



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

**Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-ESTELI**

**La gestión de crédito en la Financiera Fondo de Desarrollo Local (FFDL)  
de la sucursal Wiwilí departamento de Jinotega en el periodo 2022-  
2023.**

**Trabajo de seminario de graduación para optar  
al grado de  
Licenciatura en Administración de Empresa**

**Autores:**

**Norman Alcides Centeno Zeledón**

**José Ramón Olivas Castillo**

**Indira Julissa Ruiz Rugama**

**Tutora:**

**Dra. Beverly Estela Castillo Herrera**

**Estelí, 08 de diciembre 2023**



### **Dedicatoria.**

Este trabajo investigativo va dedicado primeramente a Dios, nuestro creador por habernos dado la capacidad y el entendimiento necesario para culminar dicho trabajo

A todos nuestros seres queridos que nos han apoyado en todo momento, que tuvieron el amor y la paciencia de aceptar nuestras ausencias para poder desarrollar y cumplir con la finalización de nuestra investigación.

## **Agradecimiento**

Primeramente, agradecemos a Dios por permitirnos sonreír ante este logro, por ser el inspirador y darnos fuerzas para continuar en este proceso de obtener uno de nuestros anhelos mas deseados.

A nuestros padres que son los principales motores de nuestros sueños que nos han brindado su apoyo y que estuvieron pendientes e interesados en la realización de dicho trabajo se hiciese posible.

A nuestra tutora Dra. Beverly Estela Castillo Herrera por habernos guiado con sus conocimientos y experiencia hasta finalizar dicha investigación.



Estelí, 12 de febrero 2024

### CONSTANCIA

Por este medio estoy manifestando que la investigación: ***La gestión de crédito en la Financiera Fondo de Desarrollo Local (FFDL) de la sucursal Wiwili departamento de Jinotega en el periodo 2022-2023***, cumple con los requisitos académicos de la clase de Seminario de Graduación, para optar al título de Licenciatura en Administración de Empresas

Los autores de este trabajo son los estudiantes: ***Norman Alcides Centeno Zeledón, José Ramón Olivas Castillo e Indira Julissa Ruiz Rugama***; y fue realizado en el II semestre de 2023, en el marco de la asignatura de Seminario de Graduación, cumpliendo con los objetivos generales y específicos establecidos, que consta en el artículo 9 de la normativa, y que contempla un total de 60 horas permanentes y 240 horas de trabajo independiente.

Considero que este estudio será de mucha utilidad para la Financiera Fondo de Desarrollo Local (FFDL), sucursal Wiwili, la comunidad estudiantil y las personas interesadas en esta temática.

Atentamente,

Dra. Beverly Castillo Herrera  
ORCID: 0000-0002-9086-9388  
FAREM-Estelí, UNAN-Managua

## **La gestión de crédito en la Financiera Fondo de Desarrollo Local (FFFDL) de la sucursal Wiwilí, departamento de Jinotega en el periodo 2022-2023.**

### **RESUMEN**

La presente investigación titulada: la gestión de crédito en la Financiera Fondo de Desarrollo Local (FFDL) de la sucursal Wiwilí, departamento de Jinotega en el periodo 2022-2023, se realiza por la necesidad de analizar las políticas empleadas en el proceso de gestión de crédito de la financiera, y conocer la opinión de los clientes sobre dicho proceso, para proponer estrategias de mejora. Según el uso del conocimiento esta es una investigación aplicada y de acuerdo con el enfoque filosófico, es una investigación cuali-cuantitativa o mixta. Las técnicas de recolección de datos que se aplicaron son: entrevista al gerente de la sucursal de Wiwilí, a colaboradores y a clientes de la empresa, y encuesta para los clientes, sobre la gestión de crédito. Los principales resultados demuestran que financiera FFDL brinda una atención de calidad a sus clientes y el seguimiento se realiza de una manera efectiva de acuerdo con el tipo de crédito. La hipótesis se cumple al demostrar que la eficiencia en la atención al cliente y en aprobación del crédito inciden en la fidelización de los clientes en la Financiera FFDL sucursal de Wiwilí departamento de Jinotega. Se proponen estrategias para que la Financiera pueda mejorar el proceso de la gestión de crédito como: refinanciamiento, reconocimiento a clientes con buen récord crediticio y promoción para el crecimiento de cartera de clientes.

**Palabras claves:** clientes, crédito, financiera, fidelización, gestión del crédito

## **Credit management in the Financial Local Development Fund (FFDL) of the Wiwilí branch, department of Jinotega in the period 2022-2023.**

### **SUMMARY**

This research titled: credit management in the Financial Local Development Fund (FFDL) of the Wiwilí branch, department of Jinotega in the period 2022-2023, it is carried out due to the need to analyze the policies used in the credit management process of the financial company, and to know the opinion of clients about said process, to propose improvement strategies. According to the use of knowledge, this is an applied research and according to the philosophical approach, it is a qualitative-quantitative or mixed research. The data collection techniques that were applied are: interview with the manager of the Wiwilí branch, collaborators and clients of the company, and a survey for clients on credit management. The main results demonstrate that FFDL financial provides quality service to its clients and the monitoring is carried out in an effective manner according to the type of credit. The hypothesis is fulfilled by demonstrating that efficiency in customer service and credit approval affects customer loyalty at the Financiera FFDL branch of Wiwilí, department of Jinotega. Strategies are proposed so that the Financial Institution can improve the credit management process such as: refinancing, recognition of clients with a good credit record and promotion for the growth of the client portfolio.

**Keywords:** clients, credit, financial, loyalty, credit management

## Índice de contenido

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. INTRODUCCION.....</b>                                    | <b>10</b> |
| <b>2. ANTECEDENTES .....</b>                                   | <b>11</b> |
| <b>3. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....</b>                        | <b>15</b> |
| 3.1 Caracterización general del problema.....                  | 15        |
| 3.2 Preguntas de investigación.....                            | 17        |
| <b>4. JUSTIFICACIÓN .....</b>                                  | <b>18</b> |
| <b>5. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN .....</b>                     | <b>19</b> |
| 5.1 Objetivo General.....                                      | 19        |
| 5.1.1 Objetivos específicos.....                               | 19        |
| <b>6. FUNDAMENTACION TEORICA.....</b>                          | <b>20</b> |
| 6.1 Financiera: .....  | 20        |
| 6.1.1 Concepto de financiera.....                              | 20        |
| 6.1.2. Importancia de las financieras.....                     | 22        |
| 6.1.3 Tipos de financieras .....                               | 23        |
| 6.1.4 Organización legal de las financieras en Nicaragua ..... | 23        |
| 6.2. Crédito .....   | 27        |
| 6.2.1. Definición de crédito.....                              | 27        |
| 6.2.2. Microcrédito.....                                       | 28        |
| 6.2.3. Importancia del microcrédito .....                      | 29        |
| 6.2.4. Ventajas y desventajas del microcrédito .....           | 29        |
| 6.2.5. Funcionamiento de los microcréditos .....               | 31        |
| 6.2.6. Proceso crediticio .....                                | 31        |
| 6.2.7. Etapas del proceso crediticio .....                     | 31        |
| 6.3 Clientes .....   | <b>33</b> |
| 6.3.1. Tipos de clientes .....                                 | 33        |
| 6.3.2. Características de los clientes de una financiera.....  | 34        |
| 6.3.3. La fidelización de los clientes.....                    | 35        |
| 6.3.3 La mora .....  | 36        |
| 6.4 Estrategia empresarial.....                                | <b>36</b> |
| 64.1 Concepto de estrategia .....                              | 36        |
| 6.4.2Tipos de estrategias.....                                 | 37        |
| <b>7. HIPÓTESIS O SUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>       | <b>40</b> |

|  |            |
|--|------------|
| Variable independiente .....   | 41         |
| Variable dependiente.....  | 41         |
| <b>8. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....</b>   | <b>41</b>  |
| <b>9. DISEÑO METODOLÓGICO .....</b>  | <b>42</b>  |
| <b>9.1. Tipo de Estudio .....</b>  | <b>42</b>  |
| <b>9.2. Área de estudio.....</b>   | <b>42</b>  |
| <b>9.2.1. Área geográfica .....</b>  | <b>43</b>  |
| <b>9.3. Población y muestra .....</b>  | <b>44</b>  |
| <b>9.4 Métodos, técnicas e instrumento de recopilación de datos.....</b>   | <b>46</b>  |
| <b>9.5 Etapas de la investigación .....</b>  | <b>47</b>  |
| <b>10. ANALISIS Y DISCUSION DE LOS RESULTADOS .....</b>  | <b>49</b>  |
| <b>10.1. Caracterización de la Financiera FFDL .....</b>   | <b>49</b>  |
| <b>10.2. Tipos de crédito y beneficios que ofrece la financiera .....</b>  | <b>53</b>  |
| <b>10.2.2. Beneficios que ofrece la financiera .....</b>   | <b>56</b>  |
| <b>10.3. Funcionamiento de las etapas del Proceso de Gestión del crédito implementado por la financiera FFDL, sucursal Wiwilí.....</b> | <b>59</b>  |
| <b>10.4. Valoración de los clientes sobre la gestión de crédito brindada por la financiera.....</b>                                    | <b>72</b>  |
| <b>10.4 Prueba de hipótesis .....</b>  | <b>100</b> |
| <b>10.5. Propuestas de estrategias para mejorar la gestión de crédito en financiera FFDL .....</b>                                     | <b>101</b> |
| <b>10.5. Propuestas de estrategias .....</b>   | <b>104</b> |
| <b>10. CONCLUSIONES .....</b>  | <b>106</b> |
| <b>11. RECOMENDACIONES .....</b>   | <b>108</b> |
| <b>12. BIBLIOGRAFIA .....</b>  | <b>110</b> |
| <b>ANEXOS .....</b>  | <b>116</b> |

