia en Mi Banco Jaén (cuantitativo)	34
4.4. Evaluación la tasa de deserción de clientes en Mi Banco Jaén.	38
4.5. Propuesta de estrategias y acciones para mejorar la evaluación crediticia y reducir la deserción de clientes en Mi Banco Jaén.	42
4.5.1. Generalidades de la empresa	42
4.5.2. Desarrollo de la propuesta	43
V. DISCUSIÓN.....	50
VI. CONCLUSIONES.....	54
VII. RECOMENDACIONES.....	55
REFERENCIAS	57
ANEXOS.....	1

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Autoridad para la validación de instrumentos de ambas variables</i>	17
Tabla 2 <i>Estadísticas de fiabilidad para ambos instrumentos</i>	18
Tabla 3 <i>Estadísticas de fiabilidad para el instrumento evaluación crediticia</i>	19
Tabla 4 <i>Estadísticas de fiabilidad para el instrumento deserción de clientes</i>	19
Tabla 5 <i>Estabilidad del empleo o negocio del solicitante</i>	23
Tabla 6 <i>Estabilidad del empleo o negocio del solicitante</i>	25
Tabla 7 <i>Estabilidad del empleo o negocio del solicitante</i>	26
Tabla 8 <i>Historial de pagos y puntaje crediticio</i>	27
Tabla 9 <i>Términos y condiciones del préstamo</i>	28
Tabla 10 <i>Propósito del préstamo</i>	29
Tabla 11 <i>Capacidad de pago del solicitante</i>	30
Tabla 12 <i>Calidad percibida del servicio o producto</i>	31
Tabla 13 <i>Relación con el cliente</i>	32
Tabla 14 <i>Factores externos</i>	33
Tabla 15 <i>Evaluación crediticia - variable</i>	34
Tabla 16 <i>Dimensión de análisis cualitativo del solicitante</i>	35
Tabla 17 <i>Dimensión de análisis cuantitativo del solicitante</i>	36
Tabla 18 <i>Dimensión de condiciones del crédito</i>	37
Tabla 19 <i>Deserción de clientes - variable</i>	38
Tabla 20 <i>Dimensión de la relación con el cliente</i>	39
Tabla 21 <i>Dimensión de factores externos</i>	40
Tabla 22 <i>Dimensión de percepción clientes</i>	41

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

Figura 1 <i>Experiencia crediticia previa del solicitante</i>	22
Figura 2 <i>Carácter y disposición del solicitante para pagar la deuda</i>	24

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general evaluar la deserción de clientes en Mi Banco Jaén y proponer estrategias para mejorar la evaluación crediticia. Se empleó un enfoque cuantitativo, utilizando un cuestionario validado con 100 clientes. La muestra reflejó una distribución equitativa en la percepción de deserción, donde el 56% experimentó deserción media y el 44% alta. En cuanto a la relación con el cliente, el 50% la calificó como "Medio" y el otro 50% como "Alto". La dimensión de factores externos reveló que el 59% considera estos factores de forma "Media", mientras que el 32% los percibe como "Altos". Respecto a la percepción de los clientes, el 56% la clasifica como "Medio" y el 44% como "Alto". La propuesta de estrategias se dividió en tres objetivos específicos: mejorar el proceso de evaluación crediticia, optimizar las condiciones del crédito y fortalecer la relación con los clientes. Entre las estrategias sugeridas se encuentran la revisión de políticas y procedimientos, análisis competitivo de tasas de interés y comunicación efectiva. La conclusión principal destacó la necesidad de implementar estas estrategias para contrarrestar la deserción y fortalecer la posición competitiva de Mi Banco Jaén en el mercado financiero.

Palabras clave: evaluación crediticia, deserción de cliente, pérdida de clientes, estrategias de retención, riesgo crediticio.

ABSTRACT

The research aimed to assess customer attrition at Mi Banco Jaén and propose strategies to enhance credit evaluation. A quantitative approach was employed, using a validated questionnaire with 100 clients. The sample reflected an even distribution in attrition perception, with 56% experiencing medium attrition and 44% high attrition. Regarding customer relationship, 50% rated it as "Medium," and the remaining 50% as "High." The dimension of external factors revealed that 59% considered these factors to be of "Medium" impact, while 32% perceived them as "High." Concerning customer perception, 56% classified it as "Medium," and 44% as "High." The proposed strategies were divided into three specific objectives: improving the credit evaluation process, optimizing credit conditions, and strengthening customer relationships. Among the suggested strategies are the review of policies and procedures, competitive analysis of interest rates, and effective communication. The main conclusion emphasized the necessity of implementing these strategies to counteract attrition and bolster Mi Banco Jaén's competitive position in the financial market.

Keywords: credit evaluation, customer attrition, customer loss, retention strategies, credit risk.

I. INTRODUCCIÓN

En el ámbito bancario, se presentan desafíos globales que impactan en la estabilidad financiera de las instituciones, a saber, la evaluación de crédito y la pérdida de clientes. Este asunto se ha vuelto particularmente relevante en un contexto caracterizado por la incertidumbre económica y la volatilidad, especialmente debido a la pandemia de COVID-19. Para afrontar este desafío, la comunidad bancaria a nivel internacional ha tomado medidas con el fin de fortalecer la evaluación de riesgos y mantener a sus clientes en un entorno altamente competitivo y en constante evolución.

A nivel internacional, los bancos se confrontan con desafíos vinculados a la valoración del riesgo crediticio y la retención de clientes. Para abordar esta cuestión, el Comité de Supervisión Bancaria de Basilea está trabajando en la implementación de prácticas sólidas en lo que respecta a la gestión de riesgos crediticios. Esto implica el establecimiento y la constante aplicación de marcos contables para las pérdidas crediticias esperadas (ECL), ya que una evaluación crediticia sólida es fundamental para reducir al mínimo las pérdidas. Asimismo, se ha destacado la importancia de que los bancos contemplen la posibilidad de desarrollar planes de contingencia para hacer frente a períodos de mayor incertidumbre, en particular en relación con el impacto del COVID-19 en el riesgo crediticio (Echegaray, 2022).

A nivel global, las instituciones financieras están implementando medidas para mejorar la evaluación crediticia y reducir la pérdida de clientes. Un estudio realizado en la República Dominicana por Méndez (2021) sugiere la evaluación de los clientes a través de un perfil de riesgo vinculado a la pandemia de COVID-19, lo que refleja el impacto global de la pandemia en la gestión del riesgo crediticio. Además, el Informe Global de Estabilidad Financiera del Fondo Monetario Internacional (FMI, 2022) señaló que los bancos deben prepararse para un aumento en la morosidad a medida que se retiren las medidas de apoyo relacionadas con la pandemia.

En Perú, la situación no difiere sustancialmente. Un análisis realizado por Echegaray (2022) en el ámbito de la evaluación crediticia en grandes empresas de la banca múltiple peruana sugiere la necesidad de mejorar el proceso de evaluación crediticia para optimizar la gestión del riesgo y prevenir la pérdida de clientes. Además,

un informe sectorial de S y P Global Ratings (2020) sobre bancos en América Latina, incluyendo Perú, indicó que los cambios en las preferencias de los consumidores pueden aumentar los riesgos crediticios, de mercado y operativos. Tanto los bancos como sus clientes deben adaptarse a estos cambios para evitar la inestabilidad.

Diversos estudios han demostrado que la evaluación crediticia tiene un impacto significativo en la morosidad. El Banco Central de Reserva del Perú (BCRP, 2023) destacó que el BCRP, la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) y la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV) son las entidades encargadas de regular y supervisar el sistema financiero nacional. Además, un estudio llevado a cabo por Landa et al. (2022) encontró que existencia de dependencia entre la evaluación de crédito y cartera de crédito, por lo que la evaluación de crédito incide sobre la calidad de la cartera de crédito. Estos hallazgos enfatizan la importancia de contar con una regulación sólida para prevenir la pérdida de clientes.

Dentro del contexto institucional de Mi Banco en Jaén, se presentan desafíos específicos en relación con la evaluación de crédito y la pérdida mes a mes, de clientes potenciales generando una deserción de clientes activos de la entidad bancaria. La economía de Jaén tiene una naturaleza regional caracterizada en gran medida por la agricultura y las pequeñas empresas, lo que puede generar desafíos particulares en cuanto a la evaluación crediticia. Las variaciones estacionales en los ingresos y los riesgos vinculados a factores ambientales pueden complicar la tarea de evaluar de manera precisa el riesgo crediticio. Además, la presencia de otras instituciones financieras locales en la competencia puede incrementar el riesgo de que los clientes cambien de entidad.

Por otra parte, en áreas rurales como Jaén, el acceso a servicios financieros puede estar limitado, lo que a su vez puede afectar la capacidad de Mi Banco para atraer y retener clientes. La carencia de infraestructura financiera adecuada y los niveles bajos de alfabetización financiera pueden ser obstáculos para lograr una inclusión financiera efectiva.

Ante este escenario, se hizo imperativo abordar el siguiente problema de investigación: ¿Cómo mejorar el proceso de evaluación crediticia y reducir la deserción de clientes en Mi Banco Jaén?

Esta investigación fue socialmente relevante al centrarse en mejorar la evaluación crediticia y reducir la deserción de clientes en Mi Banco Jaén, una institución vital para la economía local. Los resultados beneficiarán a los clientes al mejorar la precisión de la evaluación crediticia, lo que puede aumentar la disponibilidad de crédito y términos justos. Además, reducir la deserción de clientes promoverá la estabilidad financiera en la comunidad.

Además, el estudio se justificó de práctica al proporcionar información valiosa para mejorar las prácticas de evaluación crediticia y retención de clientes en Mi Banco Jaén, y potencialmente en otras instituciones financieras similares. Esto beneficia la disciplina de gestión bancaria y financiera al influir en prácticas aplicables a contextos similares.

A nivel teórico, la investigación se justificó partiendo que la información que se obtendrá de indagaciones anteriormente estudiadas llenando un vacío en el conocimiento sobre la mejora de la evaluación crediticia y la retención de clientes en Mi Banco Jaén, lo que puede generalizarse a principios más amplios en el campo de la gestión financiera y bancaria. Además, contribuye al desarrollo y apoyo de teorías existentes en estas áreas.

Desde una perspectiva metodológica, la investigación ayuda a definir con precisión conceptos y variables relacionados con la evaluación crediticia y la deserción de clientes, mejorando la comprensión de sus relaciones. El enfoque cuantitativo proporciona una base sólida para recopilar y analizar datos, sugiriendo enfoques para futuras investigaciones.

Como objetivo general la investigación se propuso: Analizar la evaluación crediticia y reducir la deserción de clientes en Mi Banco Jaén; y como objetivos específicos: OE1. Analizar cómo se está llevando a cabo el proceso de evaluación crediticia en Mi Banco Jaén; OE2. Evaluar la tasa de deserción de clientes en Mi Banco Jaén y OE3. Proponer estrategias y acciones para mejorar la evaluación crediticia y reducir la deserción de clientes en Mi Banco Jaén.

II. MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo del estudio, se exploró investigaciones asociadas al proceso de evaluación crediticia y deserción de clientes en entidades financieras:

En cuanto al ámbito internacional, se consideró un estudio desarrollado por de Leal et al. (2023) analizó la situación financiera de Fantasía S.A., una empresa chilena de productos derivados del asfalto. Ante el crecimiento en ventas y la disminución de la calidad de sus cuentas por cobrar, se propuso un modelo de evaluación crediticia para disminuir el riesgo de crédito. Se describieron los modelos de credit scoring y se definieron variables críticas a través de entrevistas a expertos. Los resultados mostraron que el 81,82% de los créditos superaron el nivel mínimo de evaluación, mientras que el 18,18% no lo alcanzaron. Se concluyó que un modelo de credit scoring permitiría una mayor flexibilidad y objetividad en la gestión de créditos. La implementación de este sistema implicó definir variables clave para la evaluación crediticia, destacando la simplicidad y la capacidad de actualización del sistema.

Por otro lado, de Lima Lemos et al. (2022) se centró en la predicción de la pérdida de clientes en el sector bancario utilizando un conjunto de datos de un gran banco brasileño. La investigación destacó la importancia de los rasgos de comportamiento previos de los clientes para predecir la futura pérdida de clientes. Se realizó una comparación entre varios algoritmos de aprendizaje automático supervisados, resultando la técnica de bosques aleatorios como la más efectiva. El estudio concluyó que los clientes con una relación más sólida con el banco, que tienen más productos y servicios, y solicitan más préstamos, tienen menos probabilidades de cerrar sus cuentas. El modelo propuesto se logró prever pérdidas potenciales de hasta el 10% del resultado operativo de los grandes bancos brasileños en 2019, demostrando su relevancia económica. Finalmente, el estudio enfatizó la importancia de las estrategias de venta cruzada y upselling para la retención de clientes.

Así también en el artículo de Wang et al. (2023) con el objetivo principal de encontrar una solución efectiva para el desarrollo de un sistema de calificación crediticia personal. Sin embargo, para alcanzar sus objetivos, los autores recurrieron al uso de varios modelos de aprendizaje automático. Estos modelos fueron utilizados

para seleccionar variables independientes que estuvieran altamente correlacionadas con el comportamiento de morosidad. Posteriormente, se compararon los resultados obtenidos. Como resultado principal, los autores concluyeron que la eficiencia en la calificación crediticia puede ser mejorada mediante la combinación de diferentes algoritmos. Este proceso se realizó a través del método de decisión grupal. En otras palabras, se demostró que la utilización conjunta de varios algoritmos puede resultar en una calificación crediticia más precisa y eficiente.

En el ámbito nacional, en un estudio realizado por Hinostroza (2021) se analizó cómo la gestión crediticia afecta la morosidad en el área de microfinanzas del Banco Pichincha del Perú en 2019. La investigación fue descriptiva, cuantitativa y de diseño no experimental, utilizando datos proporcionados por el área de microfinanzas. La muestra incluyó 124 créditos vencidos del mismo año. Los resultados revelaron que un 9,12% de los créditos en microfinanzas tenían morosidad, con correlaciones negativas significativas de -0,113 en la evaluación de créditos y -0,023 en las condiciones de crédito. Esto sugirió que tanto la evaluación como las condiciones de los créditos influyen en la morosidad. El estudio concluyó que las condiciones del crédito tienen un impacto significativo en la morosidad en el Banco Pichincha del Perú, con una correlación negativa de -0,027, lo que podría ser relevante para futuras investigaciones y estrategias de gestión crediticia.

Por otro lado, Landa et al. (2022) llevaron a cabo un estudio con el propósito de investigar cómo la evaluación de crédito impacta en la cartera de microfinanzas en el departamento de Apurímac, Perú. La investigación adoptó un enfoque explicativo, un diseño no experimental y se basó en métodos cuantitativos de investigación de tipo básico. La muestra consistió en 358 expedientes de crédito y 18 empleados, y se utilizaron encuestas y análisis de documentos como instrumentos, junto con un cuestionario y una ficha de investigación. La confiabilidad de los datos se evaluó utilizando el coeficiente Alfa de Cronbach, y la validez se estableció a través de la opinión de expertos. Los resultados del estudio demostraron que la entidad financiera tenía suficiente información para llevar a cabo una evaluación exhaustiva de los expedientes de crédito, y la mayoría de los créditos evaluados se consideraban normales, lo que indicaba que la entidad mantenía una cartera de crédito sólida.

Finalmente, Sihuas (2023) en su investigación llevada a cabo en la Caja del Santa, en Chimbote, se planteó el objetivo de analizar la relación entre la evaluación crediticia y la morosidad percibida por los analistas de crédito. La hipótesis general sostuvo que existía una relación positiva y significativa entre estos dos aspectos, según la percepción de los analistas de crédito. El enfoque de este estudio se consideró de tipo básico, con un diseño no experimental de carácter transversal y correlacional. La población en estudio consistió en 37 trabajadores de las gerencias de crédito, y esta misma cantidad conformó la muestra. Para la recopilación de datos, se empleó la técnica de encuestas, utilizando cuestionarios validados por medio del juicio de expertos. La confiabilidad de los cuestionarios variaba alrededor del 0,72 para el de evaluación crediticia y 0,71 para el de morosidad. Los resultados del estudio indicaron que el proceso de evaluación crediticia se percibió como eficiente en un 78,38%, mientras que la gestión de morosidad se consideró eficiente en un 94,59%. Además, se encontró una relación positiva moderada entre el proceso de evaluación crediticia y la morosidad, respaldada por un coeficiente de Spearman de 0,674.

En cuanto a la fundamentación teórica de la investigación, se tomaron en cuenta las variables “evaluación crediticia” y “deserción de clientes”. Para lograr esto, se exploraron las siguientes teorías:

La evaluación crediticia es un proceso fundamental en la industria financiera para determinar la capacidad de un solicitante para reembolsar un préstamo. Esta evaluación implica el análisis exhaustivo de información financiera y no financiera del solicitante, incluyendo su historial crediticio, ingresos, estabilidad laboral y otros factores relevantes. Es esencial que las entidades financieras realicen una evaluación rigurosa para minimizar el riesgo de incumplimiento de pago y garantizar la viabilidad del préstamo (Berger y Udell, 2004).

El análisis crediticio es una tarea fundamental en el sector financiero y bancario; para llevar a cabo una evaluación adecuada, se deben considerar tanto aspectos cualitativos como cuantitativos del solicitante, así como las condiciones del crédito. En el análisis cualitativo se evalúa la experiencia crediticia previa del solicitante, la estabilidad de su empleo o negocio, y su disposición para pagar la deuda. Por otro lado, en el análisis cuantitativo se considera la evaluación de los ingresos regulares

del solicitante, su nivel de endeudamiento actual, y su historial de pagos y puntaje crediticio. Es importante realizar una evaluación exhaustiva para minimizar el riesgo crediticio y asegurar la viabilidad del crédito (Altman y Saunders, 1998).