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1. Clasificación de los microcréditos para capital de trabajo y según tipo de garantía. 2022-23 .....      | 55 |
| Tabla 2. Clasificación de los microcréditos para gastos personales y según tipo de garantía. 2022-23 .....       | 55 |
| Tabla 3. Agrupaciones de créditos, número de créditos y montos colocados por FFDL Sucursal de Wiwilí. 2023 ..... | 68 |
| Tabla 4. Sexo de clientes .....  | 73 |
| Tabla 5. Edad de los clientes .....  | 73 |



|  |    |
|--|----|
| Tabla 6 Se le informó los requisitos para solicitar crédito. Universo: 63 encuestas.....                                 | 86 |
| Tabla 27. Documentos presentados para solicitar un crédito. Universo: 63 encuestas .....                                 | 86 |
| Tabla 28. Considera que los requisitos solicitados por FFDL son adecuados. Universo: 63 encuesta .....                   | 87 |
| Tabla 9. Está conforme con el tiempo que se tarda en responder a su solicitud de crédito. Universo: 63 encuestados ..... | 90 |
| Tabla 10 Tiempo desde que entregó los requisitos de solicitud a FDL. Universo: 63 encuestas ...                          | 91 |
| Tabla 11 La información en el contrato es clara y suficiente. Universo: 63 encuestados .....                             | 91 |
| Tabla 12 Información antes de firmar el contrato con FDL. Universo: 63 encuestados .....                                 | 91 |
| Tabla 13 Frecuencia realiza los pagos de su cuota. Universo: 63 encuestados .....  | 92 |
| Tabla 14: Valoración de atención recibida por analistas de crédito. ....   | 93 |
| Tabla 15 Qué aspectos valora como positivos en la atención al cliente en FDL. Universo: 63 Encuestados .....             | 97 |
| Tabla 16 Como valora lo siguiente. Universo: 63 encuestas .....  | 99 |

## **1. INTRODUCCION.**

El tema de investigación desarrollado es la gestión de crédito en la Financiera Fondo de Desarrollo Local (FFDL) de la sucursal Wiwilí, departamento de Jinotega en el periodo 2022-2023.

En la actualidad la sucursal de FFDL Wiwilí se observa como uno de los principales problemas el déficit en la gestión del proceso crediticio, partiendo desde la solicitud de crédito, donde se les pide a los clientes demasiada documentación que muchas veces resulta innecesaria para el trámite del crédito.

De la misma manera, al renovar los préstamos, las políticas estrictas que mes a mes se dan, hacen que muchas personas no quedan conformes con la manera de operar de la entidad financiera, ya que, alegan que la competencia ofrece mejores beneficios en sus servicios financieros, y en consecuencia, muchos colaboradores se desmotivan y renuncian.

Por lo dicho, esta investigación busca aportar el análisis del funcionamiento de cada una de las etapas de crédito, a partir de ello se abordan los principales factores que inciden en la gestión de crédito efectiva en FFDL, lo cual está orientada en mejorar en el proceso crediticio.

Los datos obtenidos de los diferentes problemas identificados servirán para implementar cambios en su manera de operar beneficiando de manera directa a la financiera y los clientes de la misma, a través de propuestas que mejoren la eficiencia y eficacia en la colocación y seguimiento a los clientes de la Financiera Fondo de Desarrollo Local (FFDL), sucursal Wiwilí, departamento de Jinotega, en el período 2022-2023.

Este documento está organizado en once acápite, desde la introducción, problema de investigación, objetivos, justificación, fundamentación teórica, operacionalización de objetivos específicos e hipótesis, los resultados, conclusiones y recomendaciones.

## **2. ANTECEDENTES**

Para la realización de los antecedentes de investigación, se revisaron distintas fuentes con relación al tema directamente relacionado con el objeto de estudio:

### **Antecedentes internacionales**

En la tesis doctoral; las instituciones financieras internacionales en los mercados de capital, establece una clasificación de las Instituciones Financieras Internacionales como segmento de los mercados de capital. Después de clasificar y analizar tanto las Instituciones Financieras Internacionales como el sector al que pertenecen consideramos que las operaciones financieras de estas instituciones en los mercados internacionales de capital constituyen uno de sus dos grandes ámbitos operacionales, pudiendo considerarse el análisis de este segundo ámbito como una aportación original de la presente tesis al conocimiento del campo de investigación al que pertenece (Seco Precencio, 2015).

En la misma línea de investigación, esta tesis doctoral pretende analizar la experiencia europea en la creación de BDR (Representante de Desarrollo Empresarial) para la promoción de proyectos de integración regional, la inversión y desarrollo económico, la evolución del BEI y su actuación desde su creación a finales de los 50 hasta nuestros días. Esta investigación amplía el conocimiento sobre BDR (Representante de Desarrollo Empresarial) y su potencial papel en las políticas de integración económica a través del estudio del BEI (Banco Europeo de Inversiones); se centra en la actuación del BEI (Banco Europeo de Inversiones), contrastando sus acciones con el discurso oficial mediante análisis cualitativo y cuantitativo a fin de obtener nuevas perspectivas sobre el papel que ha jugado (y juega) en el proyecto de integración europeo. Los resultados presentados contribuyen a aumentar el conocimiento sobre el Banco Europeo de Inversiones (Gomez Peña, 2018).

En la tesis titulada: Acceso a los servicios financieros como indicador del desarrollo financiero en el establecimiento de políticas públicas para el crecimiento económico de América Latina, se analiza el impacto del desarrollo financiero en el crecimiento económico de América Latina como promotor del crecimiento del PIB (Producto Interno Bruto) para

alcanzar los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible). Se demostró con evidencia empírica la hipótesis sobre: el desarrollo financiero impacta positivamente en el crecimiento económico, porque el número de sucursales de bancos comerciales y cajeros automáticos tiene una relación positiva con el PIB (Hernandez Pineda, 2022).

Según Seffino (2018) el estudio sobre: Puntajes de eficiencia de entidades bancarias argentinas, en el período comprendido entre los años 2004 y 2016 a través de DEA y SFA. Durante los primeros años del período analizado, los bancos argentinos presentan rentabilidad positiva reflejada especialmente por una expansión de los ingresos provenientes de los servicios no financieros, una disminución de los costos unitarios de los factores e insumos básicos del sector y un crecimiento de los préstamos. No obstante, este escenario se modifica con la crisis internacional del 2007 llevando a la banca a un período de estancamiento del crédito al sector productivo y mayores costos operativos.

### **Antecedentes nacionales**

La primera tesis fue para optar al título de Licenciatura en Banca y Finanzas, titulada El Análisis de las políticas crediticias del Banco de América Central (BAC) en base a los créditos de consumo en el año 2018. Este estudio se enfoca en el análisis de las políticas de crédito en el Banco de América Centra con respecto al otorgamiento de crédito de consumo. Tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo, en instrumento aplicado fue la investigación documental. Los principales resultados demostraron evidenciar la importancia que tiene realizar una buena selección de los clientes, esto permitirá minimizar los riesgos crediticios y una mejor rentabilidad para la empresa que permita la constancia del crédito (Aguirre Hernandez, Rivera, & Ruiz, 2020).

Una segunda tesis para optar al título de Licenciatura en Banca y Finanzas, titulada evaluación del riesgo en el proceso de otorgamiento de crédito comercial del Banco de la Producción Sociedad Anónima (BANPRO S, A.) de Nicaragua periodo 2018. En esta investigación se evalúa el riesgo crediticio en el proceso de otorgamiento de crédito comercial del Banco de la Producción (BANPRO S, A.). Esta es una investigación con

enfoque cualitativo y cuantitativo. Los principales resultados demostraron que, en la evaluación de la solicitud de crédito comercial, a través del método puntaje de crédito se llega a la conclusión que se aprueba el crédito solicitado a presentar un puntaje de 720 de 1000, para un 72% de probabilidades de pago (Espinoza Treminio, Peña Reyes, & Altamirano Mendoza, 2020).

Sobre la tesis titulada: Análisis de las ofertas de crédito que ofreció el Banco de la Producción, S.A. Grupo Promerica a las PYMES en el municipio de Managua, durante el año 2021. El tipo de investigación es cualitativa y cuantitativa. Los instrumentos aplicados fueron la investigación documental y entrevistas. El presente proyecto de investigación se centra en el análisis de alternativas financieras dirigidas al sector de pequeñas y medianas empresas, enfocado en el programa del Banco de la producción, los principales resultados determinaron que el programa pyme del Banco de la producción, S.A. (Banpro) Grupo Promérica, está dirigido a solventar las necesidades de financiamiento de gran parte del sector comercial formal a través de capital de trabajo, activos fijos o consolidación de deudas (Jarquin Perez, Sanchez, & Jarquin Bonilla, 2022).

### **Antecedentes locales**

La primera tesis de antecedente local para optar al título de Licenciatura en Administración de Empresas, se titula: “Gestión de crédito de la financiera FINICSA (Financiamiento para el desarrollo de Nicaragua) Sucursal de Ocotal 201. Este estudio analiza los principales factores que inciden en el Proceso de Crédito y propone estrategias para optimizar los procedimientos de trabajo que garanticen la obtención de mejores resultados en la financiera FINICSA sucursal de Ocotal. Esta es una investigación del tipo cualitativa. Los instrumentos que se utilizaron fueron entrevista semi-estructurada, encuestas y guía de observación. Los principales resultados demuestran que la empresa necesita optimizar la calidad del servicio en cada una de las etapas de la gestión de crédito para lo cual requiere diseñar un programa de promoción para ofertar sus servicios (Rivas López & Ubeda Osegueda, 2021).