La evaluación crediticia es una herramienta fundamental para las instituciones financieras, ya que les permite tomar decisiones de crédito más informadas y reducir el riesgo de incumplimiento de pago por parte de los clientes. Es importante destacar que una evaluación crediticia inadecuada puede llevar a decisiones de crédito erróneas y aumentar el riesgo de incumplimiento, lo que puede tener consecuencias negativas para la institución financiera y sus clientes. Por lo tanto, es fundamental que las instituciones financieras cuenten con un proceso sólido y eficaz de evaluación crediticia, que les permita analizar de manera rigurosa la capacidad de pago y el historial crediticio de los clientes; de esta manera, podrán tomar decisiones de crédito más acertadas y minimizar el riesgo de incumplimiento (Bester, 1985).

La evaluación crediticia es un proceso crucial en la gestión de riesgos de crédito y en la toma de decisiones de las instituciones financieras. Las teorías subyacentes que respaldan este proceso se basan en el análisis de la capacidad de pago del solicitante y su disposición para pagar la deuda.

La teoría del crédito y la información asimétrica, propuesta por Stiglitz y Weiss (1981) marcó un hito al destacar la importancia de la información asimétrica en las transacciones financieras. Esta teoría subrayó que cuando hay información desigual entre el prestamista y el prestatario, el prestamista debe llevar a cabo una evaluación crediticia exhaustiva para reducir al mínimo el riesgo de incumplimiento. Esto enfatizó la necesidad de un análisis tanto cualitativo como cuantitativo del solicitante como parte fundamental de la evaluación crediticia. Adoptar este enfoque profesional y riguroso se convierte en un pilar esencial para asegurar la solidez de las operaciones de crédito y salvaguardar los intereses de todas las partes involucradas.

Adicionalmente, la teoría del scoring crediticio, basada en el uso de modelos estadísticos para predecir el comportamiento de pago del solicitante, ha contribuido significativamente al desarrollo de indicadores cuantitativos en la evaluación crediticia (Thomas, 2000).

La deserción de clientes es un fenómeno significativo en el mundo empresarial,

que se refiere al proceso en el cual los clientes dejan de hacer negocios con una empresa. Las causas de esta deserción pueden variar ampliamente e incluir factores como la insatisfacción con el servicio o producto, la falta de una relación efectiva con el cliente, así como factores externos como la competencia y los cambios en las circunstancias económicas o personales del cliente (Reichheld y Sasser, 1990).

Para medir y comprender la deserción de clientes, es esencial realizar un seguimiento cuidadoso de la cantidad o proporción de clientes que dejan de hacer negocios con la empresa durante un período específico. También es crucial identificar los factores subyacentes que contribuyen a la deserción de clientes, lo que puede lograrse a través de encuestas o entrevistas con los clientes que han dejado la empresa (Bolton, 1998).

Reducir la deserción de clientes implica estrategias sólidas, que pueden incluir mejoras en la calidad del servicio o producto, el fortalecimiento de la relación con el cliente y una respuesta efectiva a los factores externos que pueden llevar a la deserción; estas estrategias deben estar respaldadas por un análisis y medición continuos de la deserción de clientes (Zeithaml et al., 1996).

La literatura de marketing y gestión de relaciones con el cliente ha estudiado en profundidad el fenómeno de la deserción de clientes. Las teorías que subyacen a este fenómeno se centran en varios aspectos cruciales. La teoría de la deserción de clientes, propuesta por Reichheld y Sasser (1990) destacó que la satisfacción del cliente es un determinante clave de la lealtad del cliente y que los clientes insatisfechos son más propensos a desertar. Además, la teoría del valor percibido, que sugirió que los clientes evalúan la relación calidad-precio de los productos o servicios antes de tomar decisiones de compra o deserción por Zeithaml (1988) proporcionó una base sólida para comprender cómo factores como la calidad del servicio y el precio pueden influir en la deserción de clientes.

Por último, la teoría de las relaciones con los clientes, que se centró en la importancia de mantener relaciones sólidas y personalizadas con los clientes para fomentar la lealtad por Berry (1995) proporcionó una base esencial para entender cómo la comunicación efectiva y la resolución de problemas pueden influir en la deserción de clientes.

En conjunto, estas teorías y enfoques ofrecen una perspectiva integral para abordar y gestionar la deserción de clientes, lo que resulta crucial para el éxito sostenible de cualquier empresa en un entorno altamente competitivo.

En la presente investigación se identificaron dos variables primordiales. La primera, "evaluación crediticia", se desglosó en tres dimensiones críticas: "análisis cualitativo del solicitante", "análisis cuantitativo del solicitante" y "condiciones del crédito". Cada una de estas dimensiones se evaluó mediante indicadores específicos que abarcaron desde la experiencia crediticia previa del solicitante hasta los términos y condiciones del préstamo, proporcionando una visión integral de la evaluación crediticia en el contexto bancario

La segunda variable fue "deserción de clientes", que se dividió en las dimensiones de "satisfacción del cliente", "relación con el cliente" y "factores externos". Estas dimensiones se evaluaron a través de diversos indicadores que abarcaron desde la calidad percibida del servicio o producto hasta los cambios en las circunstancias económicas o personales del cliente. Estos indicadores permitieron obtener una comprensión profunda de las causas y consecuencias de la deserción de clientes en el sector bancario.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

La investigación se llevó a cabo con un enfoque cuantitativa ya que implicó la utilización de técnicas estadísticas y cálculos matemáticos para examinar y dar sentido a los datos. Este enfoque posibilita que los investigadores conviertan información cruda en conocimientos valiosos, mejoren la planificación de sus estudios y tomen decisiones respaldadas por pruebas concretas (Kutova y Sahaidak, 2023). Este enfoque se seleccionó con el propósito de obtener información cuantificable y objetiva sobre las variables relacionadas con el proceso de evaluación crediticia y deserción de clientes de clientes en Mi Banco Jaén, lo que permitió la recopilación de datos específicos y medibles a través de encuestas estructuradas.

La investigación se clasificó como aplicada debido a que su enfoque estaba orientado a la resolución de problemas concretos y al logro de objetivos prácticos específicos en el contexto de Mi Banco Jaén. Siguiendo la perspectiva de Ñaupas Paitán et al. (2018) este tipo de investigación busca la adquisición de nuevos conocimientos con el propósito de abordar y solucionar situaciones prácticas, centrándose en la consecución de un objetivo práctico y con relevancia en el mundo real. De acuerdo con la definición de Hernández-Sampieri (2018) la investigación aplicada se caracteriza por tener objetivos directamente relacionados con la toma de decisiones o la resolución de problemáticas específicas en un entorno práctico, lo que refuerza la razón fundamental por la cual esta investigación se adscribe al enfoque aplicado.

3.1.2. Diseño de investigación

La investigación llevada a cabo fue no experimental debido a que no involucra intervención ni manipulación de variables. En lugar de ello, se basa en métodos observacionales y tiene como finalidad principal la descripción y análisis de fenómenos preexistentes en el contexto de Mi Banco Jaén. Esta investigación se alinea con la categorización de diseños de investigación no experimentales, que pueden incluir tanto estudios descriptivos, como informes de casos y estudios transversales, como también

estudios analíticos, como estudios de casos y controles y de cohortes, tal como lo señala Rodi et al. (2023). La ausencia de manipulación de variables y el enfoque en la descripción y análisis de situaciones existentes enfatizan la naturaleza no experimental de esta investigación.

La investigación fue descriptivo-propositiva debido a que se enfoca en observar, analizar y describir el estado actual del proceso de evaluación crediticia y deserción de clientes en Mi Banco Jaén. Este enfoque se alineó con la investigación descriptiva, que tiene como objetivo principal recopilar información sobre las condiciones predominantes y realizar un análisis e interpretación de los datos disponibles (Veléz, 2011). Los métodos utilizados en esta investigación incluyeron encuestas y análisis de datos cualitativos y cuantitativos para definir el estado actual de la gestión de clientes en el banco. Además, la investigación tiene un componente propositivo, ya que buscó no solo describir la situación actual, sino también proponer mejoras y soluciones a los desafíos identificados en la gestión de clientes. Este enfoque fue valioso para comprender cómo mejorar las prácticas en Mi Banco Jaén y aborda tanto el aspecto descriptivo como el propositivo de la investigación.

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: evaluación crediticia

Definición conceptual:

La evaluación crediticia es el procedimiento mediante el cual una entidad financiera o prestamista examina la habilidad y voluntad de un solicitante para devolver un préstamo. Este proceso involucra la revisión de datos financieros y no financieros del solicitante, como su historial crediticio, ingresos, estabilidad en el empleo y otros aspectos pertinentes. La evaluación crediticia resulta fundamental para administrar el riesgo crediticio y adoptar decisiones de préstamo fundamentadas (Berger y Udell, 2004).

Definición operacional:

La evaluación crediticia se midió a través de una serie de indicadores

cuantitativos y cualitativos relacionados con el solicitante y el préstamo propuesto. Los factores cualitativos incluyeron la estabilidad laboral del solicitante, su experiencia crediticia previa y su disposición para pagar la deuda. Estos se evaluaron mediante la revisión de los registros de empleo, los informes de crédito y las entrevistas personales. Los factores cuantitativos, por otro lado, incluyeron los ingresos regulares del solicitante, su nivel de endeudamiento actual y su historial de pagos. Estos se evaluaron mediante el análisis de los estados financieros del solicitante y los informes de crédito.

Indicadores

Para la variable evaluación crediticia, los indicadores utilizados abarcaron aspectos cualitativos y cuantitativos del solicitante y las condiciones del crédito. Los indicadores cualitativos incluyeron la estabilidad laboral, la experiencia crediticia previa y la disposición para pagar la deuda, evaluados mediante la revisión de registros de empleo, informes de crédito y entrevistas personales. Los indicadores cuantitativos comprendieron los ingresos regulares del solicitante, su nivel de endeudamiento actual y su historial de pagos, evaluados a través del análisis de estados financieros e informes de crédito. Estos indicadores proporcionaron una visión integral de la capacidad y disposición del solicitante para reembolsar el préstamo.

Variable 2: deserción de clientes

Definición conceptual:

La deserción de clientes se refiere a la acción de clientes que dejan de utilizar los servicios o productos de una empresa, lo que puede tener un impacto negativo en los ingresos y la rentabilidad de la empresa. Este fenómeno es una preocupación importante para las empresas, ya que la retención de clientes suele ser más rentable que la adquisición de nuevos clientes. Para abordar la deserción de clientes, es fundamental comprender las causas subyacentes y desarrollar estrategias efectivas de retención (Barrueta-Meza et al., 2018).

Definición operacional

La deserción de clientes se midió mediante una encuesta en escala Likert que se centró en la satisfacción del cliente, la relación con el cliente y los factores externos que podrían influir en la decisión del cliente de dejar de hacer negocios con el banco. Se evaluó la satisfacción del cliente mediante preguntas sobre la calidad del servicio, la eficacia de la comunicación y la percepción del valor. La relación con el cliente se evaluó mediante preguntas sobre la frecuencia y calidad de las interacciones con el personal del banco. Los factores externos se evaluaron mediante preguntas sobre la percepción de la competencia y los cambios en las circunstancias económicas o personales.

Indicadores

La variable "deserción de clientes", los indicadores se centraron en la satisfacción del cliente, la relación con el cliente y los factores externos. La satisfacción del cliente se midió a través de preguntas sobre la calidad del servicio, la eficacia de la comunicación y la percepción del valor. La relación con el cliente se evaluó mediante preguntas sobre la frecuencia y calidad de las interacciones con el personal del banco. Los factores externos se evaluaron mediante preguntas sobre la percepción de la competencia y los cambios en las circunstancias económicas o personales. Estos indicadores ayudaron a entender los factores que influyen en la decisión del cliente de dejar de hacer negocios con el banco.

3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis

3.3.1. Población

La población en un estudio de investigación se refiere al grupo total de individuos que son relevantes para los objetivos de la investigación. Puede incluir personas, objetos, eventos, o incluso una serie de diferentes subgrupos (Jervis et al., 2019).

En la presente investigación la población estuvo conformada por el acervo documentario de Mi Banco, esto se debe a que sus variables de variables de investigación se desarrollan en la documentación de dicha entidad.

Adicionalmente la población está conformada por 19 trabajadores del banco que están directamente involucrados en el proceso de evaluación crediticia; asimismo, la población de usuarios desertores de los dos últimos meses es de 134 individuos que han interactuado con el banco y son desertores de este mismo.

- **Criterios de inclusión:** ser un trabajador del banco involucrado en el proceso de evaluación crediticia o ser un usuario que ha tenido una relación con el banco; asimismo para los usuarios: ser un usuario que ha tenido una relación con el banco, haber interactuado con el banco en los últimos 2 meses, estar dispuesto a participar voluntariamente en el estudio y proporcionar consentimiento informado.
- **Criterios de exclusión:** los empleados del banco que no están involucrados en el proceso de evaluación crediticia y a los usuarios que no han interactuado con el banco; asimismo, para los usuarios: no haber tenido una relación con el banco, haber interactuado con el banco en los últimos 2 meses, estar dispuesto a participar en el estudio o no proporcionar consentimiento informado.

3.3.2. Muestra

La muestra en un estudio de investigación se refiere a un subconjunto seleccionado de la población que se utiliza para representar a toda la población (Sucasaire, 2022).

En este estudio de investigación la muestra es el reporte consolidado de clientes desertores e inactivos de periodos 2022 y documentos de evaluación crediticia, así también se consideró muestra para la aplicación del cuestionario sobre la variable "evaluación crediticia" constó de los 15 trabajadores del banco mencionado anteriormente, para esto se utilizó el muestreo probabilístico aleatorio simple.

Para la variable "deserción de clientes", se seleccionó una muestra de 100 usuarios desertores de Mi Banco; esta selección se basó en el método probabilístico aleatorio simple.

3.3.3. Muestreo

El muestreo en la investigación hace referencia al proceso de seleccionar un subconjunto de individuos de una población para participar en el estudio. Es una parte fundamental del diseño de la investigación que permite a los investigadores hacer inferencias sobre la población a partir de los datos recogidos de la muestra (Hernández-Ávila y Escobar, 2019).

El muestreo probabilístico aleatorio simple se destaca como un método de selección de muestra en el que todos los elementos de la población destinados a formar parte de la muestra son escogidos de manera totalmente al azar. En este proceso, cada elemento presenta una probabilidad idéntica de ser elegido; este enfoque garantiza una representación equitativa de la población, al otorgar a cada unidad la misma oportunidad de ser incluida en la muestra final (Otzen y Manterola, 2017).

En este estudio, se utilizó un enfoque de muestreo probabilístico aleatorio simple para la variable "deserción de clientes" esto facilitó la recopilación de datos para una muestra representativa de la población; el muestreo respecto a la deserción de clientes fue de 100 personas. El procedimiento y resultado del muestreo probabilístico se representa en el anexo 7.

Por otro lado, para la variable "evaluación crediticia", también se optó por utilizar un muestreo probabilístico aleatorio simple; esto se hizo con el objetivo de seleccionar una muestra representativa de los trabajadores del banco, sin sesgos ni manipulaciones en la selección. El uso de este tipo de muestreo asegura que cada individuo de la población tenga la misma probabilidad de ser seleccionado para formar parte de la muestra, lo que garantiza la representatividad y minimiza la posibilidad de errores estadísticos en los resultados obtenidos. El resultado del muestreo fueron 15 trabajadores del banco, el procedimiento se evidencia en el anexo 8.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

3.5.1. Técnicas para recolección de datos

Las técnicas e instrumentos de recolección de datos se refieren a los métodos y herramientas utilizados para recopilar información en un estudio de investigación. En este estudio, la técnica utilizada es la encuesta, y el instrumento es el cuestionario (Krippendorff, 2018).

Para esta indagación las técnicas utilizadas fueron: análisis documental como técnica cualitativa y la encuesta como técnica cuantitativa.

La inclusión del análisis documental en esta investigación se fundamentó en la necesidad de acceder a información interna y documentación relevante de Mi Banco, Jaén; esta metodología permitió examinar informes, políticas de evaluación crediticia, registros financieros y otros documentos que arrojaron luz sobre las prácticas y decisiones específicas tomadas por el banco. Según Viswambharan y Priya (2015) el análisis de documentos es el proceso sistemático de examinar y evaluar documentos para extraer información relevante y comprender su contenido, estructura y organización de manera coherente y eficaz.

La encuesta es una técnica de recolección de datos que implica hacer preguntas a los participantes para obtener información sobre sus características, comportamientos, actitudes o percepciones (Useche, 2019). Esta técnica es útil para recoger datos de una gran cantidad de participantes y permite a los investigadores cuantificar las respuestas y realizar análisis estadísticos.

3.5.2. Instrumentos para recolección de datos

Para esta investigación los instrumentos de apoyo son; la guía de análisis documental y también el cuestionario.

La guía de análisis de documentos es un recurso que se utilizó durante la revisión y evaluación de documentos para guiar y estandarizar el proceso de extracción de información relevante. Es una herramienta que proporciona pautas, reglas y criterios específicos para el análisis de documentos en un contexto dado.

Asimismo, el cuestionario es un instrumento de recolección de datos de la encuesta que consiste en una serie de preguntas diseñadas para recoger información

específica de los participantes (Oppenheim, 2000). En este estudio, el cuestionario se utilizó para recoger información sobre la deserción de clientes de los usuarios del banco.

El cuestionario se diseñó cuidadosamente para asegurar que las preguntas sean claras y comprensibles, y que se recopile la información necesaria para responder a los objetivos de la investigación. Las preguntas se basaron en una escala Likert de 5 puntos para medir las respuestas de los participantes. Los cuestionarios fueron aplicados a través de la plataforma Google Forms, una herramienta.

Validez del instrumento

La validez de una investigación se refiere a la precisión y la relevancia de los instrumentos y métodos utilizados para recoger y analizar los datos.

En primer lugar, el cuestionario fue validado por tres expertos en el tema de estudio. Estos expertos evaluaron el contenido del cuestionario utilizando la herramienta estadística V-Aiken, que es un coeficiente de validez de contenido que mide la concordancia entre los expertos sobre cada ítem del cuestionario. Los expertos evaluaron cada ítem en términos de suficiencia (si el ítem cubre todas las facetas del constructo), claridad (si el ítem es comprensible), coherencia (si el ítem es coherente con el constructo) y relevancia (si el ítem es relevante para el constructo).