La segunda tesis fue para optar al título de Licenciatura en Administración de Empresas, titulada Factores que determinan la calidad de la cartera de crédito de la microfinanciera FUNDENUSE S.A, en el segundo semestre 2014. Este estudio analiza los factores que establecen la calidad de la cartera de crédito de la microfinanciera. Este es un estudio de tipo cualitativo. Los instrumentos que se utilizaron fueron las entrevistas e investigación documental. Los principales resultados reflejan que la microfinanciera se ve afectada por factores externos que incidieron en la cartera crediticia (Gadea Valenzuela, Herrera Maradiaga, & Marian, 2015).

Una tercera tesis fue para optar al título de Licenciatura en Administración de Empresas titulada Proceso crediticio de Cooperativa Moderna R.L. sucursal Estelí en el 2016. Su objetivo se basa en evaluar la satisfacción de los clientes en función del Proceso de Crédito de Cooperativa Moderna. Este estudio es de tipo cuali-cuanti. Los instrumentos aplicados fueron entrevistas e investigación documental. Los principales resultados indicaron que la política de entrevista previa y llenado del formato de solicitud de crédito aplicable al fiador es un factor que causa molestias a buen porcentaje de los socios de la empresa por los esfuerzos extras que implica, y alegan no considerarlo necesario (Ruiz Úbeda, Hernández Pérez, & González Guerrero, 2017).

Aunque, se comprobó que existen investigaciones relacionadas al proceso crediticio, muchas de ellas no están enfocadas en las instituciones de finanzas, sino en otras instituciones micro-financieras. En relación con estudios realizados a Financiera FFDL, no se ha encontrado ningún antecedente sobre estudios realizados en la sucursal de Wiwilí, Jinotega. Por ello, se puede afirmar que no se cuenta con una investigación detallada de cada una de las etapas del proceso de gestión de crédito, y más aún que incluya una propuesta de mejora.

### **3. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

#### **3.1 Caracterización general del problema**

Actualmente FFDL, cuenta con una red de 39 sucursales distribuidas en todo el territorio nacional, a través de las cuales se brindan servicios financieros, asistencia técnica personalizada, micro-seguros, pólizas de seguros con aseguradoras La FISE, seguros América e INISER, pagos de servicios básicos, con punto XPRESS, punto fácil y servicios de remesas vía AIR PAK-WESTERN UNIÓN.

Aunque FFDL, ha venido a lo largo del tiempo implementando estrategias para mejorar la atención al cliente, desde el año 2018, a raíz de la crisis política y económica ha provocado afectaciones en la cartera de la sucursal. Al momento de analizar el proceso crediticio se puede constatar que en las diferentes etapas del crédito de FFDL, presentan problemáticas que afectan de manera directa la eficiencia de la financiera.

En la actualidad en la sucursal de Wiwilí, Jinotega se puede observar que uno de los principales inconvenientes es en la solicitud de crédito, donde clientes de renovación de préstamos, tienen que presentar nuevamente toda la documentación que había sido requerida en créditos anteriores, incurriendo en pérdida de tiempo y añadiendo más gastos de la institución, además, de la molestia notable por parte de los clientes.

Otro de los problemas principales es al momento de tener la intención de renovar los préstamos, puesto que muchas personas no quedan conformes con la manera de operar de la financiera, alegando que la competencia ofrece mejores beneficios a los clientes al momento de contratar estos servicios, lo que ha provocado que la cartera se deteriore, pasó de tener 1,300 a clientes a solamente 700 clientes.

Con respecto a la rotación de personal, la entidad se ha visto afectada puesto que muchos colaboradores han decidido marcharse principalmente al extranjero para devengar un mejor salario y tener una mejor calidad de vida, haciendo que la empresa tenga que contratar a

nuevas personas, pasando estas por un proceso de inducción que incurre en gastos y la productividad de la empresa disminuye, puesto que el nuevo colaborador deberá adaptarse a las políticas de créditos.

Haciendo referencia a la evaluación económica que se realiza en FFDL, a partir del 2018 las políticas de crédito, han sido más estrictas, por el temor latente de que la empresa no puede tener éxito en el mercado financiero, ha decidido establecer procesos más complejos, sobre todo, a clientes cafetaleros, el plazo de los préstamos ha sido reducido, además, se disminuyeron los montos con respecto a lo que los clientes habían solicitado originalmente, a raíz de esto, los clientes prefieren visitar otras entidades que brindan estos servicios financieros y que sus políticas son más flexibles.

Los créditos en mora, ha provocado reestructuraciones a clientes de la financiera, a quienes se les ha brindado más plazo en comparación al plazo establecido originalmente, por lo cual, a los promotores de crédito se les orienta dar seguimiento continuo a estos casos especiales, incurriendo en gastos adicionales, de no pagar el crédito, se traslada el caso a vías legales.

En base a todas estas problemáticas mencionadas anteriormente, es necesario analizar cada una de las etapas presentes que comprende el proceso de crédito en financiera FFDL, para posterior a esto proponer estrategias que permitan optimizar procesos y que hagan a esta entidad mucho más productiva.



## **3.2 Preguntas de investigación**

A partir de la descripción del problema se elaboran las preguntas-problemas de investigación que a continuación se presentan:

### **3.2.1. Pregunta general**

¿Cómo se desarrolla la gestión de crédito en la Financiera Fondo de Desarrollo Local (FFDL) en la sede de Wiwili departamento de Jinotega en el período 2022-2023?

### **3.2.2. Preguntas específicas**

1. ¿Qué tipos de créditos y los beneficios que ofrece la financiera Fondo de Desarrollo Local (FFDL) en el municipio de Wiwili?
2. ¿Cuál es la estrategia de promoción y colocación de crédito que implementa la financiera Fondo de Desarrollo Local (FFDL) en el municipio de Wiwili?
3. ¿Qué procedimientos utiliza el FFDL para la aprobación al crédito a sus clientes?
4. ¿Cómo funciona el sistema de seguimiento a cliente por parte de los promotores de crédito del FFDL, en el municipio de Wiwili?
5. Para los clientes, ¿Cuáles son las ventajas y desventajas en el proceso de gestión del crédito de la financiera FFDL, sede Wiwili?
6. ¿Cuáles son las estrategias más adecuadas para mejorar la eficiencia y eficacia en el proceso de gestión de crédito en la financiera Fondo de Desarrollo Local (FFDL)?

#### **4. JUSTIFICACIÓN**

Esta investigación es de gran importancia a Financiera FFDL, debido a que se identificarán los principales factores que inciden en la gestión de crédito efectiva, para que FFDL pueda mejorar en cada uno de los procesos que conlleva la gestión, sobre todo, mantener su saldo de cartera, minimizar su mora y adquirir nuevos clientes potenciales. Los datos obtenidos sobre los problemas identificados en la financiera son un precedente para ejecutar un cambio operacional en el desarrollo del personal y los clientes de la misma.

Este estudio aporta a los clientes de la financiera FFDL, porque, tomando en cuenta sus opiniones y realidad se implementarán alternativas para incidir en una mejor atención por medio de la optimización de proceso en la gestión de sus créditos. También, se analiza si las estrategias utilizadas benefician realmente a los clientes que conforman la cartera de FFDL, identificando sus debilidades como empresa y fortalecerlas mediante la puesta en marcha de las estrategias propuestas.

A los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas esta investigación les permitirá enriquecer nuevos conocimientos y entender de manera directa el funcionamiento interno de una empresa, partiendo desde sus fortalezas, hasta llegar a sus deficiencias. A su vez, les dará una visión de cara a emprender en el mundo empresarial porque estarán observando el comportamiento de la empresa y de sus clientes.

Este estudio fortalece la línea de investigación y podrá ser utilizado por maestros, estudiantes como una fuente de información para que puedan profundizar sus estudios sobre este tema. La información obtenida podrá ser tomada como una base para nuevas investigaciones y tomar esta como un antecedente.

## **5. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN**

### **5.1 Objetivo General**

Analizar la gestión de crédito para el diseño de una propuesta que mejore la eficiencia y eficacia en la colocación y seguimiento a los clientes de la Financiera Fondo de Desarrollo Local (FFDL), sucursal Wiwilí, departamento de Jinotega, en el período 2022-2023

#### **5.1.1 Objetivos específicos**

1. Describir los tipos de créditos y los beneficios que ofrece la financiera Fondo de Desarrollo Local (FFDL) a los clientes del municipio de Wiwilí Jinotega.
2. Determinar el funcionamiento de cada una de las etapas del proceso de gestión del crédito (promoción, llenado de solicitud, evaluación económica, procesamiento de datos, análisis del crédito, comité y seguimiento) implementado por la financiera Fondo de Desarrollo Local (FFDL) a los clientes del municipio de Wiwilí, Jinotega.
3. Analizar la valoración que tienen los clientes sobre la gestión de crédito brindado por la financiera FFDL en la sucursal de Wiwilí en el periodo 2022-2023.
4. Proponer estrategias adecuadas para la eficiencia y eficacia en el proceso de gestión de crédito en la financiera Fondo de Desarrollo Local (FFDL).

## **6. FUNDAMENTACION TEORICA**

En esta investigación se han identificado cuatro ejes teóricos que son: 1) Financiera; 2) Crédito; 3) Clientes; y 4) Estrategias. A continuación, se detallan los conceptos:

### **6.1 Financiera:**

Para la Superintendencia de Banco De Guatemala (Superintendencia de Banco de Guatemala, pág. 11) las financieras son instituciones financieras que cumplen la función social de mediar entre quienes cuentan con dinero (captar) y quienes lo necesitan (prestar), a través de instrumentos que ayudan a administrar y disponer de él con seguridad.

#### **6.1.1 Concepto de financiera.**

Según Calvo, Parejo y Rodríguez (2014) se entiende por mercado financiero el mecanismo o lugar a través del cual se produce un intercambio de activos financieros y se determinan sus precios. El sistema no exige, en principio, la existencia de un espacio físico concreto en el que se realicen dichos intercambios. El contacto entre los agentes que operan en estos mercados puede establecerse de diversas formas: telefónicamente o por télex, por correo, por ordenador, mediante mecanismos de subasta, etc.

De la definición antes expuesta se deducen las funciones principales que cumplen los mercados financieros (Calvo, Parejo, & Rodriguez, 2014):

- Poner en contacto a los agentes que intervienen en los mismos, bien se trate de individuos o empresas que participan directamente en el mercado, bien o se trate a agentes especializados o intermediarios financieros.
- Ser un mecanismo apropiado para la fijación del precio de los activos. Esto se produce sobre todo en los mercados de negociación. Para la fijación del precio en los de emisión se toma como referencia la situación del mercado, respecto a los tipos de interés que se forman en el mismo.

- Proporcionar liquidez a los activos, ya que en la medida en que se amplíe y desarrolle el mercado secundario de un activo, se logrará una mayor facilidad para convertirlo en dinero sin pérdida.
- Reducir los plazos y los costes de intermediación, al ser el cauce adecuado para el rápido contacto entre los agentes que participan en dichos mercados. Además, conviene que los costes de operación (comisiones y corretajes) sean bajos y que los mercados sean ágiles, es decir, que sea lo más corto posible el período de tiempo que media desde el momento que la operación se acuerda hasta que queda liquidada talmente. Por otra parte, cuanto mayor sea el número de participantes en un mercado, menos posibilidades hay de que se puedan manipular los precios.<sup>28</sup> Cuanto mejor se cumpla este conjunto de funciones, mayor será la eficiencia de un mercado financiero.

De acuerdo con lo publicado en la Gaceta (2018) en el Artículo 14 de la Ley no. 561 ley general de bancos, instituciones financieras no bancarias y grupos financieros, con sus reformas incorporadas, las instituciones financieras no bancarias que presten servicios de intermediación bursátil o servicios financieros con recursos del público, calificadas como tales por la Superintendencia de Bancos y de otras Instituciones Financieras, en adelante denominada "la Superintendencia de Bancos", o simplemente "la Superintendencia".

- Sucursales de bancos extranjeros.
- Los grupos financieros.
- Las Oficinas de Representación de Bancos y Financieras Extranjeras.1.2. Importancia de las financieras en Nicaragua

En un sentido general, el sistema financiero de un país está formado por el conjunto de instituciones, medios y mercados, cuyo fin primordial es canalizar el ahorro que generan las unidades de gasto con superávit, hacia los prestatarios o unidades de gasto con déficit. El sistema financiero comprende, pues, tanto los instrumentos o activos financieros, como las instituciones o intermediarios y los mercados financieros (los intermediarios compran y venden los activos en los mercados financieros), así como las autoridades monetarias y financieras, encargadas de regularlo y controlarlo (Calvo, Parejo, & Cuervo, 2014).

El sistema financiero cumple por tanto la misión fundamental en una economía de mercado, de captar el excedente de los ahorradores (unidades de gasto con superávit) y canalizarlo hacia los prestatarios públicos o privados (unidades de gasto con déficit) (Calvo, Parejo, & Cuervo, 2014).

Esta misión resulta fundamental por dos razones: la primera es la no coincidencia, en general, de ahorradores e inversores, esto es, las unidades que tienen déficit son distintas de las que tienen superávit; la segunda es que los deseos de los ahorradores tampoco coinciden, en general, con los de los inversores respecto al grado de liquidez, seguridad y rentabilidad de los activos emitidos por estos últimos, por lo que los intermediarios han de llevar a cabo una labor de transformación de activos.

Cuando una persona busca adquirir un producto o servicio que su costo sobrepasa los ingresos que obtiene regularmente, como cuando busca comprar una casa, recurre a una institución financiera, regularmente un banco, para adquirir un préstamo. Los gobiernos en muchas ocasiones tienen obligaciones de gastos que sobrepasan los ingresos que recaudan y recurren a diferentes mecanismos de deuda (Magaña & Luis, 2022).

### **6.1.2. Importancia de las financieras**

En la actualidad nadie soslaya el papel crucial que juegan las instituciones financieras para el desarrollo económico de una nación, en tanto que permite conjuntar a aquellos que demandan fondos prestables con quienes están dispuestos a ofrecerlos a un cierto precio, y que al hacerlo contribuyen a elevar la eficiencia de una economía. Lo anterior opera porque los demandantes del ahorro cuentan con mejores opciones de inversión que les permiten alcanzar una rentabilidad mayor de la que podrían obtener por sí mismos los oferentes, quienes en general, carecen de las alternativas de inversión de que disponen aquellos (Lopez, 2016).

Las instituciones financieras internacionales juegan un papel bastante relevante dentro de la consolidación de la infraestructura de las industrias nacionales dado que proveen del capital suficiente a las empresas que están buscando dar el salto hacia la sostenibilidad del

modelo de negocio. Pero el impacto va mucho más allá, existe una dimensión política que brinda certidumbre a los inversionistas, lo cual impulsa la cantidad de negocios que se llevan a cabo en una determinada región (Lopez M, 2018).

### **6.1.3 Tipos de financieras**

Al igual que cualquier otra empresa, una institución financiera vende productos para ganar dinero de modo de poder realizar sus operaciones y prestar servicios. Tres tipos de instituciones financieras comunes son: bancos, cooperativas de crédito y bancos comunitarios. Para entender cómo operan las instituciones financieras debes saber que el dinero que depositas en el banco se acumula con el dinero de los demás en un fondo compartido; lo cual permite a la institución financiera otorgar préstamos. Cuando depositas dinero en una cuenta corriente o de ahorro, tu institución financiera está obligada a permitirte tener acceso y retirar fondos de las cuentas que te pertenecen (Carrasco O, 2018).

### **6.1.4 Organización legal de las financieras en Nicaragua**

Las microfinancieras se rigen de acuerdo con la ley No.36 de superintendencia de bancos y otras instituciones financieras (2018), que expresa en su artículo 4 que la Superintendencia de Bancos y de otras Instituciones Financieras, tiene como órganos superiores un Consejo Directivo, un Superintendente y un Vicesuperintendente. El Consejo Directivo es el órgano a cuyo cargo se encuentra la actividad de dictar las normas generales aplicables a los bancos, instituciones financieras no bancarias y grupos financieros.

El Superintendente tendrá a su cargo hacer cumplir las normas generales dictadas por el Consejo Directivo, así como la administración y el manejo de las gestiones propias de la Superintendencia, y ostentará su representación, en los términos que para cada uno de estos órganos establece la ley; En ausencia del Superintendente, el Vice-Superintendente le sustituirá en sus atribuciones, En ausencia del Superintendente, el Vice-Superintendente le sustituirá en sus atribuciones (Asamblea, 2018).

De acuerdo con la ley 316 (2021) la organización de las financieras en Nicaragua, en un sentido general, el sistema financiero de un país está formado por el conjunto de instituciones, medios y mercados, cuyo fin primordial es canalizar el ahorro que generan los prestamistas o unidades de gasto con superávit, hacia los prestatarios o unidades idóneas de una economía que ayudan a conectar el ahorro y la inversión y gasto con déficit. Esta labor de intermediación es llevada a cabo por las instituciones que componen el sistema financiero, y se considera básica para realizar la transformación de los activos financieros, denominados primarios, emitidos por las unidades inversoras (con el fin de obtener fondos para aumentar sus activos reales), en activos financieros indirectos, más acordes con las preferencias de los ahorradores.

En el capítulo 3 de la ley general de Bancos y de otras Instituciones sobre la Administración y Control se anota (Morales Marengo, Zepeda Alaniz, & Henríquez, 1963):

**Artículo 30.-** La Junta Directiva de un banco privados estará integrada por no menos de tres miembros propietarios, y por lo menos dos suplentes. Los miembros propietarios y suplentes. Los miembros propietarios y suplentes de la Junta Directiva serán nombrados por la Junta General de Accionistas, por períodos determinados conforme el Acta Constitutiva del banco. Serán reelegibles.

**Artículo 31.-** Los miembros de la Junta Directiva de los bancos privados deberán ser personas naturales no menores de veinticinco años el día de su nombramiento, y de reconocida honorabilidad; el ejercicio de sus cargos es personal y no podrán ejercerlos por medio de representantes.

**Artículo 32.-** No podrán ser miembros de la Junta Directiva de un banco privado:

- a) Las personas que sean deudores morosos de cualquier banco o institución sujeta a la vigilancia del Superintendente de Bancos o que hubiesen sido declarados en estado de quiebra o insolvencia.



- b) Los que con cualquier otro miembro de la Directiva del banco fueren cónyuges o tuviesen relación de parentesco dentro del cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad.
- c) Los Directores, Gerentes, Funcionarios, personeros o empleados de cualquier otro banco, excepto del Banco Central y de los bancos de inversiones para el fomento nacional.
- d) Los funcionarios ejecutivos y los empleados del mismo banco.
- e) Los que hayan sido condenados por cualquier delito común.

El sistema financiero se integra por (García Aguirre & Hernández Díaz, 2015):

**1. Instituciones reguladoras:** Las instituciones reguladoras son las que se encargan de supervisar al conjunto de organizaciones que componen el sistema financiero.

**2. Instituciones financieras:** Las instituciones financieras son entidades que prestan servicios financieros a sus clientes, es decir, una compañía que ofrece a sus clientes (familias, empresa, estado) servicios relacionados con el dinero que posee o necesita. Instituciones bancarias Sistema bursátil Organizaciones auxiliares de crédito Seguros y fianzas Sistema de ahorros para el Retiro.