El resultado del V-Aiken fue de 0,998, que se encuentra en una escala fuerte, lo que indica un alto grado de acuerdo entre los expertos y sugiere que el cuestionario es válido para medir los constructos de interés.

Tabla 1

Autoridad para la validación de instrumentos de ambas variables.

N°	Nombre y apellidos	Grado	Resultado
1	Carlos Yhosman Quiroz Carrasco	Magister	Sí cumple
2	José Anner Salazar Saldivar	Magister	Sí cumple
3	Ángel Saul Hernández Monteza	Magister	Sí cumple

Confiabilidad

La confiabilidad de una investigación hace referencia a la consistencia y estabilidad de los instrumentos y métodos utilizados para recoger y analizar los datos. En este estudio, la confiabilidad del cuestionario se evaluó utilizando el coeficiente alfa de Cronbach, que es una medida de la consistencia interna de un cuestionario (Cronbach, 1951).

Se realizó una prueba piloto con 15 colaboradores del total de la muestra de la de los usuarios y 15 trabajadores de la entidad bancaria Mi Banco utilizando el sistema estadístico SPSS versión 26. La prueba piloto permitió a los investigadores evaluar la consistencia de las respuestas a los ítems del cuestionario y determinar si el cuestionario es confiable para recoger los datos.

Parella y Martins (2012) describieron la confiabilidad como la inexistencia de errores aleatorios en una herramienta de recolección de datos. Esto significa que el instrumento produce resultados consistentes independientemente de las fluctuaciones aleatorias o imprevistas. El coeficiente alfa de Cronbach mide la confiabilidad al evaluar la consistencia interna de los ítems del cuestionario, es decir, cuán bien se correlacionan entre sí. El alfa de Cronbach varía entre 0 y 1, donde 0 indica falta total de confiabilidad y 1 indica perfecta confiabilidad.

Por lo tanto, el análisis de confiabilidad utilizando el alfa de Cronbach garantizó que los datos recogidos son consistentes y estables, lo que fortalece la calidad y la confiabilidad de los resultados de la investigación.

Tabla 2

Estadísticas de fiabilidad para ambos instrumentos

Alfa de Cronbach	N de elementos
,896	36

La Tabla 2 mostró las estadísticas de fiabilidad para ambos instrumentos, evaluación crediticia y deserción de clientes, utilizando el coeficiente Alfa de Cronbach. Este coeficiente, que mide la consistencia interna de los elementos del cuestionario, fue de ,896 para un total de 36 elementos. Este valor indicó una confiabilidad muy alta, lo que sugiere que los elementos de ambos cuestionarios están altamente

correlacionados entre sí.

Tabla 3

Estadísticas de fiabilidad para el instrumento evaluación crediticia

Alfa de Cronbach	N de elementos
,802	18

La Tabla 3 mostró las estadísticas de fiabilidad para el instrumento de evaluación crediticia, utilizando el coeficiente Alfa de Cronbach. Este coeficiente, que mide la consistencia interna de los ítems del cuestionario, es de ,802 para 18 elementos. Esto indicó un alto nivel de confiabilidad, ya que los ítems del cuestionario se correlacionan bien entre sí.

Tabla 4

Estadísticas de fiabilidad para el instrumento deserción de clientes

Alfa de Cronbach	N de elementos
,820	18

La Tabla 4 presentó las estadísticas de fiabilidad del instrumento utilizado para medir la deserción de clientes, utilizando el coeficiente Alfa de Cronbach. Este coeficiente, que evaluó la consistencia interna de los elementos del cuestionario, es de ,820 para 18 elementos. Este valor reflejó una alta fiabilidad, indicando que los elementos del cuestionario están fuertemente correlacionados entre sí.

3.6. Procedimientos de recolección de datos.

En la realización de este estudio, se aplicó un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, con un diseño no experimental y de corte transversal.

Para la recolección de datos, se solicitó autorización al gerente del banco mediante carta de autorización agregada en el anexo N°5. Se solicitó los manuales de evaluación crediticia, para analizar su proceso, también se verificó el reporte consolidado de clientes desertores 2022 que posee el banco. Así también para aplicar los cuestionarios a los trabajadores y a los usuarios del banco. Los cuestionarios, constaron de varios ítems relacionados con la evaluación crediticia y la deserción de clientes, se administraron a través de la plataforma Google Forms.

Se coordinó con el jefe del área de evaluación crediticia del banco para facilitar la distribución de los cuestionarios a los trabajadores. Además, se estableció un día específico para que los usuarios del banco completaran los cuestionarios, para evitar interferencias con sus actividades diarias; asimismo, se aplicaron los cuestionarios a los usuarios.

Una vez recogidas, las respuestas de los trabajadores y usuarios del banco fueron registradas en una base de datos utilizando Microsoft Excel 2019. Los datos se analizaron utilizando el software SPSS versión 26 para validar la confiabilidad del cuestionario y realizar análisis descriptivos de la información y seguidamente proponer estrategias y acciones para mejorar la evaluación crediticia y reducir la deserción de clientes en Mi Banco Jaén.

Finalmente, los resultados de la investigación fueron presentados al gerente del banco. Los resultados proporcionan información valiosa sobre el proceso de evaluación crediticia y las razones de la deserción de clientes, lo que puede ayudar al banco a mejorar sus prácticas y estrategias.

3.6. Métodos analíticos de datos

Los datos informativos de esta investigación se consiguieron utilizando los materiales de recolección de información siendo la guía de entrevista como también la revisión documental, las dos fueron organizados en Word como en Excel para un mayor ordenamiento y entendimiento de lo encontrado.

3.7. Aspectos de ética

Veracidad

Los argumentos, comentarios, aportes, notas y observación que se suscitan en este trabajo investigativo serán acorde a la realidad, intimo de manifestar la verdad con relación a los antecedentes brindados por Mi Banco en la ciudad de Jaén así también se comprobó artículos publicados en revistas indexadas, libros de evaluación crediticia y resoluciones por parte de la SBS.

Objetividad

Todo lo que está plasmado en esta indagación fue escrupulosamente transcrito basado en el problema situado, considerando en balance de criterios

técnicos que requiere un estudio de investigación evitando el imperio de opiniones personales. Estará basada en información verificable y confiable con demostraciones lógicas y coherentes.

Originalidad

De la misma manera esta indagación está libre de plagio, ya que la información fue recolectada de forma escrupulosa por parte de los investigadores añadiendo nuevas contribuciones al conocimiento ya existente. Además, se realizó de acuerdo a las normas APA para garantizar la adecuada citación y referencia de las fuentes utilizadas.

IV. RESULTADOS

A continuación, se presentaron los resultados cualitativos y cuantitativos de la investigación, recabados con las técnicas encuesta (cuantitativo) y análisis documental (cualitativo) con el objetivo de analizar la evaluación crediticia y reducir la deserción de clientes en Mi Banco Jaén.

4.1. Análisis del proceso de evaluación crediticia en Mi Banco Jaén (cualitativo)

Para alcanzar el primer objetivo específico el cual fue analizar cómo se está llevando a cabo el proceso de evaluación crediticia en Mi Banco Jaén, se empleó la "guía de análisis de documentos" como instrumento. Se recopilaron informes y documentación pertinentes de la entidad, y a continuación se presentan los resultados obtenidos:

**Dimensión 1: Análisis cualitativo del solicitante.
Indicador: Experiencia crediticia previa del solicitante.**

Figura 1
Experiencia crediticia previa del solicitante



Interpretación:

Del análisis realizado al indicador experiencia crediticia se identificó que la entidad bancaria aplica la verificación de dicho indicador a través del filtro interno (sistema topaz) y filtro externo (Sentinel Peru), demostrando un análisis confiable que demuestra la solvencia económica en sus cuentas por pagar.

Indicador: Estabilidad del empleo o negocio del solicitante.**Tabla 5***Estabilidad del empleo o negocio del solicitante*

Parámetro	Descripción	Método de Evaluación
Ingresos	Ingresos mensuales del cliente	Verificación de ingresos mediante comprobantes, declaraciones de renta, etc.
Historial crediticio	Historial crediticio del cliente, incluyendo pagos y deudas pasadas	Revisión de informes de crédito, puntuaciones de crédito, análisis de pagos anteriores.
Estabilidad laboral	Evaluación de la estabilidad laboral del cliente, incluyendo antigüedad en el empleo actual	Análisis de la estabilidad laboral del cliente, incluyendo la duración en el empleo actual

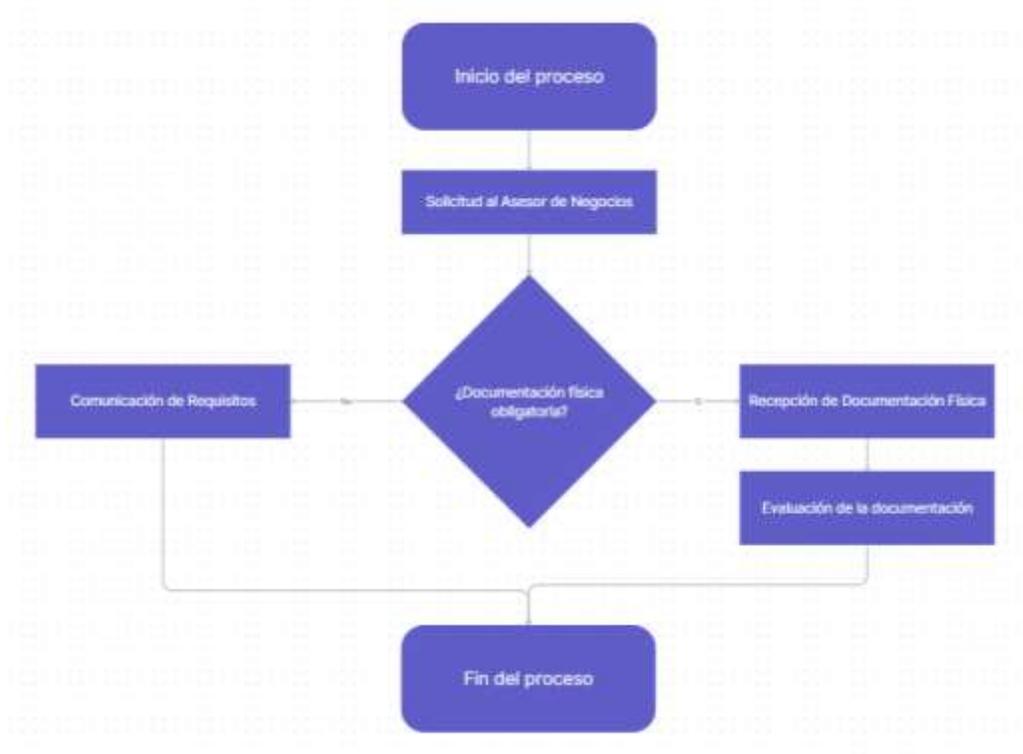
Interpretación:

Para este indicador la entidad financiera cuenta con parámetros consignados en su manual y metodología que aplica a cada cliente para ser evaluado según su estabilidad económica

Indicador: Carácter y disposición del solicitante para pagar la deuda.

Figura 2

Carácter y disposición del solicitante para pagar la deuda



Interpretación:

Según análisis realizado se verifica que Mi Banco para este indicador solicita de manera obligatoria al asesor de negocios que sustente las cuentas por pagar financieras y comerciales a través de documentación física para ser evaluada.

Dimensión :2 Análisis cuantitativo del solicitante

Indicador: ingresos regulares y estabilidad de los mismos.

Tabla 6

Estabilidad del empleo o negocio del solicitante

Tipo de documentación	Propósito	Intervalos predefinidos	Ejemplos
Comprobantes de ingresos	Demostrar ingresos regulares de flujo constante	Mensual (para salarios) o periodo de tiempo comercial sostenible en el tiempo	Facturas de salario, declaraciones de impuestos, extractos bancarios
Informes de ventas	Verificar ingresos comerciales	Mensual o trimestral, dependiendo del negocio	Informes de ventas, extractos comerciales, registros de ventas

Interpretación:

Del análisis realizado se constató que para medir su nivel de ingresos o ventas se solicita documentación según manual de riesgo crediticio para demostrar que el cliente demuestre ingresos regulares de un flujo constante en intervalos predefinidos ya sea en un salario mensual o ingresos comerciales sostenibles en el tiempo.

Indicador: Nivel de endeudamiento actual

Tabla 7

Estabilidad del empleo o negocio del solicitante

Elementos del análisis	Descripción	Objetivo
Estados financieros	Examinar los informes financieros del solicitante, incluyendo balance, ingresos, gastos y flujo de efectivo	Evaluar la salud financiera del solicitante a través de información contable detallada
Ingresos activos totales	Verificar los ingresos activos totales del solicitante, incluyendo fuentes de ingresos y su cuantía.	Determinar la capacidad del solicitante para generar ingresos significativos para cumplir con las obligaciones
Patrimonio neto	Analizar el patrimonio neto del solicitante como diferencia entre activos y pasivos	Evaluar la solidez financiera del solicitante y su capacidad para afrontar deudas.

Interpretación:

Para este indicador la entidad financiera, se basa en analizar los estados financieros, ingresos activos totales o el patrimonio neto del solicitante, que permita comparar su capital propio reflejada en sus activos frente a endeudamiento.

Indicador: Historial de pagos y puntaje crediticio.

Tabla 8

Historial de pagos y puntaje crediticio

Factor de segmentación	Historial de pagos y SCORE	Sistema interno de Mi Banco	Impacto en clientes
Enfoque actual	Fuerte enfoque en historial de pagos y puntaje crediticio externo	Enfoque en sistema interno en la segmentación	Deserción de clientes con buen perfil económico y financiero
Problema identificado	Falta de enfoque en historial de pagos o SCORE externo en la segmentación	Proporciona segmentación inapropiada	Provocando la deserción de clientes con buen perfil

Interpretación:

En el análisis realizado a este indicador se evidenció un hallazgo no favorable a la institución ya que su segmentación final otorgada por Mi Banco no se basa por completo en el historial de pagos o puntuación crediticia que arroja su SCORE financiero externo sino está enfocado en su sistema interno, que muchas ocasiones brinda una segmentación no apta para el solicitante provocando la deserción de clientes con buen perfil económico y financiero para ser atendido.

Dimensión :3 Condiciones del crédito

Indicador: términos y condiciones del préstamo (tasa de interés, plazo, etc.)

Interpretación:

En el análisis realizado a este indicador se evidenció que los rangos tarifarios de interés que aplica mi banco son uno de los elevados en el mercado financiero nacional, generando la desviación de clientes a otras entidades financieras que les otorgan condiciones favorables para el prestamista.

Tabla 9

Términos y condiciones del préstamo

Entidad financiera	Tasa de interés	Impacto en clientes
Mi Banco	Alta	Desviación de clientes a otras entidades financieras debido a tasas elevadas.
Competidor A	Baja	Atracción de clientes debido a tasas bajas.
Competidor B	Moderada	Algunos clientes se mantienen debido a tasas competitivas.
Competidor C	Baja	Atracción significativa de clientes por tasas bajas.

Indicador: Propósito del préstamo

Tabla 10

Propósito del préstamo

Etapas del Proceso	Descripción
Evaluación del Destino	El banco evalúa el propósito para el cual se solicita el crédito, considerando la idoneidad y viabilidad del proyecto o uso del financiamiento.
Selección de Producto	Una vez evaluado el destino del crédito, se selecciona el producto financiero más adecuado que ofrezca el banco para cubrir las necesidades del solicitante.
Adaptación del Propósito	Si el producto seleccionado no se ajusta completamente al destino inicial, se adapta el propósito del crédito de acuerdo a las características del producto elegido.

Interpretación:

Según análisis documental para este indicador el banco evalúa el destino del crédito, adecuando el propósito en el que se va invertir el financiamiento acoplado en uno de los productos que Mi Banco otorga.

Indicador: Capacidad de pago de solicitante.

Tabla 11

Capacidad de pago del solicitante

Desafío	Descripción	Consecuencias
Evaluación de capacidad de pago	Falta de una adecuada evaluación de la capacidad de pago de los clientes	No atención de clientes potenciales que podrían ser valiosos para la institución.

Interpretación:

En el análisis realizado se evidencio que no se realiza una adecuada evaluación de capacidad de pago de muchos clientes, menos brindarles asesoramiento financiero por parte del personal de negocios conllevando a la no atención de clientes que podrían ser potenciales para la institución.

4.2. Evaluación la tasa de deserción de clientes en Mi Banco Jaén.

Dimensión 1: Percepción de clientes

Indicadores: Calidad percibida del servicio o producto, Valor percibido (relación calidad-precio) y Cumplimiento de las expectativas del cliente.

Tabla 12

Calidad percibida del servicio o producto

Desafío	Satisfacción del cliente
RMB	Insatisfacción con el servicio
Otros	Satisfacción con el servicio

Interpretación:

Del análisis realizado a esta dimensión, se afirmó que el porcentaje más alto de desertores mes a mes, poseen una segmentación (RMB) Indicando que Mi Banco cumple con las expectativas del cliente considerándolos como clientes con riesgo muy bajo, pero que al mismo tiempo no están en acuerdo con el valor y calidad de servicio que se ofrece para aquellos que poseen dicha segmentación.

Dimensión 2: Relación con el cliente

Indicadores: Comunicación efectiva con el cliente, Resolución de problemas y quejas, Personalización del servicio o producto.

Tabla 13

Relación con el cliente

Elementos	Descripción
Evaluación de Reportes de Clientes	Los asesores evalúan los reportes de clientes, incluyendo desertores, inactivos, segmentación RM y clientes morosos.
Comunicación con asesores	Los asesores se comunican con los clientes de manera efectiva.
Oferta de servicios personalizado	Los asesores ofrecen servicios personalizados que se ajustan a las necesidades y capacidades de pago de los clientes.
Resolución de problemas	Los asesores se centran en resolver los problemas de los clientes.
Clientes satisfechos	Como resultado, los clientes están satisfechos y menos propensos a desertar.

Interpretación:

De la evaluación y cruce de información a los reportes de clientes (desertores, inactivos, tipo de segmentación y clientes morosos) se pudo concretar que la comunicación por parte de los asesores con los clientes tiene un buen perfil, ya que son los que los que menos desertan a pesar que presentan una segmentación RM, esto indica que se enfocan en solucionar sus problemas ofertando de esa manera servicio personalizado concuerde con sus capacidades de pago.

Dimensión 3: Factores externos

Indicadores: Competencia y ofertas en el mercado, cambios en las circunstancias económicas o personales del cliente y cambios en las necesidades o preferencias del cliente.

Tabla 14

Factores externos

Entidad financiera	Tasa de interés	Razón de preferencia
Mi Banco	Tasa alta	Preferencia menor debido a tasas de interés elevadas.
Competencia	Tasa baja	Preferencia alta debido a tasas de interés más bajas.

Interpretación: Los resultados del análisis a esta dimensión indicaron que la competencia presenta mejores ofertas de crédito, sobre todo a clientes con segmentación RMB brindándoles una tasa de interés más baja a la que ofrece Mi Banco, es por esa razón en la que muchos clientes con buena categorización crediticia prefieren la competencia ya que se adapta mejor a sus circunstancias económicas.

4.3. Análisis del proceso de evaluación crediticia en Mi Banco Jaén (cuantitativo)

Para cumplir con el primer objetivo específico de analizar la ejecución del proceso de evaluación crediticia en Mi Banco Jaén, también se empleó un cuestionario que se administró a los trabajadores de la empresa privada. Para gestionar y analizar los datos recopilados mediante este cuestionario, previamente validados y autorizados, se utilizó el software estadístico SPSS en su versión 26. A continuación, se presentaron los análisis descriptivos de la investigación.

Tabla 15
Evaluación crediticia - variable

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	11	73,3	73,3	73,3
	Alto	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

La tabla 5 presentó los resultados del cuestionario respecto a la evaluación crediticia de los participantes en el estudio. Según los datos, la mayoría de los participantes, 11 de ellos, lo que representa el 73.3% tanto de la frecuencia como del porcentaje válido, tuvieron una evaluación crediticia media. Por otro lado, 4 participantes, equivalentes al 26.7% de la frecuencia y el porcentaje válido, obtuvieron una evaluación crediticia alta. En total, se evaluó a 15 participantes, lo que representa el 100% del estudio. La evaluación crediticia acumulada también se muestra en la tabla, indicando que después de considerar tanto las evaluaciones crediticias medias como altas, se alcanza el 100%.

Tabla 16*Dimensión de análisis cualitativo del solicitante*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	6	40,0	40,0	40,0
	Alto	9	60,0	60,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

La tabla 6 presentó la distribución de las respuestas recopiladas en relación con la dimensión de análisis cualitativo del solicitante. Esta dimensión se dividió en dos categorías: "Medio" y "Alto". A partir de los datos recopilados de 15 participantes, se observó que el 40% de los encuestados calificaron la dimensión como "Medio", mientras que el 60% la calificaron como "Alto". El porcentaje válido reflejó la proporción de respuestas válidas dentro de cada categoría, y el porcentaje acumulado muestra cómo se acumulan los porcentajes a medida que avanzamos en las categorías. En este caso, el 40% de las respuestas caen en la categoría "Medio", y el 60% caen en la categoría "Alto".

Tabla 17*Dimensión de análisis cuantitativo del solicitante*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	8	53,3	53,3	53,3
	Alto	7	46,7	46,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

La Tabla 7 mostró la distribución de las respuestas relacionadas con la dimensión de análisis cuantitativo del solicitante. Esta dimensión se dividió en dos categorías: "Medio" y "Alto". De los 15 participantes encuestados, el 53.3% calificó esta dimensión como "Medio", mientras que el 46.7% la calificó como "Alto". El porcentaje válido refleja la proporción de respuestas válidas dentro de cada categoría, y el porcentaje acumulado mostró cómo se acumulan los porcentajes a medida que avanzamos en las categorías. En este caso, el 53.3% de las respuestas se ubicaron en la categoría "Medio", y el 46.7% en la categoría "Alto".

Tabla 18*Dimensión de condiciones del crédito*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	3	20,0	20,0	20,0
	Medio	10	66,7	66,7	86,7
	Alto	2	13,3	13,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

La Tabla 8 mostró la distribución de respuestas relacionadas con la dimensión de las condiciones del crédito. Esta dimensión se dividió en tres categorías: "Bajo", "Medio" y "Alto". De los 15 participantes encuestados, el 20% calificó esta dimensión como "Bajo", el 66.7% la calificó como "Medio" y el 13.3% la calificó como "Alto". El porcentaje válido reflejó la proporción de respuestas válidas dentro de cada categoría, y el porcentaje acumulado muestra cómo se acumulan los porcentajes a medida que avanzamos en las categorías. En este caso, el 20% de las respuestas se encontraron en la categoría "Bajo", el 66.7% en la categoría "Medio" y el 13.3% en la categoría "Alto".

4.4. Evaluación la tasa de deserción de clientes en Mi Banco Jaén.

Para cumplir con el segundo objetivo específico de Evaluar la tasa de deserción de clientes en Mi Banco Jaén, se empleó un cuestionario que se administró a los clientes de la empresa privada. Para gestionar y analizar los datos recopilados mediante este cuestionario, previamente validados y autorizados, se utilizó el software estadístico SPSS en su versión 26. A continuación, se presentaron los análisis descriptivos de la investigación.

Tabla 19

Deserción de clientes - variable

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	56	56,0	56,0	56,0
	Alto	44	44,0	44,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

La tabla 7 presentó los datos sobre la deserción de clientes del estudio. Según los datos, de los 100 clientes que participaron en el estudio, 56, lo que representa el 56% tanto de la frecuencia como del porcentaje válido, tuvieron una deserción media. Por otro lado, 44 clientes, equivalentes al 44% de la frecuencia y el porcentaje válido, experimentaron una alta deserción. En total, se registró la deserción de 100 clientes, lo que representa el 100% de la muestra del estudio. El porcentaje acumulado también se muestra en la tabla, indicando que después de considerar tanto las deserciones medias como altas, se alcanza el 100%.

Tabla 20*Dimensión de la relación con el cliente*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	50	50,0	50,0	50,0
	Alto	50	50,0	50,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

La Tabla 10 mostró la distribución de respuestas en relación a la dimensión de la relación con el cliente. Esta dimensión se dividió en dos categorías: "Medio" y "Alto". De un total de 100 respuestas, el 50% calificó esta dimensión como "Medio", mientras que otro 50% la calificó como "Alto". El porcentaje válido refleja la proporción de respuestas válidas dentro de cada categoría, y el porcentaje acumulado muestra cómo se acumulan los porcentajes a medida que avanzamos en las categorías. En este caso, el 50% de las respuestas caen en la categoría "Medio", y otro 50% en la categoría "Alto". Esto indicó una distribución equitativa de las respuestas en ambas categorías.

Tabla 21*Dimensión de factores externos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	9	9,0	9,0	9,0
	Medio	59	59,0	59,0	68,0
	Alto	32	32,0	32,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

La Tabla 11 presentó la distribución de respuestas en relación a la dimensión de factores externos. Esta dimensión se divide en tres categorías: "Bajo", "Medio" y "Alto". De un total de 100 respuestas, el 9% calificó esta dimensión como "Bajo", el 59% la calificó como "Medio" y el 32% la calificó como "Alto". El porcentaje válido refleja la proporción de respuestas válidas dentro de cada categoría, y el porcentaje acumulado muestra cómo se acumulan los porcentajes a medida que avanzamos en las categorías. En este caso, el 9% de las respuestas se encontraron en la categoría "Bajo", el 59% en la categoría "Medio" y el 32% en la categoría "Alto". Esto indicó que la mayoría de las respuestas se agrupan en las categorías "Medio" y "Alto", lo que sugiere que los factores externos tienen un impacto significativo en la deserción de clientes.

Tabla 22
Dimensión de *percepción clientes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	56	56,0	56,0	56,0
	Alto	44	44,0	44,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

La Tabla 12 mostró la distribución de respuestas en relación a la dimensión de percepción de clientes. Esta dimensión se divide en dos categorías: "Medio" y "Alto". De un total de 100 respuestas, el 56% calificó esta dimensión como "Medio", mientras que el 44% la calificó como "Alto". El porcentaje válido refleja la proporción de respuestas válidas dentro de cada categoría, y el porcentaje acumulado muestra cómo se acumulan los porcentajes a medida que avanzamos en las categorías. En este caso, el 56% de las respuestas caen en la categoría "Medio", y el 44% en la categoría "Alto". Esto indicó que una mayoría de los encuestados perciben un nivel medio de deserción de clientes en la entidad bancaria.

4.5. Propuesta de estrategias y acciones para mejorar la evaluación crediticia y reducir la deserción de clientes en Mi Banco Jaén.

Respecto al objetivo específico 3 el cual fue proponer estrategias y acciones para mejorar la evaluación crediticia y reducir la deserción de clientes en Mi Banco Jaén; se realiza la propuesta:

Objetivo general:

Proponer estrategias y acciones para mejorar la evaluación crediticia y reducir la deserción de clientes en Mi Banco Jaén

Objetivos específicos:

Proponer estrategias para mejorar el proceso de evaluación crediticia y reducir la deserción de clientes en mi banco jaén

Proponer estrategias para optimizar las condiciones del crédito y reducir la deserción de clientes en Mi Banco Jaén

Proponer estrategias para fortalecer la relación con los clientes y reducir la deserción de clientes en Mi Banco Jaén

4.5.1. Generalidades de la empresa

Mi Banco Jaén es una institución financiera con un enfoque en la satisfacción del cliente y la calidad de servicio. Actualmente, enfrenta un desafío en términos de deserción de clientes, lo que ha impulsado la necesidad de mejorar su proceso de evaluación crediticia y retención de clientes.

4.5.2. Desarrollo de la propuesta

4.5.2.1. Estrategias para mejorar el proceso de evaluación crediticia y reducir la deserción de clientes en mi banco jaén

Revisión de políticas y procedimientos:

Para asegurar la mejora del proceso de evaluación crediticia en Mi Banco Jaén, es fundamental llevar a cabo una revisión exhaustiva de las políticas y procedimientos existentes. Este proceso de revisión será integral y se centrará en las siguientes áreas clave:

- a) **Análisis de políticas actuales:** Se evaluarán en detalle las políticas y criterios utilizados en la evaluación crediticia, incluyendo la consideración de la experiencia crediticia previa del solicitante, la estabilidad laboral, el carácter y la disposición del solicitante para pagar la deuda. Se identificarán los puntos fuertes y debilidades de estas políticas en función de la efectividad y eficiencia en la toma de decisiones crediticias.
- b) **Procedimientos de evaluación:** Se revisarán los procedimientos específicos utilizados en el proceso de evaluación, incluyendo la verificación de ingresos, análisis de historial crediticio, evaluación de la estabilidad laboral y otros factores relevantes. Se identificarán áreas en las que los procedimientos pueden simplificarse o agilizarse sin comprometer la calidad de la evaluación crediticia.
- c) **Documentación y registro:** Se verificará la calidad de la documentación y el registro de los datos utilizados en la evaluación crediticia. Es importante garantizar la consistencia y precisión de la información registrada en los expedientes de los clientes, lo que facilita una evaluación eficiente y precisa.
- d) **Cumplimiento regulatorio:** Se evaluará el grado en que las políticas y procedimientos cumplen con las regulaciones y estándares de la industria financiera. En caso de que se identifiquen áreas de no conformidad, se realizarán las adaptaciones necesarias para garantizar el cumplimiento con todas las regulaciones aplicables.

Sistema de seguimiento y evaluación:

La implementación de un sistema de seguimiento continuo es esencial para mejorar el proceso de evaluación crediticia y reducir la deserción de clientes. Este sistema permitirá un monitoreo constante del comportamiento crediticio de los clientes después de la concesión del crédito. A continuación, se detallan los aspectos clave de este sistema:

- a) **Recopilación de datos:** Se establecerá una infraestructura que permita recopilar y almacenar datos relacionados con los clientes y su comportamiento crediticio. Esto incluirá información sobre pagos, saldos, uso del crédito y cualquier otro factor relevante.
- b) **Análisis de datos:** Se utilizarán herramientas de análisis de datos para evaluar el comportamiento de los clientes en relación con su crédito. Esto incluirá la identificación temprana de señales de riesgo, como pagos retrasados o un aumento en el endeudamiento.
- c) **Alertas y acciones preventivas:** Cuando se detecten señales de riesgo, se activarán alertas automáticas que informarán al equipo de riesgos y a los asesores de crédito. Estos profesionales podrán tomar medidas preventivas, como contactar al cliente, ofrecer opciones de refinanciamiento o proporcionar asesoramiento financiero.
- d) **Retroalimentación a procesos de evaluación:** Los datos recopilados y el análisis de retroalimentación se utilizarán para mejorar continuamente las políticas y procedimientos de evaluación crediticia. La retroalimentación en tiempo real permitirá realizar ajustes para minimizar los riesgos crediticios y mejorar la retención de clientes.

Programa de capacitación:

Para asegurar que el personal que participa en el proceso de evaluación crediticia esté plenamente capacitado y actualizado en las mejores prácticas y regulaciones del sector financiero, se establecerá un programa de capacitación. Aquí se detallan las principales características de este programa:

- a) **Contenido personalizado:** El programa de capacitación se adaptará a las necesidades y roles específicos de cada miembro del personal involucrado en la evaluación crediticia. Se ofrecerá capacitación personalizada a los asesores de crédito, analistas de riesgos y otros empleados relacionados.
- b) **Materiales y recursos actualizados:** Se proporcionarán materiales y recursos actualizados, incluyendo guías, manuales, documentación regulatoria y acceso a plataformas de capacitación en línea. Esto asegurará que el personal cuente con la información más actualizada.
- c) **Seminarios y talleres prácticos:** Se llevarán a cabo seminarios y talleres prácticos para permitir que el personal aplique los conocimientos adquiridos en situaciones de la vida real.

4.5.2.2. Estrategias para optimizar las condiciones del crédito y reducir la deserción de clientes en mi banco jaén

Análisis competitivo de tasas de interés:

Un análisis competitivo de las tasas de interés de Mi Banco Jaén en comparación con las ofertas de la competencia será un paso fundamental para optimizar las condiciones del crédito. A continuación, se describen y proponen las etapas clave de este proceso:

- a) **Recopilación de datos de competidores:** Se recopilarán y compararán los datos de tasas de interés ofrecidos por la competencia en productos crediticios similares. Esto incluirá tasas para préstamos personales, tarjetas de crédito y otros productos relevantes.
- b) **Evaluación de factores competitivos:** Además de las tasas de interés, se evaluarán otros factores que influyen en la decisión de los clientes, como los plazos de pago, las condiciones de refinanciamiento y las tarifas asociadas. Se compararán estos factores con los de la competencia.
- c) **Identificación de oportunidades:** Durante el análisis, se identificarán áreas en las que Mi Banco Jaén puede mejorar su competitividad. Esto podría incluir la reducción de tasas de interés, la simplificación de las estructuras de tarifas o la introducción de nuevos productos crediticios atractivos.

Ajuste de tasas de interés:

Basado en los hallazgos del análisis competitivo, Mi Banco Jaén tomará medidas para ajustar las tasas de interés en función de las necesidades del mercado y las expectativas de los clientes. Aquí se detallan las acciones relacionadas con este ajuste de propuesta:

- a) **Reducción de tasas para segmentos clave:** Para retener a los clientes con una buena categorización crediticia y atraer a nuevos clientes, Mi Banco Jaén considerará reducir las tasas de interés en productos específicos. Esto ayudará a mantener su base de clientes y atraer a personas que buscan condiciones crediticias favorables.

- b) **Estrategia de fijación de tarifas:** Se implementará una estrategia de fijación de tarifas que garantice que las tasas de interés sean competitivas sin comprometer la rentabilidad. Esto se logrará a través de un análisis detallado de los márgenes de interés y el costo de financiamiento.
- c) **Comunicación con clientes:** Mi Banco Jaén informará a sus clientes sobre los ajustes en las tasas de interés y cómo pueden beneficiarse de estas mejoras. La transparencia en la comunicación fortalecerá la relación con los clientes.

Ofertas de préstamos personalizados:

Una estrategia efectiva para retener a los clientes y atraer nuevos es ofrecer préstamos personalizados que se adapten a sus necesidades y capacidades de pago. A continuación, se describen las acciones relacionadas con esta estrategia:

- a) **Evaluación de perfiles de clientes:** Mi Banco Jaén llevará a cabo una evaluación más profunda de los perfiles y necesidades de sus clientes. Esto incluirá considerar sus ingresos, historial crediticio, metas financieras y circunstancias personales.
- b) **Desarrollo de ofertas personalizadas:** En función de la evaluación de perfiles, se desarrollarán ofertas de préstamos personalizados que se ajusten a las necesidades y capacidades de pago de los clientes. Estas ofertas pueden incluir opciones de plazo de pago, tasas de interés preferenciales y características específicas que satisfagan las necesidades de cada cliente.
- c) **Promoción y comunicación:** Las ofertas de préstamos personalizados se promocionarán de manera efectiva a través de canales de comunicación apropiados. Se utilizarán campañas de marketing dirigidas a clientes específicos, lo que aumentará la relevancia de las ofertas y fomentará su aceptación.

Estas acciones combinadas contribuirán a la mejora de las condiciones del crédito, lo que beneficiará tanto a los clientes como a Mi Banco Jaén al ofrecer tasas más competitivas y opciones de financiamiento personalizadas.