**3. Grupos financieros:** Grupo financiero es la agrupación de dos o más personas jurídicas que realizan actividades de naturaleza financiera, de las cuales una de ella deberá ser banco, que opera de forma integrada bajo el compromiso de seguir políticas comunes.

Instituciones auxiliares Asociaciones de instituciones financieras Asociaciones de clientes de las instituciones financieras Organizaciones dedicadas al estudio de determinadas actividades Fondos de fomento.

El sector financiero cumple un rol fundamental en el funcionamiento de la economía a través de la intermediación de los fondos de ahorro e inversión, los cuales a su vez determinan el crecimiento de largo plazo de una economía. Por lo tanto, se puede decir que

los bancos ejercen una influencia importante tanto en la asignación del capital como en el reparto de riesgo y en el crecimiento económico. La banca se encarga de respaldar y custodiar depósitos y prestar dinero, la organización y las funciones de la banca privada moderna dependería de los créditos esto será de forma factible para el desarrollo del sistema financiero nacional (Vega Zuaso & Lacayo Laguna, 2016).

La banca privada en Nicaragua también la definimos como instituciones financieras dedicadas a satisfacer las actividades financieras que exigen los clientes de forma personalizada y con mayores ofertas y oportunidades en el sistema bancario para la solución de sus problemas que exigen (Vega Zuaso & Lacayo Laguna, 2016).

De acuerdo con la Ley general de bancos y de otras instituciones, en el decreto N°. 828, expresa que todos los bancos podrán efectuar las siguientes operaciones de confianza (Morales Marengo, Zepeda Alaniz, & Henríquez, 1963):

- Recibir en custodia fondos, valores, documentos y objetos, y alquilar cajas de seguridad para la guarda de valores como los enumerados.
- Comprar y vender por orden y cuenta de sus clientes toda clase de valores mobiliarios tales como acciones, bonos, cédulas y otros.
- Hacer cobros y pagos por cuenta ajena y efectuar otras operaciones por encargo de sus clientes, siempre que fueren compatibles con la naturaleza de los negocios bancario.
- Actuar como depositario judicial y extrajudicial o como interventor de bancos u otras instituciones de crédito.
- Actuar como liquidador de toda clase de negocios pertenecientes a personas naturales o jurídicas, siempre que tales negocios no se hallaren en estado de quiebra o insolvencia.
- Intervenir, con la autorización del Consejo Directivo del Banco Central, en la emisión de títulos de crédito de instituciones facultadas para emitirlos garantizando la autenticidad de los mismos títulos o de las firmas de los emisores y la identidad de éstos, encargándose de que las garantías correspondientes queden debidamente constituidas, cuidando de que la inversión de los fondos procedentes de la emisión se

haga en los términos pactados, recibiendo los pagos de los compradores, actuando como representante común de los tenedores de los títulos, haciendo el servicio de caja o tesorería de las instituciones o sociedades emisoras, llevando los libros de registro correspondientes y representando en juntas o asambleas, a los accionistas, acreedores o deudores de las mismas instituciones o sociedades .

- Actuar como mandatario de personas naturales o jurídicas en cualquier clase de negocios o asuntos y ejercer las funciones de albacea o de guardador de bienes pertenecientes a menores incapacitados.
- Actuar como fiduciario de fideicomisos que se constituyen en virtud de leyes especiales.

## 6.2. Crédito

### 6.2.1. Definición de crédito

Castro Morales (2014, pág. 23) define que el crédito es un préstamo en dinero, donde la persona se compromete a devolver la cantidad solicitada en el tiempo o plazo definido según las condiciones establecidas para dicho préstamo, más los intereses devengados, seguros y costos asociados si los hubiere. La palabra crédito viene del latín *creditum* (sustantivación del verbo *credere*: creer), que significa “cosa confiada”. Así, crédito, en su origen, significa confiar.

Todas las empresas definen de alguna manera sus reglas para conceder y administrar los créditos a clientes, pues habrá empresas que tengan un departamento dedicado específicamente al otorgamiento de créditos y otro para la cobranza, y en otras empresas quizás el departamento de finanzas se encargue de ambas funciones. En el caso del otorgamiento de créditos generalmente se especifican las pautas para la investigación sobre el cliente, normas para fijar los límites de crédito, el monto de crédito, los pagos periódicos y la asignación de responsabilidades para administrar todo el proceso, el cual generalmente está compuesto de: investigación, análisis y aceptación del cliente (Morales Castro & Castro, 2014, pág. 100).

La promoción de los bancos, entidades de ahorro y préstamo, demás instituciones financieras y casas de cambio, requerirá autorización de la Superintendencia de Bancos y Otras Instituciones Financieras. La decisión correspondiente deberá producirse en un plazo de tres (3) meses, contados a partir de la fecha de la admisión de la solicitud de promoción. Dicho lapso podrá ser prorrogado por una sola vez, por igual período, cuando a juicio de la Superintendencia de Bancos y Otras Instituciones Financieras ello fuere necesario (Frias, 2001).

Para Morales Castro (2014, pág. 130) la decisión del solicitante de crédito es la aceptación de clientes: terminada la investigación y el análisis del crédito potencial de los clientes, se le asignará un límite de crédito en función del potencial de compras y su capacidad para cumplir con el pago en el vencimiento previsto de acuerdo con el plan de pago del crédito establecido.

Si la investigación indicara la conveniencia de rechazar el crédito, se podrían considerar algunas alternativas como es el caso del establecimiento de garantías adicionales para aprobar la petición del solicitante de crédito. Siendo la gestión de crédito un conjunto de etapas o actividades referidas a obtener la aprobación de un préstamo (Castro, 2017).

### **6.2.2. Microcrédito**

Microcrédito significa proveer a familias pobres de pequeños préstamos para ayudarlos a comenzar o expandir un negocio pequeño. El cliente típico de un programa de microcrédito es aquella persona de bajo nivel de ingresos que no tiene accesos a instituciones financieras formales. Generalmente son personas que no trabajan en relación de dependencia, si no, de forma independiente (Roberts, 2003, pág. 4).

El microcrédito se establece como opción de financiamiento para aquellas pequeñas unidades productivas que necesitan capital para generar patrimonio o para obtener activos productivos. El Microcrédito es uno de los mecanismos más importantes que coadyuvan a

las pequeñas unidades productivas a acceder a los servicios financieros, por cuanto estas pequeñas unidades productivas necesitan fuentes de financiamiento diferentes a las convencionales en la medida que no cumplen los mismos requerimientos de riesgo de crédito que se les exige a las compañías consolidadas o de mayor tamaño (Martinez, 2010).

Créditos de pequeño monto, hasta por un máximo equivalente a diez veces el Producto Interno Bruto per cápita del país, destinados a financiar actividades en pequeña escala de producción, comercio, vivienda y servicios, entre otros, otorgados a personas naturales o jurídicas que actúan de manera individual o colectiva, con negocios propios o interés de iniciarlos, y que serán devueltos principalmente con el producto de la venta de bienes y servicios del mismo (La Gaceta, 2013).

### **6.2.3. Importancia del microcrédito**

Los microcréditos son herramientas diseñadas para que los más pobres puedan crear los instrumentos que les permitan salir de la pobreza. Los créditos son pequeños cuantitativamente, pero tampoco se les exigen garantía en la mayor parte de los casos. Frecuentemente se conceden por menos de un año y es este período la duración máxima en la mayoría de las ocasiones. Las tasas de interés son superiores a las de la banca comercial, lo que permite rentabilizar las organizaciones dedicadas a este tipo de finanzas, ya que el hecho de que los clientes sean muchos y de poco volumen encarece el coste de gestión. Consecuentemente, los periodos para el pago de los intereses y la amortización son cortos (Inglada Galiana, Sastre Centeno, & Miguel Bilbao, 2015).

### **6.2.4. Ventajas y desventajas del microcrédito**

Según Lorenzana (págs. 69-72) considera que el microcrédito posee las siguientes ventajas:

- El financiamiento se realizará en condiciones de mercado muy competitivas y con menores riesgos de selección adversa.

- Este puede ser utilizado de distintas maneras: para capital de trabajo, emisión de garantías de participación y cumplimiento, apertura de cartas de crédito, aceptaciones bancarias, transferencias al exterior, desembolsos en efectivo y mejora de capacidad productiva.
- Se puede cancelar periódicamente su línea de crédito y reusar la parte disponible en ella sin tener nuevas solicitudes.
- El límite está determinado por el monto máximo del crédito, no por limitaciones de tiempo. No se está obligado a cancelar el crédito en un período determinado por anticipación, como un año o X número de meses.
- El monto pre-aprobado agiliza la solicitud de fondos y otorgamientos de inversión de nuevos créditos sólo con la actualización de información cuando se requiera.
- El crédito también puede estar avalado por instrumentos de inversión como cuentas de ahorro, CD, cuentas de seguro o activos de fácil liquidación.

El microcrédito avanza mucho más y tiene ventajas muy superiores contrato estimatorio. No todos tienen la disposición y cualidades necesarias para la venta ambulante. El microcrédito se entrega en dinero y con ello sus posibilidades son ilimitadas, permitiendo que su destinatario se convierta en auto empresario y con su imaginación invente medios a través de los cuales, con la ayuda del dinero del microcrédito, pueda, pasado cierto tiempo, rembolsar el préstamo y obtener una ganancia. No hace falta salir a la calle y pasar en ella los días como en el contrato estimatorio. Muchas madres de familia pueden trabajar en su hogar y obtener un beneficio (Calderón, Rico, Márquez, & Durán, 2015).