4.5.2.3. Estrategias para fortalecer la relación con los clientes y reducir la deserción de clientes en mi banco jaén

Comunicación efectiva:

Una comunicación efectiva es esencial para fortalecer la relación con los clientes. Mi Banco Jaén implementará una estrategia de comunicación que aborda las siguientes áreas:

- a) **Información clara y oportuna:** La entidad bancaria se comprometerá a proporcionar información clara y oportuna a los clientes sobre sus créditos. Esto incluirá detalles sobre tasas de interés, plazos de pago, fechas de vencimiento y cualquier otra información relevante. Los clientes podrán acceder fácilmente a sus estados de cuenta y detalles de sus préstamos a través de plataformas en línea y aplicaciones móviles.
- b) **Asesoramiento financiero:** Además de proporcionar información, Mi Banco Jaén ofrecerá asesoramiento financiero a los clientes. Los asesores financieros estarán disponibles para responder preguntas y brindar orientación sobre cómo administrar mejor sus finanzas personales. Esto ayudará a los clientes a comprender y gestionar sus obligaciones financieras.
- c) **Comunicación proactiva:** La entidad financiera implementará un sistema de comunicación proactiva para recordar a los clientes las fechas de vencimiento de sus pagos y proporcionarles consejos financieros útiles. Esto ayudará a prevenir retrasos en los pagos y fortalecerá la relación al demostrar interés en el bienestar financiero de los clientes.

Resolución de problemas y quejas:

Para abordar las inquietudes de los clientes de manera eficaz, Mi Banco Jaén establecerá un programa de resolución de problemas y quejas que se centrará en los siguientes aspectos:

- a) **Canal de quejas específico:** Se proporcionará un canal de quejas específico y de fácil acceso para que los clientes presenten sus inquietudes. Esto puede incluir una línea telefónica dedicada, un formulario en línea o un correo electrónico de servicio al cliente.

- b) **Respuestas rápidas:** La entidad se comprometerá a responder a las quejas y problemas de los clientes de manera rápida y eficaz. Se establecerán plazos para garantizar que las respuestas se proporcionen en un tiempo razonable.
- c) **Soluciones efectivas:** Mi Banco Jaén se esforzará por encontrar soluciones efectivas para las quejas y problemas presentados por los clientes. Esto puede incluir ajustes en los plazos de pago, acuerdos de refinanciamiento u otras soluciones personalizadas según la situación de cada cliente.

Personalización del servicio:

La personalización del servicio al cliente es esencial para fortalecer la relación a largo plazo. Mi Banco Jaén se centrará en lo siguiente:

- a) **Perfilado del cliente:** La entidad bancaria llevará a cabo un perfilado detallado de cada cliente, teniendo en cuenta sus preferencias, historial crediticio y objetivos financieros. Esto permitirá adaptar los productos y servicios a las necesidades específicas de cada cliente.
- b) **Ofertas personalizadas:** Basándose en el perfil del cliente, se ofrecerán ofertas personalizadas que se ajusten a sus necesidades. Estas ofertas pueden incluir opciones de préstamos con plazos y tasas de interés preferenciales, así como servicios adicionales que beneficien al cliente.
- c) **Seguimiento continuo:** Mi Banco Jaén establecerá un sistema de seguimiento continuo para evaluar la satisfacción del cliente y ajustar las ofertas y servicios en consecuencia. El seguimiento asegurará que la relación con el cliente evolucione de acuerdo con sus necesidades cambiantes.

La implementación de estas acciones fortalecerá significativamente la relación entre Mi Banco Jaén y sus clientes, fomentando la confianza, la satisfacción y la fidelidad a largo plazo.

V. DISCUSIÓN

En la investigación llevada a cabo se utilizó para la obtención de datos la metodología que consistió en dos técnicas: la encuesta y el análisis documental; éstas fueron aplicadas a través de los instrumentos el cuestionario, el cual fue para 15 trabajadores de la entidad financiera y 100 “clientes desertores” de la misma; la guía de análisis de documentos fue el recurso que se utilizó durante la revisión y evaluación de documentos para guiar y estandarizar el proceso de extracción de información relevante. Asimismo, los cuestionarios fueron validados por 3 expertos y también se realizó el análisis de fiabilidad, el cual indicó que era consistente la aplicación de estos instrumentos.

Respecto al primer objetivo específico el cual se centró en analizar cómo se está llevando a cabo el proceso de evaluación crediticia en Mi Banco Jaén; en este análisis se observaron patrones clave alineados y divergentes con estudios previos. Comparando con el estudio de Leal et al. (2023) que enfatizó la importancia de un modelo de evaluación crediticia flexible y actualizable, se encontró que Mi Banco Jaén efectivamente implementa un proceso riguroso para evaluar la solvencia de los clientes, similar a las prácticas recomendadas; no obstante, a diferencia de las estrategias más adaptativas mencionadas en el estudio, Mi Banco Jaén parece enfrentar desafíos en términos de flexibilidad y actualización de su sistema, lo que resalta una posible área de mejora.

El estudio llevado a cabo mostró que, aunque Mi Banco Jaén implementa procesos de análisis cualitativo, como la revisión de la experiencia crediticia y la estabilidad laboral, existe un desafío en la incorporación efectiva de análisis cuantitativos, particularmente en la evaluación de la capacidad de pago y la estabilidad de ingresos del solicitante.

Comparativamente, estudios como los de Landa et al. (2022) enfatizaron la importancia de un enfoque integrado que equilibre ambos aspectos de la evaluación. Los hallazgos que arrojó la investigación indican una posible brecha en este enfoque integrado en Mi Banco Jaén; aunque se aplican ciertos controles, estos parecen insuficientes en comparación con las prácticas recomendadas por estudios anteriores,

lo que podría llevar a decisiones de crédito que no reflejen adecuadamente el riesgo real.

Sin embargo, esta investigación identificó limitaciones en la evaluación crediticia de Mi Banco Jaén que no estaban presentes en el estudio de Hinostroza (2021) donde se señalaba la eficacia de los procedimientos de evaluación en bancos peruanos; esta discrepancia apunta a la necesidad de Mi Banco Jaén de reevaluar y actualizar sus prácticas para alinearlas con los estándares sectoriales actuales y mejorar la precisión en la evaluación de riesgos. También subrayaron la importancia de incorporar análisis cuantitativos robustos, como ratios financieras y modelos predictivos, para complementar la evaluación cualitativa y obtener una visión más completa del riesgo crediticio.

Considerando los avances en el sector bancario y las tendencias actuales, Mi Banco Jaén podría beneficiarse de la integración de enfoques innovadores en evaluación crediticia, como el uso de Big Data y Machine Learning, como ha demostrado en el estudio de Lima Lemos et al. (2022) ser efectivos para mejorar la precisión en la predicción del riesgo crediticio.

Este análisis sugiere la necesidad de fortalecer el proceso de evaluación crediticia en Mi Banco Jaén, incorporando un equilibrio más efectivo entre análisis cualitativos y cuantitativos; la implementación de tecnologías de análisis de datos y la capacitación del personal en métodos de evaluación más sofisticados podrían contribuir significativamente a mejorar la precisión en la evaluación del riesgo crediticio.

El segundo objetivo específico buscó evaluar la tasa de deserción de clientes en Mi Banco Jaén; la evaluación de la tasa de deserción de clientes en Mi Banco Jaén reveló desafíos particulares en la retención de clientes, lo que coincide parcialmente con los hallazgos de Lima Lemos et al. (2022) el estudio en un banco brasileño destacó la eficacia de los algoritmos de aprendizaje automático en predecir la pérdida de clientes, subrayando la importancia de analizar comportamientos previos. En Mi Banco Jaén, se observó que la deserción de clientes a menudo se correlaciona con deficiencias en la comunicación y la percepción de valor, lo que sugiere la necesidad de adoptar estrategias más sofisticadas, posiblemente tecnológicas, para anticipar y

mitigar estas tendencias.

Además, alineándose con el estudio de Wang et al. (2023) sobre la calificación crediticia personalizada, se percibe que Mi Banco Jaén podría beneficiarse de la incorporación de enfoques más individualizados en su relación con los clientes; la tendencia actual hacia la deserción de clientes indica una desconexión entre las necesidades del cliente y los servicios ofrecidos, una brecha que podría reducirse mediante un enfoque más personalizado.

Comparado con hallazgos en el contexto peruano, investigaciones como la de Hinostroza (2021) en el Banco Pichincha del Perú resaltan desafíos similares en la retención de clientes, subrayando la necesidad de estrategias centradas en el cliente para mejorar la satisfacción y reducir la deserción.

Paralelamente estudios como los de Sihuas (2023) en la Caja del Santa, en Chimbote, quien encontró una correlación positiva entre la evaluación crediticia y la percepción de morosidad en una institución financiera de Chimbote. En Mi Banco Jaén, la deserción de clientes parece estar menos influenciada por la percepción de morosidad y más por factores relacionados con la satisfacción del cliente y la competitividad en el mercado, destacando así áreas únicas de enfoque para la institución.

Para abordar la deserción de clientes, Mi Banco Jaén podría beneficiarse de estrategias dirigidas a mejorar la comunicación con los usuarios y personalizar los servicios ofrecidos; implementar sistemas de feedback y herramientas de CRM (Customer Relationship Management) podría proporcionar perspectivas valiosas para entender y responder mejor a las necesidades y expectativas de estos. También, es crucial que Mi Banco Jaén considere las particularidades culturales y económicas del mercado peruano.

Finalmente, para el tercer objetivo específico en el cual se planteó proponer estrategias y acciones para mejorar la evaluación crediticia y reducir la deserción de clientes en Mi Banco Jaén; estas recomendaciones siguen la línea de lo propuesto por Méndez (2021) quien enfatizó la importancia de adaptar las estrategias crediticias en respuesta a la pandemia de COVID-19, sugiriendo una mayor flexibilidad y un enfoque adaptado a las circunstancias cambiantes. Del mismo modo, se recomienda que Mi

Banco Jaén actualice sus prácticas de evaluación crediticia para ser más dinámicas y adaptativas a los contextos económicos actuales.

Asimismo, alineándose con el enfoque de Echegaray (2022) quien resaltó la necesidad de mejorar los procesos de evaluación crediticia en la banca peruana, las estrategias propuestas para Mi Banco Jaén se centran en la personalización y la optimización de los procesos para mejorar tanto la calidad de la cartera crediticia como la satisfacción del cliente; incluyendo la integración de estrategias que abordan tanto la evaluación crediticia como la retención de clientes puede ser más efectiva que abordar estos aspectos de forma aislada.

La propuesta para Mi Banco Jaén incluye la revisión de políticas de evaluación crediticia y el fortalecimiento de la relación con el cliente, aspectos que se han demostrado eficaces en estudios previos para mejorar tanto la evaluación del riesgo como la satisfacción y retención del usuario.

En consecuencia, se recomienda que Mi Banco Jaén adopte un enfoque holístico que combine la mejora en los procesos de evaluación crediticia con estrategias de marketing y CRM para mejorar la retención de clientes. Esto no solo mejorará la gestión del riesgo, sino que también aumentará la satisfacción del cliente, reduciendo así la tasa de deserción.

VI. CONCLUSIONES

1. El objetivo general; analizar la evaluación crediticia y la deserción de clientes en Mi Banco Jaén, el estudio concluye que la evaluación crediticia en Mi Banco Jaén se lleva a cabo de manera integral, aunque con ciertos aspectos susceptibles de mejora; la institución muestra un enfoque estructurado en la evaluación de la solvencia y la capacidad de pago de sus clientes, aplicando métodos tradicionales de análisis crediticio. Sin embargo, se identifica una oportunidad para incorporar en mayor medida análisis cuantitativos y tecnologías emergentes para una evaluación más precisa y eficiente del riesgo crediticio.
2. El primer objetivo específico; analizar cómo se está llevando a cabo el proceso de evaluación crediticia en Mi Banco Jaén, el estudio concluye que, aunque Mi Banco Jaén sigue prácticas estándar en la evaluación crediticia, existe un margen para mejorar la precisión y la eficacia de este proceso; esto incluye una mayor integración de análisis cuantitativos, así como la adopción de herramientas tecnológicas avanzadas para una evaluación más completa y dinámica del riesgo crediticio.
3. El segundo objetivo específico; evaluar la tasa de deserción de clientes en Mi Banco, Jaén, se concluye que la entidad bancaria enfrenta desafíos en términos de retención de clientes; a pesar de tener una base estable de usuarios, el banco podría beneficiarse significativamente de estrategias dirigidas a mejorar la satisfacción y la experiencia del cliente; esto incluye una mayor personalización de los servicios, una comunicación más efectiva y una respuesta más ágil a las inquietudes y necesidades de los clientes.
4. El tercer objetivo específico; proponer estrategias y acciones para mejorar la evaluación crediticia y reducir la deserción de clientes en Mi Banco Jaén, se concluye que la propuesta de estrategias y acciones para mejorar la evaluación crediticia y reducir la deserción de clientes; incluyen la revisión y actualización de políticas y procedimientos de evaluación crediticia, la implementación de un sistema de seguimiento y evaluación del comportamiento crediticio de los clientes, y la realización de programas de capacitación para el personal.

VII. RECOMENDACIONES

Se sugiere que la alta dirección de Mi Banco Jaén revise y actualice los procedimientos de evaluación crediticia; esto implica la integración de herramientas analíticas avanzadas y tecnologías emergentes como Big Data y Aprendizaje Automático para mejorar la precisión y eficiencia en la evaluación del riesgo crediticio; asimismo, se recomienda la implementación de capacitaciones continuas para el personal involucrado en la evaluación crediticia, enfocándose en las últimas tendencias y mejores prácticas en la gestión del riesgo.

Se recomienda que la alta dirección desarrolle estrategias orientadas a mejorar la satisfacción y la experiencia del cliente; esto incluye personalizar los servicios financieros según las necesidades de cada cliente y mejorar la comunicación a través de canales digitales; la adopción de un enfoque centrado en el cliente ayudará a reducir la tasa de deserción y aumentará la lealtad.

Se recomienda al gerente del Banco la implementación de un sistema proactivo de comunicación con los clientes para mantenerlos informados y asesorados sobre su situación crediticia y las opciones financieras disponibles; además, se sugiere establecer un sistema eficiente de atención y resolución de quejas y sugerencias, que permita abordar de manera efectiva las preocupaciones de los clientes y fomente una relación de confianza y transparencia.

Para una mejor gestión del riesgo crediticio, al área de riesgos y negocios se recomienda el establecimiento de un sistema de seguimiento que permita monitorear el comportamiento de los clientes después de la concesión del crédito; este sistema debe incluir alertas tempranas para identificar posibles incumplimientos y permitir intervenciones proactivas.

Se sugiere que Mi Banco Jaén inicie programas de educación financiera para sus clientes, con el objetivo de mejorar su entendimiento sobre productos financieros, gestión de deudas y responsabilidades crediticias; esto no solo mejorará la relación banco-cliente, sino que también contribuirá a la toma de decisiones financieras más informadas por parte de los clientes.

Se recomienda a los investigadores y académicos continuar realizando estudios

en áreas relacionadas con la evaluación crediticia y la gestión de la relación con el cliente en el sector bancario; investigaciones adicionales podrían explorar el impacto de las innovaciones tecnológicas en la eficiencia de la evaluación crediticia y en la mejora de la experiencia del cliente.

REFERENCIAS

- Aiken, L. R. (1985). Three coefficients for analyzing the reliability and validity of ratings. *Educational and Psychological Measurement*, 45(1), 131-142. <https://doi.org/10.1177/0013164485451012>
- Altman, E. I., & Saunders, A. (1997). Credit risk measurement: Developments over the last 20 years. *Journal of banking & finance*, 21(11-12), 1721-1742. [https://doi.org/10.1016/S0378-4266\(97\)00036-8](https://doi.org/10.1016/S0378-4266(97)00036-8)
- Banco Central de Reserva del Perú. (2023). *Reporte de Estabilidad Financiera – Mayo 2023*. BCRP. <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Estabilidad-Financiera/2023/mayo/ref-mayo-2023.pdf>
- Barrueta-Meza, R., J. Castillo-Villarreal, P. & Armas-Aguirre, J. (2018). Predictive Model to Determine Customer Desertion in Peruvian Banking Entities. *Congreso Internacional de Innovación y Tendencias en Ingeniería (CONIITI), Bogota, Colombia*, pp. 1-5. doi:10.1109/CONIITI.2018.8587084.
- Baya, LL (1995). *Sobre un gran servicio: un marco para la acción*. The Free Press.
- Berger, A. N., & Udell, G. F. (2004). The institutional memory hypothesis and the procyclicality of bank lending behavior. *Journal of financial intermediation*, 13(4), 458-495. <https://doi.org/10.1016/j.jfi.2004.06.006>
- Bester, H. (1985). Screening vs. rationing in credit markets with imperfect information. *The American economic review*, 75(4), 850-855. <https://www.jstor.org/stable/1821362>
- Bolton, R. N. (1998). A dynamic model of the duration of the customer's relationship with a continuous service provider: The role of satisfaction. *Marketing science*, 17(1), 45-65. <https://doi.org/10.1287/mksc.17.1.45>
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *psychometrika*, 16(3), 297-334. <https://link.springer.com/article/10.1007/bf02310555>
- De Lima Lemos, R. A., Silva, T. C., & Tabak, B. M. (2022). Propension to customer churn in a financial institution: a machine learning approach. *Neural Computing and Applications*. <https://doi.org/10.1007/s00521-022-07067-x>

- Draper-Rodi, J., Abbey, H., Brownhill, K., & Vogel, S. (2023). OSCAR (Osteopathic Single Case Research) – Assessing the effect of standard and biopsychosocial osteopathic management for patients with non-specific low back pain: Protocol for a Single Case Experimental Design (SCED). *International Journal of Osteopathic Medicine*, 100660. <https://doi.org/10.1016/j.ijosm.2023.100660>
- Echegaray Roldán, V. (2022). Riesgo de crédito: Evidencia en la banca múltiple peruana. *Bolentín De Coyuntura*, (32), 06–16. <https://doi.org/10.31243/bcoyu.32.2022.1601>
- Fica, A. L. L., Casanova, M. A. A., & Mardones, J. G. (2018). Análisis de riesgo crediticio, propuesta del modelo credit scoring. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 26(1), 181-207. <https://doi.org/10.18359/rfce.2666>
- Fondo Monetario Internacional (2022). *Informe Global de Estabilidad Financiera*. FMI. <https://www.imf.org/es/Publications/GFSR/Issues/2022/10/11/global-financial-stability-report-october-2022>
- Herbas Torrico, B.C. & Rocha Gonzales, E. A. (2018). Metodología científica para la realización de investigaciones de mercado e investigaciones sociales cuantitativas. *Revista Perspectivas*, (42), 123-160. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332018000200006&lng=es&tlng=es.
- Hernández-Ávila, C. E., & Escobar, N. A. C. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *Alerta, Revista científica del Instituto Nacional de Salud*, 2, 75-79.
- Hinostroza Hermoza, H. (2021). Gestión crediticia y la morosidad del Banco Pichincha del Perú, período 2019. *Quipukamayoc*, 29(59), 69-75. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1609-81962021000100069&script=sci_abstract&tlng=en
- Janashak Cadena, S. J. (2019). Qualitative research: interactions and experiences. *MedUNAB*, 22(3), 292–293. <https://doi.org/10.29375/01237047.3746>
- Jervis, R. H., Booth, H., Cronquist, A. B., Rounds, J., Alden, N. B., & Hedberg, C. W. (2019). Moving Away from Population-Based Case-Control Studies during Outbreak Investigations. *Journal of Food Protection*, 82(8), 1412–

1416. <https://doi.org/10.4315/0362-028x.jfp-19-077>

Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage publications.