La base de lo que hoy se conoce como los Microcréditos no se cimentó exclusivamente por la labor de Muhammad Yunus y su iniciativa del Grameen Bank. Casi al mismo tiempo que el descubrimiento del Bengalí, surgirían en el mundo iniciativas semejantes, nacidas de la necesidad de encontrar alternativas para combatir la pobreza en países subdesarrollados (Cortez & Garcia-Amado, 2012, pág. 14).

Para Sarabia y Hernández (2013, págs. 17-18) alguna de las ventajas que se pueden destacar del microcrédito son las siguientes: Formar empresas familiares y lo vuelven “buena paga”.

De acuerdo con esto, se pueden identificar las siguientes desventajas del microcrédito: préstamos pequeños y el hijo menos odiado

### **6.2.5. Funcionamiento de los microcréditos**

Este sistema ha demostrado ser efectivo en la lucha contra lapo-breza, permitiendo un desarrollo sostenido, a través de la implantación de pequeñas empresas o negocios, que generan los ingresos suficientes como para que el prestatario pueda ir devolviendo el principal más los intereses, incrementar el nivel de vida de su familia (poder comer más de una vez al día) y además poder ahorrar parte de dichos ingresos. Aunque la tasa de ahorro sea muy reducida, es la que permitirá al prestatario poder expandir su pequeño negocio en el futuro (Campos & Castro, 2019) .

Además, los microcréditos, en todos los lugares donde se han puesto en marcha, han demostrado ser el primer paso en toda una cadena de actividades de desarrollo comunitario. A medida que varias familias de una aldea ven crecer sus ingresos, ven alguna posibilidad de disfrutar de un futuro digno, comienzan a luchar por ciertos servicios comunitarios básicos, como acceso a agua potable, construcción de letrinas, disfrutar de un medio limpio y seguro, y, sobre todo, mejorar el sistema educativo para sus hijos. (Campos & Castro, 2019).

### **6.2.6. Proceso crediticio**

### **6.2.7. Etapas del proceso crediticio**

El proceso del crédito es una serie de pasos o procesos que van desde la solicitud del crédito hasta su desembolso (Moreno C. A., 2015):

- 1. Promoción:** Se caracteriza por las visitas que se realizan para ofertar los productos financieros a clientes, para lo cual deberá ir con todas las herramientas necesarias para

brindar la información necesaria para así captar clientes (Castillo, Dávila, Flores, & Peralta, 2015).

- 2. Llenado de solicitud:** Una solicitud de crédito es el procedimiento que consiste en pedir un préstamo a una institución financiera. La solicitud en sí está compuesta por los documentos que solicita el banco para realizar la evaluación del crédito: si la persona cumple con los requisitos exigidos por la entidad, se aprobará la concesión del préstamo. Cabe destacar que la acción de pedir o pretender algo se conoce como solicitud (del latín *sollicitūdo*). Una solicitud, por lo tanto, es una diligencia o un pedido. La noción de crédito, por otra parte, refiere a una cantidad de dinero que se obtiene como préstamo (Merino, 2023).
  
- 3. Evaluación económica:** Consiste en la recopilación y análisis de la información socio económicos del cliente, esto con el propósito de constatar si se cuenta con la capacidad de pago en un plazo determinado, además, se analiza la estrategia financiera del cliente, para detectar riesgos (Tinoco, 2019).
  
- 4. Procesamiento de datos:** Se basa en analizar la condición económica en la que se encuentra el negocio, a través del uso de la herramienta que puede ser un sistema personalizado con el cual se puede determinar la capacidad de pago, la cobertura de garantía, así como analizar el patrimonio y los pasivos del cliente, el objetivo en este punto es conocer la capacidad de pago con relación al monto solicitado (Amaya, 2019).
  
- 5. Análisis de crédito:** Se encarga de hacer una revisión exhaustiva de toda la documentación y calidad de la información plasmada en todos los formatos de crédito. Así mismo, se hace un análisis y juicio previo de la información reflejada antes de pasar al comité de crédito, tiene por objetivo garantizar que toda la información esté correcta fundamentada con todos los soportes (Aranguiz, 2018).



- 6. Comité:** El Comité de Crédito es el organismo responsable de conceder préstamos o rechazar el crédito a sus asociados el cual deberá regirse por las disposiciones y políticas crediticias establecidas por la junta de directores donde se debe conocer la realidad económica de los diferentes sectores económicos y políticas de créditos, tomando en cuenta la necesidad del préstamo, solvencia moral del prestatario, solvencia económica, garantías, cumplimiento y reglamento de la financiera (Brenes, 2019).
- 7. Seguimiento del crédito:** Consiste en una visita realizada por el gerente o jefe de crédito, para la verificación de información clave después de ser aprobado el crédito, esta actividad se realiza tomando en cuenta las características del crédito, el uso del crédito solicitado, a continuación de esto el seguimiento queda a cargo del oficial de crédito en caso de que el cliente presente atrasos en algunas de sus cuotas o esté interesado en renovar el crédito (Montealegre, 2018).

### **6.3 Clientes**

Existe un hecho cierto: lo que los clientes definen como servicio ha cambiado radicalmente. En la actualidad, esa definición como localización incluye aspectos convenientes y horarios, amplitud de la gama que se ofrece a su elección, posición dominante en la categoría y rapidez en las transiciones (John, 2006, pág. 11).

#### **6.3.1. Tipos de clientes**

La alternativa más importante que encara cualquier empresa es decidir ¿qué segmentos va a atender? (segmentos meta) y ¿con qué productos? La selección de los segmentos implica establecer compromisos con ciertos grupos de clientes, desarrollar habilidades y destrezas para poder satisfacer sus necesidades y contacto con grupos de competidores específicos. Sin embargo, muchas organizaciones parecen tomar decisiones en esta área importante casi por inercia y como reacción precipitada ante las oportunidades que ofrece el mercado (Serrano, pág. 16).

Este grupo incluye dos tipos de atributos personales: hechos, que se basan en evidencias y pueden determinarse y clasificarse fácilmente siguiendo un criterio objetivo; y cogniciones que, en general, se determinan usando pruebas psicológicas indirectas y se clásica en categorías subjetivas, dependiendo del investigador. Por ejemplo, los datos demográficos, como edad, género, origen étnico e ingresos de una persona son objetivos y empíricos, y se determinan fácilmente a través de preguntas (algunos incluso pueden observarse) y permiten una clasificación precisa de cada entrevistado dentro de una categoría dada (por ejemplo, un “grupo de edades” o uno de “rango de ingresos”) (Schiffman & Lazar, 2010).

### **6.3.2. Características de los clientes de una financiera**

#### **1. Historial crediticio**

- Buen historial de crédito: Algunos clientes pueden tener un historial crediticio sólido, lo que indica su capacidad para manejar de manera responsable las deudas pasadas.
- Mal historial de crédito: Otros pueden tener problemas crediticios, lo que puede afectar su capacidad para acceder a ciertos productos financieros o afectar las tasas de interés que se les ofrecen.

#### **2. Ingresos y capacidad de pago**

- Ingresos estables: Algunos clientes pueden tener ingresos regulares y estables, lo que puede influir en su capacidad para acceder a productos financieros más amplios.
- Ingresos variables: Otros pueden tener ingresos variables, lo que puede requerir soluciones financieras más flexibles.

#### **3. Objetivos financieros**

- Ahorro a largo plazo: Algunos clientes pueden buscar servicios financieros que les ayuden a ahorrar para metas a largo plazo, como la compra de una casa o la jubilación.
- Necesidades inmediatas: Otros pueden necesitar soluciones financieras para necesidades más inmediatas, como la compra de un automóvil o el pago de deudas pendientes.

#### **4. Nivel de educación financiera**

- Conocimiento financiero sólido: Algunos clientes pueden tener un buen conocimiento de productos financieros y estrategias de gestión de dinero.
- Bajo conocimiento financiero: Otros pueden necesitar asesoramiento y educación financiera para tomar decisiones informadas sobre sus finanzas.

#### **5. Edad y etapa de vida**

- Jóvenes profesionales: Clientes jóvenes pueden estar enfocados en la construcción de su carrera y pueden necesitar servicios financieros relacionados con préstamos estudiantiles o hipotecas.
- Jubilados: Clientes mayores pueden estar más interesados en servicios que les proporcionen ingresos durante la jubilación y estrategias de gestión patrimonial.

#### **6. Tolerancia al riesgo**

- Conservadores: Algunos clientes pueden tener una baja tolerancia al riesgo y buscar inversiones más seguras y estables.
- Arriesgados: Otros pueden estar dispuestos a asumir mayores riesgos en busca de rendimientos más altos.

#### **7. Frecuencia de transacciones**

- Clientes frecuentes: Algunos pueden realizar transacciones financieras con regularidad, como depósitos, retiros o inversiones.
- Clientes ocasionales: Otros pueden tener una frecuencia de transacciones más baja.

#### **6.3.3. La fidelización de los clientes**

La fidelización se entiende cómo una acción dirigida a conseguir que los clientes mantengan relaciones estables y continuadas con la empresa a lo largo del tiempo. El fin es crear con el cliente un sentimiento positivo hacia el negocio, que sea lo que motive ese impulso de adhesión continuada (Promove consultoria e formación SLE, 2012, pág. 21).

### **6.3.3 La mora**

Es el atraso en el pago de una o más de las cuotas de capital, intereses, comisiones u otros recargos en las fechas pactadas en cuyo caso se considerará en mora el saldo del activo crediticio. Para los activos crediticios que no tengan una fecha de vencimiento determinada, esta se considerará a partir de la fecha en que se haya realizado la erogación de los fondos (Superintendencia de Bancos, 2023).

Murillo y González afirman (2012) que el moroso es la persona física o jurídica que está legalmente reconocido como deudor, en el ámbito bancario español se suele aplicar a partir del tercer recibo impagado. Para ser reconocido legalmente como moroso debe obrar en poder de ambas partes un documento legalmente reconocido donde el deudor esté obligado a efectuar dichos pagos, por ejemplo, un contrato.

## **6.4 Estrategia empresarial**

### **6.4.1 Concepto de estrategia**

Las estrategias son los medios por los cuales se logran los objetivos a largo plazo. Las estrategias empresariales incluyen la expansión geográfica, la diversificación, la adquisición, el desarrollo de productos, la penetración de mercado, la reducción de gastos, el retiro de inversiones, la liquidación y las empresas conjuntas (Mercado & Monzon, 2018).

Para Kotler y Armstrong (2013, pág. 70) la planeación estratégica de toda la organización guía la estrategia y la planeación de marketing de la empresa. Igual que la estrategia de marketing, la estrategia empresarial también debe estar orientada al cliente. La estrategia de marketing orientada a los clientes, perfila a cuáles clientes atenderá la empresa (el mercado meta) y como los atenderá (la propuesta de valor).

### **6.4.2 Tipos de estrategias**

La palabra estrategia se relaciona con la guerra y su dirección, hoy en día es entendido como aquellas ideas planeadas con el fin de alcanzar un determinado objetivo. Los tres niveles de la estrategia no deben observarse de manera aislada, sino complementaria y cohesionada; no obstante, en cada nivel se recomiendan tipos de estrategias específicas que ayudan a trazar la vía o camino a seguir para alcanzar los objetivos estratégicos y la visión de la empresa, en correspondencia con su misión y la posición estratégica interna y externa de la misma (Vargas, Sequeira, & Martinez, 2021).

- 1. Estrategia de Integración:** Este tipo de estrategia busca el dominio o el control de los distribuidores, de los proveedores o de la competencia. Existen tres tipos de estrategias de integración: 1) Integración hacia adelante; 2) Integración hacia atrás; y 3) Integración horizontal.
- 2. Estrategia Intensiva de mercado:** Consisten en "cultivar" de manera intensiva los mercados actuales de la compañía. Adecuadas en situaciones donde las oportunidades de "producto-mercado" existentes aún no han sido explotadas en su totalidad.
- 3. Estrategia de diversificación:** a diversificación es una estrategia empresarial que consiste en ampliar el mercado potencial con el objetivo de expandirse y alcanzar un mayor crecimiento. Hablando en términos marketinianos, se trata de descubrir nuevos nichos de mercado en los que la empresa pueda penetrar y lograr el éxito. Las estrategias de diversificación también pueden emplearse cuando la empresa precisa reestructurar alguna línea de negocio.
- 4. Liderazgo Estratégico:** Supone la forma más eficaz de administrar el proceso de elaboración de estrategias de una empresa para crear una ventaja competitiva. Este proceso es aquel mediante el cual los gerentes eligen y después implementan un conjunto de estrategias para lograr una ventaja competitiva. La formulación de estrategias es la tarea de seleccionar estrategias, mientras que la implementación de

estrategias es la tarea de ponerlas en acción, lo cual supone diseñar, entregar y respaldar productos; mejorar la eficiencia y eficacia de las operaciones, y diseñar la estructura organizacional de una empresa, sus sistemas de control y cultura.

5. **Administración estratégica de la calidad total:** Bajo este enfoque, los administradores de las empresas tienen que estar seguros de que conocen y entienden las expectativas de los grupos de interés e influencia, que se traducen en la definición de la misión y visión de la empresa, así como los valores socioeconómicos de la misma. Este conocimiento creará el marco de referencia dentro del cual la administración realizará su planeación estratégica, de la que resulta el despliegue.
  
6. **Control Estratégico:** Implica verificar que las estrategias básicas de la compañía estén igualadas con sus oportunidades, es decir, analizar que exista igual condición de oportunidades para aplicar una estrategia, ya que éstas, así como los programas de mercadotecnia, se vuelven obsoletas con el tiempo, cada compañía debe hacer una reevaluación de su enfoque general al mercado.

#### **6.4.6 Técnicas para diseñar estrategias**

##### **6.4.6.1 Cuadro de jerarquización de prioridades**

El objetivo de esta técnica es conocer los problemas más importantes de las personas, permitiendo la comparación entre sus prioridades. Para muchas personas los problemas prioritarios son los que se relacionan con la vida diaria y con la satisfacción de sus necesidades básicas. Para otras, en cambio, se trata de aspectos relacionados con las expectativas para el futuro. La identificación de problemas y prioridades es un paso previo al diseño de estrategias. Este análisis nos permitirá clarificar cuáles son nuestros objetivos, los problemas a los que tenemos que responder y cómo hacerlo (Moreno, Aguirres, & Cuadrado, 2012)

Para Moreno, Aguirres & Cuadrado (2012) las tareas a desarrollar para la elaboración de una estrategia son:

- Organización de la información obtenida en el diagnóstico de la situación.
- Establecimiento de objetivos que se desean alcanzar.
- Identificar los colectivos a los que se dirigen (por ejemplo, las mujeres y los jóvenes), sectores económicos, territorio...
- Desarrollar líneas o propuestas de actuación.
- Distribuir los recursos disponibles para cada propuesta (recursos humanos, financieros, técnicos).
- Identificar el papel que deben desempeñar los colectivos afectados.
- Identificar los posibles interlocutores (instituciones, agentes de desarrollo, asociaciones, redes).

## 7. HIPÓTESIS O SUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN

**Cuadro No.1. Operacionalización por objetivos específicos**

| <b>OBJETIVO ESPECÍFICO DEL ESTUDIO</b>  | <b>DIMENSIONES DE ANÁLISIS</b>                                | <b>DEFINICIÓN OPERACIONAL</b>  | <b>CATEGORIA</b>   | <b>FUENTE DE RECOLECCION DE DATOS</b>   |
|---|---|--|--|---|
| 1- Describir los tipos de créditos y los beneficios que ofrece la financiera Fondo de Desarrollo Local (FFFDL) a los clientes del municipio de Wiwilí Jinotega.   | Sector crediticio en FFFDL del municipio de Wiwili, Jinotega. | El crédito es “la entrega de un valor actual, sea dinero, mercancía o servicio, sobre la base de confianza, a cambio de un valor equivalente esperado en un futuro, pudiendo existir adicionalmente un interés pactado” (Morales & Morales, pág. 24).  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Organización de la financiera</li> <li>- Funciones del personal</li> <li>- Tipos de créditos</li> <li>- Garantías</li> <li>- Beneficios de crédito</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación documental</li> <li>- Entrevistas</li> </ul>                                     |
| 2. Determinar el funcionamiento de las etapas del proceso de gestión del crédito (promoción, llenado de solicitud, evaluación económica, procesamiento de datos, análisis del crédito y comité. seguimiento) implementado por la Financiera Fondo de Desarrollo Local (FFFDL) a los clientes del municipio de Wiwilí, Jinotega. | Gestión de crédito  | Gestión de crédito es un conjunto de etapas o actividades referidas a obtener la aprobación de un préstamo (Castro, 2017).   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promoción</li> <li>- Llenado de solicitud</li> <li>- Evaluación económica</li> <li>- Análisis de crédito</li> <li>- Comité de crédito</li> <li>- Seguimiento al cliente.</li> </ul>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación documental</li> <li>- Entrevistas</li> </ul>                                     |
| 3. Analizar la valoración que tienen los clientes sobre la gestión de crédito brindado por la financiera FFFDL en la sucursal de Wiwilí en el periodo 2022-2023.  | Clientes  | Clientes, es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para si mismo, para una empresa u organización (Aburto, 2016).  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Características clientes (edad, sexo, estado civil, ingresos, otros)</li> <li>- # clientes.</li> <li>- # créditos otorgados</li> <li>- Valoración del acceso al crédito</li> <li>- Morosidad</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Encuesta</li> <li>-Investigación documental</li> <li>- Entrevista semi-estructurada.</li> </ul> |
| 4. Proponer estrategias adecuadas para la eficiencia y eficacia en el proceso de gestión de crédito en la financiera Fondo de Desarrollo Local (FFFDL)  | Estrategia empresarial  | La gestión estratégica tiene por finalidad definir el área de actividad futura de la empresa, a qué mercados va a dirigirse, para satisfacer qué necesidades, con qué productos. Se trata de elegir el negocio o negocios en los que la empresa competirá en el futuro (Freije & Freije, 1994, pág. 12). | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortalezas y debilidades de la gestión del crédito</li> <li>- Oportunidades y Amenazas del entorno</li> <li>- Propuestas de estrategias</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis PESTEL</li> <li>- Análisis FODA</li> </ul>  |



## Hipótesis de la investigación

La eficiencia en la atención al cliente y en aprobación del crédito incide en la fidelización de los clientes en la financiera FFDL sucursal de Wiwilí, departamento de Jinotega.