Kutova, O. V., & Sahaidak-Nikitiuk, R. V. (2023). A methodical approach to the multi-criteria selection in the pharmaceutical technological research with quantitative factors. *News of Pharmacy*, 105(1), 38–43. <https://doi.org/10.24959/nphj.23.105>

Landa, J. P. A., Aburto, L. L. G., Rupaylla, R. V. Q., & Cayllahua, E. C. (2022). Evaluación del crédito en entidades microfinancieras peruanas. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 27(98), 634-648. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.98.16>

Méndez Cuevas, E. O. (2021). *Medidas para la evaluación de clientes mediante un perfil de riesgo frente a la pandemia del Covid-19, en el sector bancario de la Republica Dominicana. periodo 2021* [Tesis de maestría, Universidad APEC]. Biblioteca UNAPEC. https://bibliotecaunapec.blob.core.windows.net/tesis/TPG_CI_MAF_10_2021_ET210335.pdf

Ñaupas Paitán, H., Palacios Vileta, J. J., Romero Delgado, H. E., Valdivia Dueñas, M. R. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. Ediciones de la U.

Oppenheim, A. N. (2000). *Questionnaire design, interviewing and attitude measurement*. Bloomsbury Publishing.

Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International journal of morphology*, 35(1), 227-232. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>

Palella, S., & Martins, F. (2012). *Metodología de la investigación cuantitativa*. Venezuela: Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica de Venezuela.

Pasapera Bautista, A. K., & Romero Rivera, A. E. (2021). *El método de evaluación de créditos y la morosidad de Mibanco, Agencia Ayabaca departamento Piura año 2019* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Piura]. Repositorio UNP.

<http://repositorio.unp.edu.pe/handle/20.500.12676/3253>

- Pérez Vallenas, N. P., & Pérez Vallenas, M. (2019). *Evaluación crediticia y morosidad en clientes de Mi Banco, oficina principal Cusco 2019* [Tesis de licenciatura, Universidad Andina del Cusco]. Repositorio UANDINA. <https://hdl.handle.net/20.500.12557/3319>
- Reichheld, F. F., & Sasser, W. E. (1990). Zero defections: quality comes to services. *1990*, 68(5), 105-111.
- S&P Global Ratings. (2020). *Reporte sectorial de ESG: Bancos en América Latina*. Standard & Poor's Financial Services LLC. <https://www.spglobal.com/assets/documents/ratings/es/pdf/2020-02-12-reporte-sectorial-de-esg-bancos-en-america-latina.pdf>
- Stiglitz, J. E., & Weiss, A. (1981). Credit rationing in markets with imperfect information. *The American economic review*, 71(3), 393-410. <https://www.jstor.org/stable/1802787>
- Sucasaire Pilco, J. (2022). *Orientaciones para la selección y el cálculo del tamaño de la muestra de investigación*. Concytec.
- Thomas, L. C. (2000). A survey of credit and behavioural scoring: forecasting financial risk of lending to consumers. *International journal of forecasting*, 16(2), 149-172. [https://doi.org/10.1016/S0169-2070\(00\)00034-0](https://doi.org/10.1016/S0169-2070(00)00034-0)
- Useche, M. C., Artigas, W., Queipo, B., & Perozo, E. (2019). *Técnicas e instrumentos de recolección de datos cuali-cuantitativos*. Universidad de La Guajira.
- Velázquez, A. P. (2017). *Tipos de muestreo*. Centrogeo.
- Viswambharan, A. P., & Priya, K. R. (2015). Documentary analysis as a qualitative methodology to explore disaster mental health: insights from analysing a documentary on communal riots. *Qualitative Research*, 16(1), 43–59. <https://doi.org/10.1177/1468794114567494>
- Wang, C., Jiang, H., Jin, X. y Zhou, Z. (2023). Calificación crediticia del cliente mediante aprendizaje automático. *BGP Negocios y Gestión*, 36, 387–395. <https://doi.org/10.54691/bcpbm.v36i.3490>
- Wasti, S. P., Simkhada, P., van Teijlingen, E., Sathian, B., & Banerjee, I. (2022). The Growing Importance of Mixed-Methods Research in Health . *Nepal Journal of*

Epidemiology, 12(1), 1175–1178. <https://doi.org/10.3126/nje.v12i1.43633>

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of marketing*, 60(2), 31-46. <https://doi.org/10.1177/002224299606000203>

ANEXOS

ANEXO 1. MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable de Estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
Evaluación crediticia	La evaluación crediticia es el procedimiento mediante el cual una entidad financiera o prestamista examina la habilidad y voluntad de un solicitante para devolver un préstamo. Este proceso involucra la revisión de datos financieros y no financieros del solicitante, como su historial crediticio, ingresos, estabilidad en el empleo y otros aspectos pertinentes. La evaluación crediticia resulta fundamental para administrar el riesgo crediticio y adoptar decisiones de préstamo fundamentadas (Berger y Udell, 2004).	La evaluación crediticia se midió a través de una serie de indicadores cuantitativos y cualitativos relacionados con el solicitante y el préstamo propuesto. Los factores cualitativos incluyeron la estabilidad laboral del solicitante, su experiencia crediticia previa y su disposición para pagar la deuda. Estos se evaluaron mediante la revisión de los registros de empleo, los informes de crédito y las entrevistas personales. Los factores cuantitativos, por otro lado, incluyeron los ingresos regulares del solicitante, su nivel de endeudamiento actual y su historial de pagos. Estos se evaluaron mediante el análisis de los estados financieros del solicitante y los informes de crédito. Los resultados de esta evaluación se utilizaron para determinar la viabilidad del préstamo y gestionar el riesgo de crédito.	Análisis cualitativo del solicitante	Experiencia crediticia previa del solicitante.	Encuesta Análisis documental
				Estabilidad del empleo o negocio del solicitante.	
				Carácter y disposición del solicitante para pagar la deuda.	
			Análisis cuantitativo del solicitante	Ingresos regulares y estabilidad de los mismos.	
				Nivel de endeudamiento actual.	
				Historial de pagos y puntaje crediticio.	
			Condiciones del crédito	Términos y condiciones del préstamo (tasa de interés, plazo, etc.).	
				Propósito del préstamo.	
				Capacidad de pago del solicitante.	
Deserción de clientes	La deserción de clientes hace referencia a la acción de clientes que dejan de utilizar los servicios o productos de una empresa, lo que puede tener un impacto negativo en los ingresos y la rentabilidad de la empresa. Este fenómeno es una preocupación importante para las empresas, ya que la retención de clientes suele ser más rentable que la adquisición de nuevos clientes. Para abordar la deserción de clientes, es fundamental comprender las causas subyacentes y desarrollar estrategias efectivas de retención (Barrueta-Meza et al., 2018).	La deserción de clientes se midió mediante una encuesta en escala Likert que se centró en la satisfacción del cliente, la relación con el cliente y los factores externos que podrían influir en la decisión del cliente de dejar de hacer negocios con el banco. Se evaluó la satisfacción del cliente mediante preguntas sobre la calidad del servicio, la eficacia de la comunicación y la percepción del valor. La relación con el cliente se evaluó mediante preguntas sobre la frecuencia y calidad de las interacciones con el personal del banco. Los factores externos se evaluaron mediante preguntas sobre la percepción de la competencia y los cambios en las circunstancias económicas o personales.	Percepción de clientes	Calidad percibida del servicio o producto.	Encuesta Análisis documental
				Valor percibido (relación calidad-precio).	
				Cumplimiento de las expectativas del cliente.	
			Relación con el cliente	Comunicación efectiva con el cliente.	
				Resolución de problemas y quejas.	
				Personalización del servicio o producto.	
			Factores externos	Competencia y ofertas en el mercado.	
				Cambios en las circunstancias económicas o personales del cliente.	
				Cambios en las necesidades o preferencias del cliente.	

ANEXO 2. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problemas	Objetivos	Dimensiones	Variable	Diseño metodológico	Instrumento
<p>General: ¿Cómo mejorar la evaluación crediticia y reducir la deserción de clientes en Mi Banco Jaén?</p>	<p>General: Analizar la evaluación crediticia y la deserción de clientes en Mi Banco Jaén</p>	<p>Análisis cualitativo del solicitante, análisis cuantitativo del solicitante y condiciones del crédito.</p>			
<p>Específicos: ○ ¿Cómo se está llevando a cabo el proceso de evaluación crediticia en Mi Banco Jaén? ○ ¿Cuál es la tasa de deserción de clientes en Mi Banco Jaén? ○ ¿Qué estrategias y acciones podrían implementarse para mejorar la evaluación crediticia y reducir la deserción de clientes en Mi Banco Jaén?</p>	<p>Específicos: ○ Analizar cómo se está llevando a cabo el proceso de evaluación crediticia en Mi Banco Jaén ○ Evaluar la tasa de deserción de clientes en Mi Banco, Jaén ○ Proponer estrategias y acciones para mejorar la evaluación crediticia y reducir la deserción de clientes en Mi Banco Jaén</p>	<p>Percepción de clientes, relación con el cliente, factores externos.</p>	<p>Independiente: Evaluación crediticia</p> <p>Dependiente: Deserción de clientes</p>	<p>Tipo de investigación: investigación aplicada Diseño: no experimental Corte: transversal Nivel: descriptivo-propositivo Muestra: 15 trabajadores y 100 usuarios.</p>	<p style="text-align: center;">Cuestionario</p>

ANEXO 3. MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN

Problemas	Objetivos	Categoría	Sub Categoría	Códigos
¿Cómo se está llevando a cabo actualmente el proceso de evaluación crediticia en Mi Banco Jaén?	Analizar cómo se está llevando a cabo el proceso de evaluación crediticia en Mi Banco Jaén	Análisis cualitativo del solicitante	Experiencia crediticia previa del solicitante.	
			Estabilidad del empleo o negocio del solicitante.	
			Carácter y disposición del solicitante para pagar la deuda.	
		Análisis cuantitativo del solicitante	Ingresos regulares y estabilidad de los mismos.	
			Nivel de endeudamiento actual.	
			Historial de pagos y puntaje crediticio.	
		Condiciones del crédito	Términos y condiciones del préstamo (tasa de interés, plazo, etc.).	
			Propósito del préstamo.	
			Capacidad de pago del solicitante.	
¿Cuál es la tasa de deserción de clientes en Mi Banco Jaén?	Evaluar la tasa de deserción de clientes en Mi Banco, Jaén	Percepción de clientes	Calidad percibida del servicio o producto.	
			Valor percibido (relación calidad-precio).	
			Cumplimiento de las expectativas del cliente.	
		Relación con el cliente	Comunicación efectiva con el cliente.	
			Resolución de problemas y quejas.	
			Personalización del servicio o producto.	
		Factores externos	Competencia y ofertas en el mercado.	
			Cambios en las circunstancias económicas o personales del cliente.	
			Cambios en las necesidades o preferencias del cliente.	
¿Qué estrategias y acciones podrían implementarse para mejorar la	Proponer estrategias y acciones para mejorar la evaluación crediticia y reducir la deserción de clientes en Mi Banco Jaén	Análisis cualitativo del solicitante	Experiencia crediticia previa del solicitante.	
			Estabilidad del empleo o negocio del solicitante.	
			Carácter y disposición del solicitante para pagar la deuda.	

evaluación crediticia y reducir la deserción de clientes en Mi Banco Jaén?

Análisis cuantitativo del solicitante	Ingresos regulares y estabilidad de los mismos.	
	Nivel de endeudamiento actual.	
	Historial de pagos y puntaje crediticio.	
	Términos y condiciones del préstamo (tasa de interés, plazo, etc.).	
Condiciones del crédito	Propósito del préstamo.	
	Capacidad de pago del solicitante.	
Percepción de clientes	Calidad percibida del servicio o producto.	
	Valor percibido (relación calidad-precio).	
	Cumplimiento de las expectativas del cliente.	
Relación con el cliente	Comunicación efectiva con el cliente.	
	Resolución de problemas y quejas.	
	Personalización del servicio o producto.	
Factores externos	Competencia y ofertas en el mercado.	
	Cambios en las circunstancias económicas o personales del cliente.	
	Cambios en las necesidades o preferencias del cliente.	

ANEXO 4. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS
CUESTIONARIO PARA LA VARIABLE:

Estimado(a), se agradece su apertura a la participación de este cuestionario, el cual tiene un objetivo netamente académico. Este cuestionario es anónimo, por favor sírvase a indicar la frecuencia de acción marcando con una equis “X”, considerando la siguiente escala para cada enunciado:

Muy bajo (1); bajo (2); neutral (3); alto (4); muy alto (5)

Enunciado		1	2	3	4	5
Dimensión 1: análisis cualitativo del solicitante						
1	En nuestra evaluación crediticia, consideramos detalladamente la experiencia crediticia previa del solicitante.					
2	La experiencia crediticia previa del solicitante es un factor determinante en nuestra decisión crediticia.					
3	Consideramos la estabilidad del empleo o negocio del solicitante en nuestra evaluación crediticia.					
4	La estabilidad del empleo o negocio del solicitante juega un papel crítico en nuestras decisiones de crédito.					
5	Evaluamos el carácter y la disposición del solicitante para pagar la deuda.					
6	El carácter y la disposición del solicitante para pagar la deuda son factores cruciales en nuestras decisiones de crédito.					
Dimensión 2: análisis cuantitativo del solicitante						
7	Evaluamos los ingresos regulares y la estabilidad de los mismos del solicitante en nuestra evaluación crediticia.					
8	Los ingresos regulares y la estabilidad de los mismos son factores clave en nuestras decisiones de crédito.					
9	Consideramos el nivel de endeudamiento actual del solicitante en nuestra evaluación crediticia.					
10	El nivel de endeudamiento actual es un factor determinante en nuestras decisiones de crédito.					
11	Evaluamos el historial de pagos y el puntaje crediticio del solicitante en nuestra evaluación crediticia.					
12	El historial de pagos y el puntaje crediticio son factores imprescindibles en nuestras decisiones de crédito.					

Dimensión 3: condiciones del crédito						
13	Los términos y condiciones del préstamo se establecen claramente en nuestra evaluación crediticia.					
14	Los términos y condiciones del préstamo (tasa de interés, plazo, etc.) son factores cruciales en nuestras decisiones de crédito.					
15	Consideramos el propósito del préstamo en nuestra evaluación crediticia.					
16	El propósito del préstamo es un factor importante en nuestras decisiones de crédito.					
17	Evaluamos la capacidad de pago del solicitante en nuestra evaluación crediticia.					
18	La capacidad de pago del solicitante es un factor decisivo en nuestras decisiones de crédito.					

¡Muchas gracias por su participación!

CUESTIONARIO PARA LA VARIABLE: DESERCIÓN DE CLIENTES

Estimado(a), se agradece su apertura a la participación de este cuestionario, el cual tiene un objetivo netamente académico. Este cuestionario es anónimo, por favor sírvase a indicar la frecuencia de acción marcando con una equis "X", considerando la siguiente escala para cada enunciado:

Muy bajo (1); bajo (2); neutral (3); alto (4); muy alto (5)

N°		1	2	3	4	5
Dimensión 1: percepción de clientes						
1	Estoy satisfecho con la calidad del servicio o producto que recibo de Mi Banco Jaén.					
2	La calidad del servicio o producto que recibo de Mi Banco Jaén cumple con mis expectativas.					
3	Creo que el valor que recibo de los servicios o productos de Mi Banco Jaén es igual o superior al costo.					
4	Estoy satisfecho con la relación calidad-precio de los servicios o productos de Mi Banco Jaén.					
5	Mi Banco Jaén cumple con mis expectativas en términos de servicio y producto.					
6	Los servicios y productos de Mi Banco Jaén están alineados con lo que esperaba.					
Dimensión 2: relación con el cliente						
7	Recibo información clara y comprensible de Mi Banco Jaén.					
8	Estoy satisfecho con la comunicación que recibo de Mi Banco Jaén.					
9	Mi Banco Jaén maneja eficientemente cualquier problema o queja que tengo.					
10	Estoy satisfecho con la forma en que Mi Banco Jaén resuelve los problemas o quejas.					
11	Siento que los servicios o productos de Mi Banco Jaén están personalizados para satisfacer mis necesidades.					
12	Valoro la personalización de los servicios o productos de Mi Banco Jaén.					
Dimensión 3: factores externos						
13	Creo que las ofertas de la competencia son más atractivas que las de Mi Banco Jaén.					

14	Consideraría cambiar a otro banco debido a las ofertas competitivas en el mercado.					
15	Mis circunstancias económicas o personales podrían influir en mi decisión de continuar siendo cliente de Mi Banco Jaén.					
16	He considerado dejar Mi Banco Jaén debido a cambios en mis circunstancias económicas o personales.					
17	Mis necesidades o preferencias han cambiado desde que me convertí en cliente de Mi Banco Jaén.					
18	Consideraría dejar Mi Banco Jaén si no cumple con mis necesidades o preferencias cambiantes.					

¡Muchas gracias por su participación!

GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL

VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	DOCUMENTACIÓN A EVALUAR	PRETENDE MEDIR
Evaluación Crediticia	Análisis cualitativo del solicitante	Experiencia crediticia previa del solicitante.	Manual y Metodología Crediticia.	Nivel de riesgo crediticio en solicitante
		Estabilidad del empleo o negocio del solicitante.		
		Carácter y disposición del solicitante para pagar la deuda.		
	Análisis cuantitativo del solicitante	Ingresos regulares y estabilidad de los mismos.	Manual de Procedimientos de Riesgo de Crédito.	Solvencia económica (Flujo de efectivo del cliente, puntualidad en sus cuentas por pagar en fechas indicadas y/o obligaciones financieras)
		Nivel de endeudamiento actual.		
		Historial de pagos y puntaje crediticio.		
	Condiciones del crédito	Términos y condiciones del préstamo (tasa de interés, plazo, etc.).	Catálogo de productos.	Capital social del cliente y/o acumulación patrimonial
		Propósito del préstamo.		
		Capacidad de pago del solicitante.		

GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL

VARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	DOCUMENTACIÓN A EVALUAR	PRETENDE MEDIR
Deserción de clientes.	Percepción de clientes	Calidad percibida del servicio o producto.	<ul style="list-style-type: none"> Reporte de Clientes desertores del mes. Reporte de Cliente inactivos. Reporte de Clientes con segmentación favorables y no favorable. Clientes morosos 	Perdida continua de clientes aptos para ser renovados
		Valor percibido (relación calidad-precio).		
		Cumplimiento de las expectativas del cliente.		
	Relación con el cliente	Comunicación efectiva con el cliente.		
		Resolución de problemas y quejas.		
		Personalización del servicio o producto.		
	Factores externos	Competencia y ofertas en el mercado.		
		Cambios en las circunstancias económicas o personales del cliente.		
		Cambios en las necesidades o preferencias del cliente.		

GUIA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	DOCUMENTACIÓN A EVALUAR	PRETENDE MEDIR
Proceso de evaluación crediticia y deserción de clientes en Mi Banco, Jaén.	Diseñar estrategias de gestión para mejorar la evaluación crediticia, así mismo reducir la deserción crediticia	<ul style="list-style-type: none">▪ Metas▪ Políticas▪ Programas	<ul style="list-style-type: none">• Revisar literatura para desarrollar la propuesta	Cómo incide el proceso de evaluación crediticia en la deserción de clientes de Mi Banco, Jaén.

*Este objetivo es la propuesta o el valor agregado del investigador (Solución tentativa al problema de investigación).

ANEXO 5. VALIDEZ DE INSTRUMENTOS

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento guía de entrevista. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Carlos Yhosman Quiroz Carrasco
Grado profesional:	Maestría (x) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa () Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	CONTABILIDAD
Institución donde labora:	Municipalidad Distrital San José del Alto
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (x)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Tesis de maestría "Gestión administrativa y control interno en la Gerencia de administración y Finanzas en la Municipalidad Provincial de Hualgayoc, Cajamarca, 2020.



2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala)

Nombre de la Prueba:	Entrevista "Proceso de evaluación crediticia y deserción de clientes en Mi Banco, Jaén."
Autores:	Díaz Becerra Víctor Alonso Huamán Guevara Luis Alex
Procedencia:	Jaén – Cajamarca
Administración:	-
Tiempo de aplicación:	20 minutos por persona.
Ámbito de aplicación:	Jaén – Cajamarca
Significación:	La encuesta está conformada por las siguientes dimensiones: Análisis cualitativo del solicitante, Análisis cuantitativo del solicitante, Condiciones del crédito, Percepción de clientes, Relación con el cliente, Factores externos

4. **Soporte teórico**

- **EVALUACIÓN CREDITICIA**

La evaluación crediticia es el procedimiento mediante el cual una entidad financiera o prestamista examina la habilidad y voluntad de un solicitante para devolver un préstamo. Este proceso involucra la revisión de datos financieros y no financieros del solicitante, como su historial crediticio, ingresos, estabilidad en el empleo y otros aspectos pertinentes. (Berger y Udell, 2004).

- **DESERCIÓN DE CLIENTES**

La deserción de clientes hace referencia a la acción de clientes que dejan de utilizar los servicios o productos de una empresa, lo que puede tener un impacto negativo en los ingresos y la rentabilidad de la empresa. Este fenómeno es una preocupación importante para las empresas, ya que la retención de clientes suele ser más rentable que la adquisición de nuevos clientes. (Barrueta-Meza et al., 2018).

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
EVALUACIÓN CREDITICIA	1. Análisis cualitativo del solicitante.	1. Se refiere a la evaluación subjetiva y contextual de la información relacionada con un individuo o una entidad que solicita un préstamo. En contraste con el análisis cuantitativo, que se basa en números y datos numéricos como ingresos, historial crediticio, puntajes crediticios, etc.
	2. Análisis cuantitativo del solicitante.	2. Implica la evaluación objetiva y numérica de datos financieros y estadísticos relacionados con la persona o entidad que busca obtener un préstamo. Este tipo de análisis se centra en información concreta y cuantificable, utilizando métricas y cifras para determinar la solvencia, capacidad de pago y riesgo crediticio
	3. Condiciones del crédito.	3. Se refieren a los términos y detalles específicos bajo los cuales se otorga un préstamo o una línea de crédito. Estas condiciones abarcan una serie de elementos que incluyen: (Tasa de interés)
DESERCIÓN DE CLIENTES	4. Percepción de clientes.	4. Se refiere a la imagen, opiniones, creencias, ideas y sentimientos que tienen los clientes hacia una marca, producto, servicio o empresa en particular.
	5. Relación con el cliente.	5. Se refiere a la interacción, conexión y compromiso que una empresa establece con sus clientes a lo largo del tiempo.
	6. Factores externos	6. son aquellos elementos o condiciones que están fuera del control directo de la institución financiera, pero que afectan la capacidad o disposición del cliente para ser parte de esa entidad.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "Proceso de Clasificación Crediticia y Categorización del Deudor en mi Banco Jaén". De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /ejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Análisis cualitativo del solicitante.
 - Objetivos de la Dimensión: comprender mejor la historia financiera y las circunstancias personales del solicitante más allá de los números. Puede involucrar aspectos como la estabilidad laboral, la trayectoria profesional, la experiencia en el manejo de deudas anteriores, y cualquier evento significativo que pueda afectar la capacidad de pago.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Experiencia crediticia previa del solicitante.	En nuestra evaluación crediticia, consideramos detalladamente la experiencia crediticia previa del solicitante.	4			
	La experiencia crediticia previa del solicitante es un factor determinante en nuestra decisión crediticia.	4			
Estabilidad del empleo o negocio del solicitante.	Consideramos la estabilidad del empleo o negocio del solicitante en nuestra evaluación crediticia.	4			
	La estabilidad del empleo o negocio del solicitante juega un papel crítico en nuestras decisiones de crédito.	4			
Carácter y disposición del solicitante para pagar la deuda.	Evaluamos el carácter y la disposición del solicitante para pagar la deuda.	4			
	El carácter y la disposición del solicitante para pagar la deuda son factores cruciales en nuestras decisiones de crédito.		3		

Dimensiones del instrumento:

- Segunda dimensión: Análisis cuantitativo del solicitante.
- Objetivos de la Dimensión: determinar si el solicitante tiene la capacidad financiera para cumplir con las obligaciones del préstamo. Esto implica analizar sus ingresos, flujos de efectivo, deudas actuales, historial crediticio y otros factores.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Ingresos regulares y estabilidad de los mismos.	Evaluamos los ingresos regulares y la estabilidad de los mismos del solicitante en nuestra evaluación crediticia.	4			
	Los ingresos regulares y la estabilidad de los mismos son factores clave en nuestras decisiones de crédito.	4			
Nivel de endeudamiento actual.	Consideramos el nivel de endeudamiento actual del solicitante en nuestra evaluación crediticia.	4			
	El nivel de endeudamiento actual es un factor determinante en nuestras decisiones de crédito.	4			
Historial de pagos y puntaje crediticio.	Evaluamos el historial de pagos y el puntaje crediticio del solicitante en nuestra evaluación crediticia.	4			
	El historial de pagos y el puntaje crediticio son factores imprescindibles en nuestras decisiones de crédito.	4			

Dimensiones del instrumento:

- Tercera dimensión: Condiciones del crédito.
- Objetivos de la Dimensión: evaluar los términos y condiciones específicas del préstamo o crédito propuesto. Este análisis es crucial para comprender y determinar si las condiciones del crédito son favorables, adecuadas y viables para ambas partes

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Términos y condiciones del préstamo (tasa de interés, plazo, etc.).	Los términos y condiciones del préstamo se establecen claramente en nuestra evaluación crediticia.	4			
	Los términos y condiciones del préstamo (tasa de interés, plazo, etc.) son factores cruciales en nuestras decisiones de crédito.	4			
Propósito del préstamo.	Consideramos el propósito del préstamo en nuestra evaluación crediticia.	4			
	El propósito del préstamo es un factor importante en nuestras decisiones de crédito.	4			
Capacidad de pago del solicitante.	Evaluamos la capacidad de pago del solicitante en nuestra evaluación crediticia.	4			
	La capacidad de pago del solicitante es un factor decisivo en nuestras decisiones de crédito.	4			

Dimensiones del instrumento:

- Cuarta dimensión: Percepción de clientes
- Objetivos de la Dimensión: Comprender cómo los clientes perciben los productos, servicios, la marca o la experiencia que ofrece una empresa.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Calidad percibida del servicio o producto.	Estoy satisfecho con la calidad del servicio o producto que recibo de Mi Banco Jaén.	4			
	La calidad del servicio o producto que recibo de Mi Banco Jaén cumple con mis expectativas.	4			
Valor percibido (relación calidad-precio).	Creo que el valor que recibo de los servicios o productos de Mi Banco Jaén es igual o superior al costo.	4			
	Estoy satisfecho con la relación calidad-precio de los servicios o productos de Mi Banco Jaén.	4			
Cumplimiento de las expectativas del cliente.	Mi Banco Jaén cumple con mis expectativas en términos de servicio y producto.	4			
	Los servicios y productos de Mi Banco Jaén están alineados con lo que esperaba.	4			

Dimensiones del instrumento:

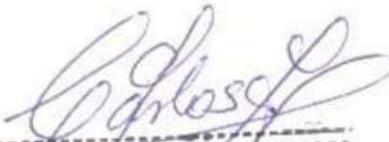
- Quinta dimensión: Relación con el cliente
- Objetivos de la Dimensión: Comprender y mejorar la interacción, la experiencia y la satisfacción del cliente con los servicios financieros ofrecidos por la institución.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Comunicación efectiva con el cliente.	Recibo información clara y comprensible de Mi Banco Jaén.	4			
	Estoy satisfecho con la comunicación que recibo de Mi Banco Jaén.		3		
Resolución de problemas y quejas.	Mi Banco Jaén maneja eficientemente cualquier problema o queja que tengo.	4			
	Estoy satisfecho con la forma en que Mi Banco Jaén resuelve los problemas o quejas.	4			
Personalización del servicio o producto.	Siento que los servicios o productos de Mi Banco Jaén están personalizados para satisfacer mis necesidades.	4			
	Valoro la personalización de los servicios o productos de Mi Banco Jaén.	4			

Dimensiones del instrumento:

- Sexta dimensión: Factores externos
- Objetivos de la Dimensión: Analizar que factores externos son los que mas impactan en los clientes de la insritucion.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Competencia y ofertas en el mercado.	Creo que las ofertas de la competencia son más atractivas que las de Mi Banco Jaén.	4			
	Consideraría cambiar a otro banco debido a las ofertas competitivas en el mercado.	4			
Cambios en las circunstancias económicas o personales del cliente.	Mis circunstancias económicas o personales podrían influir en mi decisión de continuar siendo cliente de Mi Banco Jaén.	4			
	He considerado dejar Mi Banco Jaén debido a cambios en mis circunstancias económicas o personales.	4			
Cambios en las necesidades o preferencias del cliente.	Mis necesidades o preferencias han cambiado desde que me convertí en cliente de Mi Banco Jaén.		3		
	Consideraría dejar Mi Banco Jaén si no cumple con mis necesidades o preferencias cambiantes.	4			



CPC. CARLOS Y. QUIROZ CARRASCO
MAT. 02-9079
COLEGIO DE CONTADORES LA LIBERTAD

Firma del evaluador
DNI: 47592653

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkás et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkás et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento guía de entrevista. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	José Anner Salazar Saldivar
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa () Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Contabilidad
Institución donde labora:	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.



2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala)

Nombre de la Prueba:	Entrevista "Proceso de evaluación crediticia y deserción de clientes en Mi Banco, Jaén."
Autores:	Díaz Becerra Víctor Alonso Huamán Guevara Luis Alex
Procedencia:	Jaén – Cajamarca
Administración:	-
Tiempo de aplicación:	20 minutos por persona.
Ámbito de aplicación:	Jaén – Cajamarca
Significación:	La encuesta está conformada por las siguientes dimensiones: Análisis cualitativo del solicitante, Análisis cuantitativo del solicitante, Condiciones del crédito, Percepción de clientes, Relación con el cliente, Factores externos

4. **Soporte teórico**

- **EVALUACIÓN CREDITICIA**

La evaluación crediticia es el procedimiento mediante el cual una entidad financiera o prestamista examina la habilidad y voluntad de un solicitante para devolver un préstamo. Este proceso involucra la revisión de datos financieros y no financieros del solicitante, como su historial crediticio, ingresos, estabilidad en el empleo y otros aspectos pertinentes. (Berger y Udell, 2004).

- **DESERCIÓN DE CLIENTES**

La deserción de clientes hace referencia a la acción de clientes que dejan de utilizar los servicios o productos de una empresa, lo que puede tener un impacto negativo en los ingresos y la rentabilidad de la empresa. Este fenómeno es una preocupación importante para las empresas, ya que la retención de clientes suele ser más rentable que la adquisición de nuevos clientes. (Barrueta-Meza et al., 2018).

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
EVALUACIÓN CREDITICIA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis cualitativo del solicitante. 2. Análisis cuantitativo del solicitante. 3. Condiciones del crédito. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se refiere a la evaluación subjetiva y contextual de la información relacionada con un individuo o una entidad que solicita un préstamo. En contraste con el análisis cuantitativo, que se basa en números y datos numéricos como ingresos, historial crediticio, puntajes crediticios, etc. 2. Implica la evaluación objetiva y numérica de datos financieros y estadísticos relacionados con la persona o entidad que busca obtener un préstamo. Este tipo de análisis se centra en información concreta y cuantificable, utilizando métricas y cifras para determinar la solvencia, capacidad de pago y riesgo crediticio 3. Se refieren a los términos y detalles específicos bajo los cuales se otorga un préstamo o una línea de crédito. Estas condiciones abarcan una serie de elementos que incluyen: (Tasa de interés)
DESERCIÓN DE CLIENTES	<ol style="list-style-type: none"> 4. Percepción de clientes. 5. Relación con el cliente. 6. Factores externos 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Se refiere a la imagen, opiniones, creencias, ideas y sentimientos que tienen los clientes hacia una marca, producto, servicio o empresa en particular. 5. Se refiere a la interacción, conexión y compromiso que una empresa establece con sus clientes a lo largo del tiempo. 6. son aquellos elementos o condiciones que están fuera del control directo de la institución financiera, pero que afectan la capacidad o disposición del cliente para ser parte de esa entidad.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "Proceso de Clasificación Crediticia y Categorización del Deudor en mi Banco Jaén". De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Análisis cualitativo del solicitante.
 - Objetivos de la Dimensión: comprender mejor la historia financiera y las circunstancias personales del solicitante más allá de los números. Puede involucrar aspectos como la estabilidad laboral, la trayectoria profesional, la experiencia en el manejo de deudas anteriores, y cualquier evento significativo que pueda afectar la capacidad de pago.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Experiencia crediticia previa del solicitante.	En nuestra evaluación crediticia, consideramos detalladamente la experiencia crediticia previa del solicitante.	4			
	La experiencia crediticia previa del solicitante es un factor determinante en nuestra decisión crediticia.	4			
Estabilidad del empleo o negocio del solicitante.	Consideramos la estabilidad del empleo o negocio del solicitante en nuestra evaluación crediticia.	4			
	La estabilidad del empleo o negocio del solicitante juega un papel crítico en nuestras decisiones de crédito.	4			
Carácter y disposición del solicitante para pagar la deuda.	Evaluamos el carácter y la disposición del solicitante para pagar la deuda.	4			
	El carácter y la disposición del solicitante para pagar la deuda son factores cruciales en nuestras decisiones de crédito.	4			

Dimensiones del instrumento:

- Segunda dimensión: Análisis cuantitativo del solicitante.
- Objetivos de la Dimensión: determinar si el solicitante tiene la capacidad financiera para cumplir con las obligaciones del préstamo. Esto implica analizar sus ingresos, flujos de efectivo, deudas actuales, historial crediticio y otros factores.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Ingresos regulares y estabilidad de los mismos.	Evaluamos los ingresos regulares y la estabilidad de los mismos del solicitante en nuestra evaluación crediticia.	4			
	Los ingresos regulares y la estabilidad de los mismos son factores clave en nuestras decisiones de crédito.	4			
Nivel de endeudamiento actual.	Consideramos el nivel de endeudamiento actual del solicitante en nuestra evaluación crediticia.	4			
	El nivel de endeudamiento actual es un factor determinante en nuestras decisiones de crédito.	4			
Historial de pagos y puntaje crediticio.	Evaluamos el historial de pagos y el puntaje crediticio del solicitante en nuestra evaluación crediticia.	4			
	El historial de pagos y el puntaje crediticio son factores imprescindibles en nuestras decisiones de crédito.	4			

Dimensiones del instrumento:

- Tercera dimensión: Condiciones del crédito.
- Objetivos de la Dimensión: evaluar los términos y condiciones específicas del préstamo o crédito propuesto. Este análisis es crucial para comprender y determinar si las condiciones del crédito son favorables, adecuadas y viables para ambas partes

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Términos y condiciones del préstamo (tasa de interés, plazo, etc.).	Los términos y condiciones del préstamo se establecen claramente en nuestra evaluación crediticia.	4			
	Los términos y condiciones del préstamo (tasa de interés, plazo, etc.) son factores cruciales en nuestras decisiones de crédito.	4			
Propósito del préstamo.	Consideramos el propósito del préstamo en nuestra evaluación crediticia.	4			
	El propósito del préstamo es un factor importante en nuestras decisiones de crédito.	4			
Capacidad de pago del solicitante.	Evaluamos la capacidad de pago del solicitante en nuestra evaluación crediticia.	4			
	La capacidad de pago del solicitante es un factor decisivo en nuestras decisiones de crédito.	4			

Dimensiones del instrumento:

- Cuarta dimensión: Percepción de clientes
- Objetivos de la Dimensión: Comprender cómo los clientes perciben los productos, servicios, la marca o la experiencia que ofrece una empresa.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Calidad percibida del servicio o producto.	Estoy satisfecho con la calidad del servicio o producto que recibo de Mi Banco Jaén.	4			
	La calidad del servicio o producto que recibo de Mi Banco Jaén cumple con mis expectativas.	4			
Valor percibido (relación calidad-precio).	Creo que el valor que recibo de los servicios o productos de Mi Banco Jaén es igual o superior al costo.	4			
	Estoy satisfecho con la relación calidad-precio de los servicios o productos de Mi Banco Jaén.	4			
Cumplimiento de las expectativas del cliente.	Mi Banco Jaén cumple con mis expectativas en términos de servicio y producto.	4			
	Los servicios y productos de Mi Banco Jaén están alineados con lo que esperaba.	4			

Dimensiones del instrumento:

- Quinta dimensión: Relación con el cliente
- Objetivos de la Dimensión: Comprender y mejorar la interacción, la experiencia y la satisfacción del cliente con los servicios financieros ofrecidos por la institución.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Comunicación efectiva con el cliente.	Recibo información clara y comprensible de Mi Banco Jaén.	4			
	Estoy satisfecho con la comunicación que recibo de Mi Banco Jaén.	4			
Resolución de problemas y quejas.	Mi Banco Jaén maneja eficientemente cualquier problema o queja que tengo.	4			
	Estoy satisfecho con la forma en que Mi Banco Jaén resuelve los problemas o quejas.	4			
Personalización del servicio o producto.	Siento que los servicios o productos de Mi Banco Jaén están personalizados para satisfacer mis necesidades.	4			
	Valoro la personalización de los servicios o productos de Mi Banco Jaén.	4			

Dimensiones del instrumento:

- Sexta dimensión: Factores externos
- Objetivos de la Dimensión: Analizar que factores externos son los que mas impactan en los clientes de la insritucion.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Competencia y ofertas en el mercado.	Creo que las ofertas de la competencia son más atractivas que las de Mi Banco Jaén.	4			
	Consideraría cambiar a otro banco debido a las ofertas competitivas en el mercado.	4			
Cambios en las circunstancias económicas o personales del cliente.	Mis circunstancias económicas o personales podrían influir en mi decisión de continuar siendo cliente de Mi Banco Jaén.	4			
	He considerado dejar Mi Banco Jaén debido a cambios en mis circunstancias económicas o personales.	4			
Cambios en las necesidades o preferencias del cliente.	Mis necesidades o preferencias han cambiado desde que me convertí en cliente de Mi Banco Jaén.	4			
	Consideraría dejar Mi Banco Jaén si no cumple con mis necesidades o preferencias cambiantes.	4			



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO





MIG. JOSÉ A. SALAZAR SALDIVAR
CPC MAT 04-4504
DNI 47913930

Firma del evaluador

DNI: 47913930

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento guía de entrevista. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Ángel Saul Hernández Monteza
Grado profesional:	Maestría (x) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa () Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	CONTABILIDAD
Institución donde labora:	UGEL Utcubamba
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (x)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.



2. **Propósito de la evaluación:**

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. **Datos de la escala** (Colocar nombre de la escala)

Nombre de la Prueba:	Entrevista "Proceso de evaluación crediticia y deserción de clientes en Mi Banco, Jaén."
Autores:	Díaz Becerra Víctor Alonso Huamán Guevara Luis Alex
Procedencia:	Jaén – Cajamarca
Administración:	-
Tiempo de aplicación:	20 minutos por persona.
Ámbito de aplicación:	Jaén – Cajamarca
Significación:	La encuesta está conformada por las siguientes dimensiones: Análisis cualitativo del solicitante, Análisis cuantitativo del solicitante, Condiciones del crédito, Percepción de clientes, Relación con el cliente, Factores externos

4. **Soporte teórico**

- **EVALUACIÓN CREDITICIA**

La evaluación crediticia es el procedimiento mediante el cual una entidad financiera o prestamista examina la habilidad y voluntad de un solicitante para devolver un préstamo. Este proceso involucra la revisión de datos financieros y no financieros del solicitante, como su historial crediticio, ingresos, estabilidad en el empleo y otros aspectos pertinentes. (Berger y Udell, 2004).

- **DESERCIÓN DE CLIENTES**

La deserción de clientes hace referencia a la acción de clientes que dejan de utilizar los servicios o productos de una empresa, lo que puede tener un impacto negativo en los ingresos y la rentabilidad de la empresa. Este fenómeno es una preocupación importante para las empresas, ya que la retención de clientes suele ser más rentable que la adquisición de nuevos clientes. (Barrueta-Meza et al., 2018).

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
EVALUACIÓN CREDITICIA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis cualitativo del solicitante. 2. Análisis cuantitativo del solicitante. 3. Condiciones del crédito. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se refiere a la evaluación subjetiva y contextual de la información relacionada con un individuo o una entidad que solicita un préstamo. En contraste con el análisis cuantitativo, que se basa en números y datos numéricos como ingresos, historial crediticio, puntajes crediticios, etc. 2. Implica la evaluación objetiva y numérica de datos financieros y estadísticos relacionados con la persona o entidad que busca obtener un préstamo. Este tipo de análisis se centra en información concreta y cuantificable, utilizando métricas y cifras para determinar la solvencia, capacidad de pago y riesgo crediticio 3. Se refieren a los términos y detalles específicos bajo los cuales se otorga un préstamo o una línea de crédito. Estas condiciones abarcan una serie de elementos que incluyen: (Tasa de interés)
DESERCIÓN DE CLIENTES	<ol style="list-style-type: none"> 4. Percepción de clientes. 5. Relación con el cliente. 6. Factores externos 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Se refiere a la imagen, opiniones, creencias, ideas y sentimientos que tienen los clientes hacia una marca, producto, servicio o empresa en particular. 5. Se refiere a la interacción, conexión y compromiso que una empresa establece con sus clientes a lo largo del tiempo. 6. son aquellos elementos o condiciones que están fuera del control directo de la institución financiera, pero que afectan la capacidad o disposición del cliente para ser parte de esa entidad.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "Proceso de Clasificación Crediticia y Categorización del Deudor en mi Banco Jaén". De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Análisis cualitativo del solicitante.
 - Objetivos de la Dimensión: comprender mejor la historia financiera y las circunstancias personales del solicitante más allá de los números. Puede involucrar aspectos como la estabilidad laboral, la trayectoria profesional, la experiencia en el manejo de deudas anteriores, y cualquier evento significativo que pueda afectar la capacidad de pago.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Experiencia crediticia previa del solicitante.	En nuestra evaluación crediticia, consideramos detalladamente la experiencia crediticia previa del solicitante.	4			
	La experiencia crediticia previa del solicitante es un factor determinante en nuestra decisión crediticia.	4			
Estabilidad del empleo o negocio del solicitante.	Consideramos la estabilidad del empleo o negocio del solicitante en nuestra evaluación crediticia.	4			
	La estabilidad del empleo o negocio del solicitante juega un papel crítico en nuestras decisiones de crédito.	4			
Carácter y disposición del solicitante para pagar la deuda.	Evaluamos el carácter y la disposición del solicitante para pagar la deuda.	4			
	El carácter y la disposición del solicitante para pagar la deuda son factores cruciales en nuestras decisiones de crédito.	4			

Dimensiones del instrumento:

- Segunda dimensión: Análisis cuantitativo del solicitante.
- Objetivos de la Dimensión: determinar si el solicitante tiene la capacidad financiera para cumplir con las obligaciones del préstamo. Esto implica analizar sus ingresos, flujos de efectivo, deudas actuales, historial crediticio y otros factores.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Ingresos regulares y estabilidad de los mismos.	Evaluamos los ingresos regulares y la estabilidad de los mismos del solicitante en nuestra evaluación crediticia.	4			
	Los ingresos regulares y la estabilidad de los mismos son factores clave en nuestras decisiones de crédito.	4			
Nivel de endeudamiento actual.	Consideramos el nivel de endeudamiento actual del solicitante en nuestra evaluación crediticia.	4			
	El nivel de endeudamiento actual es un factor determinante en nuestras decisiones de crédito.	4			
Historial de pagos y puntaje crediticio.	Evaluamos el historial de pagos y el puntaje crediticio del solicitante en nuestra evaluación crediticia.	4			
	El historial de pagos y el puntaje crediticio son factores imprescindibles en nuestras decisiones de crédito.	4			

Dimensiones del instrumento:

- Tercera dimensión: Condiciones del crédito.
- Objetivos de la Dimensión: evaluar los términos y condiciones específicas del préstamo o crédito propuesto. Este análisis es crucial para comprender y determinar si las condiciones del crédito son favorables, adecuadas y viables para ambas partes

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Términos y condiciones del préstamo (tasa de interés, plazo, etc.).	Los términos y condiciones del préstamo se establecen claramente en nuestra evaluación crediticia.	4			
	Los términos y condiciones del préstamo (tasa de interés, plazo, etc.) son factores cruciales en nuestras decisiones de crédito.	4			
Propósito del préstamo.	Consideramos el propósito del préstamo en nuestra evaluación crediticia.	4			
	El propósito del préstamo es un factor importante en nuestras decisiones de crédito.	4			
Capacidad de pago del solicitante.	Evaluamos la capacidad de pago del solicitante en nuestra evaluación crediticia.	4			
	La capacidad de pago del solicitante es un factor decisivo en nuestras decisiones de crédito.	4			

Dimensiones del instrumento:

- Cuarta dimensión: Percepción de clientes
- Objetivos de la Dimensión: Comprender cómo los clientes perciben los productos, servicios, la marca o la experiencia que ofrece una empresa.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Calidad percibida del servicio o producto.	Estoy satisfecho con la calidad del servicio o producto que recibo de Mi Banco Jaén.	4			
	La calidad del servicio o producto que recibo de Mi Banco Jaén cumple con mis expectativas.	4			
Valor percibido (relación calidad-precio).	Creo que el valor que recibo de los servicios o productos de Mi Banco Jaén es igual o superior al costo.	4			
	Estoy satisfecho con la relación calidad-precio de los servicios o productos de Mi Banco Jaén.	4			
Cumplimiento de las expectativas del cliente.	Mi Banco Jaén cumple con mis expectativas en términos de servicio y producto.	4			
	Los servicios y productos de Mi Banco Jaén están alineados con lo que esperaba.	4			

Dimensiones del instrumento:

- Quinta dimensión: Relación con el cliente
- Objetivos de la Dimensión: Comprender y mejorar la interacción, la experiencia y la satisfacción del cliente con los servicios financieros ofrecidos por la institución.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Comunicación efectiva con el cliente.	Recibo información clara y comprensible de Mi Banco Jaén.	4			
	Estoy satisfecho con la comunicación que recibo de Mi Banco Jaén.	4			
Resolución de problemas y quejas.	Mi Banco Jaén maneja eficientemente cualquier problema o queja que tengo.	4			
	Estoy satisfecho con la forma en que Mi Banco Jaén resuelve los problemas o quejas.	4			
Personalización del servicio o producto.	Siento que los servicios o productos de Mi Banco Jaén están personalizados para satisfacer mis necesidades.	4			
	Valoro la personalización de los servicios o productos de Mi Banco Jaén.	4			

Dimensiones del instrumento:

- Sexta dimensión: Factores externos
- Objetivos de la Dimensión: Analizar que factores externos son los que mas impactan en los clientes de la insritucion.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Competencia y ofertas en el mercado.	Creo que las ofertas de la competencia son más atractivas que las de Mi Banco Jaén.	4			
	Consideraría cambiar a otro banco debido a las ofertas competitivas en el mercado.	4			
Cambios en las circunstancias económicas o personales del cliente.	Mis circunstancias económicas o personales podrían influir en mi decisión de continuar siendo cliente de Mi Banco Jaén.	4			
	He considerado dejar Mi Banco Jaén debido a cambios en mis circunstancias económicas o personales.	4			
Cambios en las necesidades o preferencias del cliente.	Mis necesidades o preferencias han cambiado desde que me convertí en cliente de Mi Banco Jaén.	4			
	Consideraría dejar Mi Banco Jaén si no cumple con mis necesidades o preferencias cambiantes.	4			




Firma del evaluador
DNI 46691276.

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

ANEXO 6. CARTA DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA

Yo, ARO ALBUJAR JOSE JURDANDIR, identificado con DNI 16807409, en mi calidad de GERENTE DE AGENCIA (encargado) del área de NEGOCIOS de la empresa MI BANCO, BANCO DE LA MICROEMPRESA SA con R.U.C N° 20382036655, ubicada en la ciudad de Jaén.

OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

Al señor(s):

DIAZ BECERRA VICTOR ALONSO, identificado(s) con DNI 47060718,

HUAMAN GUEVARA LUIS ALEX, identificado(s) con DNI 75414352,

de la Carrera profesional Contabilidad para que utilice la siguiente información de la empresa:

- Reporte consolidado de clientes desertores e inactivos periodo enero a diciembre 2022.
- Manual y metodología crediticia.
- Manual de garantías.

Con la finalidad de que pueda desarrollar su Informe estadístico, Trabajo de Investigación, Tesis, para optar al grado de Bachiller, o Título Profesional.

Mantener en Reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o

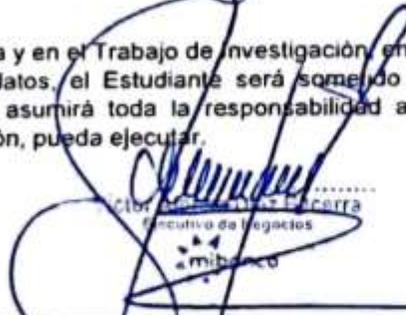
Mencionar el nombre de la empresa.



Firma y sello del Representante Legal

Firma y sello del Representante Legal
DNI: 16807409

El Estudiante declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Estudiante será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.



Firma del Estudiante

Firma del Estudiante
DNI: 47060718



Firma del Estudiante
DNI: 75414352



Anexo 3

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Título de la investigación: "**Proceso de evaluación crediticia y deserción de clientes en Mi Banco, Jaén**".

Investigador (a) (es):

Díaz Becerra Víctor Alonso

Human Guevara Luis Alex

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada "**Proceso de evaluación crediticia y deserción de clientes en Mi Banco, Jaén**", cuyo objetivo es evaluar la deserción de clientes en Mi Banco Jaén y proponer estrategias para mejorar la evaluación crediticia. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pre grado de la carrera profesional de Contabilidad - PFA, de la Universidad César Vallejo del campus Chiclayo, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución Mi Banco – Banco de la Microempresa SA.

Describir el impacto del problema de la investigación.

Baja probabilidad para acceder a financiamiento crediticio según evaluación y la continua deserción de clientes con optima segmentación que son atendidos en otras entidades financieras correspondiente en el año 2022.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: " Proceso de evaluación crediticia y deserción de clientes en Mi Banco, Jaén".
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará en el ambiente del área de negocios de la institución Mi Banco – Banco de la Microempresa SA. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.



Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si deseaparticipar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) (es) (Apellidos y Nombres) Díaz Becerra Víctor Alonso email: diazvictor210491@gmail.com y Huamán Guevara Luis Alex, email: luisalexhg28@gmail.com.

y Docente asesor Mg. Suarez Santa Cruz Liliana del Carmen email: ldsuarz@ucvvirtual.edu.pe.

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Aro Albuja Jose Jurandir (GA – Alterno).

Fecha y hora: 20/11/2023 - 11:00 am



Jose Jurandir Aro Albuja
Asesor de Proyectos
de Investigación



**ANEXO 3 DIRECTIVA DE INVESTIGACIÓN N° 001-2022-VI-UCV
AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN
LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES**

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20382036655
MI BANCO – BANCO DE LA MICROEMPRESA SA	
Nombre del Titular o Representante legal:	
Javier Ichazo Bardales (Gerente General)	
Nombres y Apellidos	DNI:
Aro Albuja Jose Jurandir (jefe negocios Jaén)	16807409

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo [x], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
"Proceso de evaluación crediticia y deserción de clientes en Mi Banco, Jaén"	
Nombre del Programa Académico:	
Escuela de Contabilidad (pregrado – sede Chiclayo)	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI: 47060718
Víctor Alonso Díaz Becerra	

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha: 27/11/2023

Firma: _____

(*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal "f" Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

**ANEXO 7. MUESTREO PROBABILÍSTICO ALEATORIO SIMPLE PARA LOS
CLIENTES DESERTORES**

$$n = \frac{134 \cdot (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot (1 - 0.5)}{(0.05)^2 \cdot (134 - 1) + (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot (1 - 0.5)}$$
$$n = \frac{4596200}{1847 * 5^2}$$
$$n = \frac{183848}{1847}$$
$$n = 100$$

**ANEXO 8. MUESTREO PROBABILÍSTICO ALEATORIO SIMPLE PARA LOS
TRABAJADORES DE MI BANCO**

$$n = \frac{19 \cdot (1.645)^2 \cdot 0.5 \cdot (1 - 0.5)}{(0.1)^2 \cdot (19 - 1) + (1.645)^2 \cdot 0.5 \cdot (1 - 0.5)}$$
$$n = \frac{475 x 329^2}{25 (28800 + 329^2)}$$
$$n = \frac{19 x 329^2}{28800 + 329^2}$$
$$n = 15$$