**Variable independiente:** Atención al cliente  
Aprobación del crédito

**Variable dependiente:** Fidelización

## 8. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

| Variable                   | Definición conceptual  | Indicadores  | Técnicas de recolección de datos   |
|----------------------------|--|--|--|
| <b>Atención al cliente</b> | El servicio al cliente puede ser definido, en un sentido amplio, como la medida de actuación del sistema logístico para proporcionar en tiempo y lugar un producto o servicio. El concepto de servicio al cliente es a menudo confundido con el de satisfacción del cliente, que es un concepto más amplio, ya que incluye todos los elementos del marketing mix: producto, precio, promoción y distribución (Zeithaml, 2018). | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiempo de espera</li> <li>- Tiempo de atención</li> <li>- Evaluación directa</li> <li>- Reclamos</li> </ul>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Encuesta</li> <li>- Entrevista semi-estructurada</li> </ul> |
| <b>Aprobación crédito</b>  | Es la sustentación de la operación crediticia ante el Comité de Crédito, la cual es analizada, a fin de detectar las deficiencias (Castillo & Davila, 2015).   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Situación financiera</li> <li>- Historial crediticio</li> <li>- Plazo, mensualidad de pago y tasa de interés</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Encuesta</li> <li>- Entrevista semi-estructurada</li> </ul> |
| <b>Fidelización</b>        | La fidelización es una acción dirigida a conseguir que los clientes mantengan relaciones estables y continuadas con la empresa a lo largo del tiempo. El fin es crear con el cliente un sentimiento positivo hacia el negocio, que sea lo que motive ese impulso de adhesión continuada (Promove consultoria e formación SLE, 2012, pág. 21).  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cliente activo</li> <li>- Cliente potencial</li> <li>- Cliente valioso</li> </ul>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Encuesta</li> <li>- Entrevista semi-estructurada</li> </ul> |

## **9. DISEÑO METODOLÓGICO**

### **9.1. Tipo de Estudio**

La investigación aplicada, entendida como la utilización de los conocimientos en la práctica, para aplicarlos en provecho de los grupos que participan en esos procesos y en la sociedad en general, además del bagaje de nuevos conocimientos que enriquecen la disciplina (Cordero, 2009).

Según el nivel de conocimiento es una investigación aplicada, porque se estudiará una problemática real sobre el proceso de gestión de crédito, sus políticas y se van a sugerir estrategias para la mejora de la financiera FFDL sucursal Wiwili del departamento de Jinotega.

Según el enfoque filosófico, este estudio es de tipo cuali-cuantitativa o mixta porque analiza a profundidad la problemática de la gestión del crédito, y comprueba la relación entre las variables: atención al cliente y aprobación de crédito.

El proceso de investigación mixto implica una recolección, análisis e interpretación de datos cualitativos y cuantitativos que el investigador haya considerado necesarios para su estudio. Este método representa un proceso sistemático, empírico y crítico de la investigación, en donde la visión objetiva de la investigación cuantitativa y la visión subjetiva de la investigación cualitativa pueden fusionarse para dar respuesta a problemas humanos (Otero Ortega, 2015).

### **9.2. Área de estudio.**

Esta investigación pertenece al área de Ciencias Económicas y Administrativas.

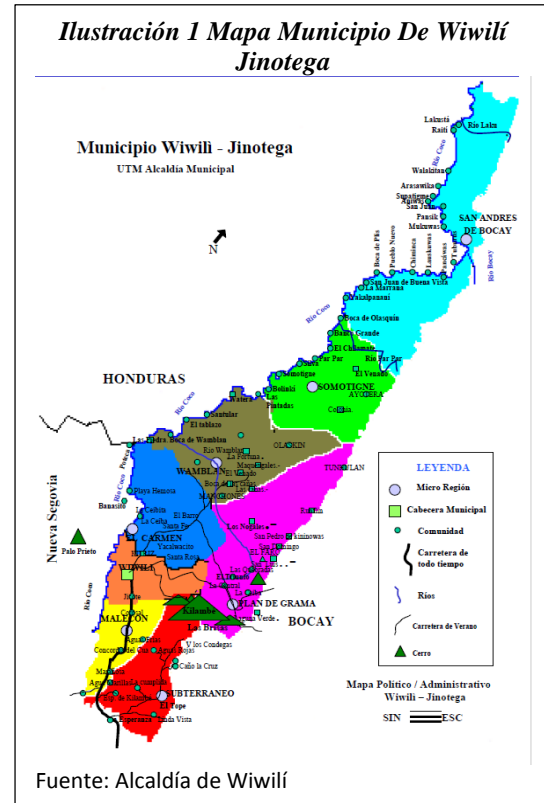
La línea de investigación CEC-2: Organizaciones, gobierno y economía nacional

La Sub línea de investigación CEC-2.3: Estrategia empresarial, producción, mercadotecnia, talento humano y toma de decisiones.

### 9.2.1. Área geográfica

El municipio de Wiwilí perteneciente al departamento de Jinotega, se fundó en 1989, cuenta con una superficie de 2370 km<sup>2</sup>, posee una densidad poblacional de 32,36 habitantes/km<sup>2</sup>, con una población de 76,697 habitantes aproximadamente, perteneciendo un 81.5% al área rural y el 18.5% al área urbana (Centroamericana, 2013).

Wiwilí es un vocablo de origen misquito que significa “Zompopo de Agua”, palabra derivada de Wiwi “zompopo” y de Li, que significa agua, el municipio se divide en 17 barrios en el área urbana y 154 comunidades rurales distribuidos en 8 microregiones: Wiwilí (15 comunidades); Plan Grama (24 comunidades); Somotigne, (17 comunidades), Wamblán (42 comunidades); Maleconcito (14 comunidades); El Subterráneo, (8 comunidades); El Carmen, (8 comunidades), y; San Andrés Río Coco (20 comunidades). (Centroamericana, 2013)



Limita al norte con la república de Honduras, al Sur, con los municipios de Santa María de Pantasma y el Cuá, al este con el municipio de San José de Bocay, al oeste con el municipio de Wiwilí Nueva Segovia.

Su principal actividad económica es el sector agrícola y pecuario, predominando el café, maíz, frijol, plátano, tomate, cacao, chíá, etc. Y en la ganadería: bobina, porcina y caprina. El café y la ganadería son las principales actividades dinamizadoras de la economía de Wiwilí.

En el municipio tienen presencia empresas como CISA Exportadora y Atlantic, quienes son grandes compradores de café. Así como una Asociación de Ganaderos que ejecuta

proyectos vinculados a la producción y comercio de leche y carne con fondos del Instituto de Desarrollo Rural y el BID.

### **9.3. Población y muestra**

#### **Universo de estudio**

El universo de estudio es la Financiera Fondo de Desarrollo Local (FFDL) del municipio wiwili del departamento de Jinotega, quien tiene un total de 14 colaboradores, y una cartera de 789 clientes.

#### **Muestra de Estudio**

Considerando que la presente investigación es cuali-cuantitativa, se definieron criterios de selección de la muestra para ambos enfoques. Un total de 63 clientes fueron sujeto de investigación para recolección de datos.

#### **Criterios de selección para la muestra cualitativa**

Este tipo de muestreo es no probabilístico porque no todos los individuos tienen la misma probabilidad de participar en el estudio. Para ello se han definido criterios de selección de la muestra considerando los siguientes aspectos:

- Participación voluntaria de los entrevistados
- Promotores de crédito
- Gerente de la sucursal de wiwili
- Clientes activos de la financiera

### **Cálculo del tamaño de la muestra cuantitativa**

Para cumplir con el tercer objetivo de esta investigación que pretende valorar los procesos de gestión de crédito por parte de los clientes de la financiera FFDL de la sucursal Wiwili en el departamento de Jinotega, se aplicarán encuestas y se requiere identificar el tamaño de la muestra estadística.

Se aplica la fórmula de cálculo de la población finita que es la siguiente:

n= población

Z= nivel de confianza

P= estimación proporcional de la población

Q= diferencia estimación proporcional de la población

e= error estándar

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{(N - 1) e^2 + Z^2 * P * Q}$$

n=720 clientes

z=95% = 0.95

P= 50 = 0.5

Q= 1-0.5 = 0.5

E= 5% =0.05

Población total= 162.45/2.023125

Muestra de la población=80.30

**= 80 encuestas a clientes**

El tipo de muestreo es probabilístico, ya que todos los clientes tendrán la misma probabilidad de ser seleccionado. Se aplicará el muestreo aleatorio simple, se seleccionarán los clientes al azar que acudan a la financiera FFDL a pagar sus créditos.

#### **9.4 Métodos, técnicas e instrumento de recopilación de datos**

En esta investigación se aplicarán tres técnicas de recopilación de datos: investigación documental, entrevista semi-estructurada y encuesta aplicada en línea.

**La investigación documental** se define como una de las técnicas de la investigación cualitativa que se encarga de recolectar, recopilar y seleccionar información de las lecturas de documentos, revistas, libros, grabaciones, filmaciones, periódicos, artículos resultados de investigaciones, memorias de eventos, entre otros; en ella la observación está presente en el análisis de datos, su identificación, selección y articulación (Reyes Ruiz, 2020).

**La entrevista**, es donde se tiene la oportunidad establecer una relación dialógica que permite recolectar datos de una manera más expositiva. Para esto, toda entrevista debe estar sujeta a un plan predeterminado en el que las preguntas o temas sean cuidadosamente seleccionados y pertinentes de acuerdo con su propósito (Noguera, 2011).

La entrevista es una herramienta de vital importancia en las ciencias sociales, pues la mayor parte del desarrollo de las investigaciones en esta área del conocimiento depende de la información obtenida mediante esta técnica (Noguera, 2011).

**La encuesta:** La técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz. En el ámbito sanitario son muy numerosas las investigaciones realizadas utilizando esta técnica, como queda demostrado en los 294 artículos encontrados en la base de datos (Anguita, 2011).

## **9.5 Etapas de la investigación**

### **Etapa 1. Investigación documental**

Esta etapa comenzó con la elaboración del protocolo de investigación, donde se realizó una revisión documental de base de datos y sitios web de la UNAN-Managua, para elaborar los antecedentes y el marco teórico de esta investigación.

El segundo momento de esta etapa se realizó en la financiera cuando se recopiló la información documental referida a la organización, funciones del personal, datos estadísticos sobre los distintos tipos de crédito e informes sobre el proceso de aprobación y seguimiento a clientes.

### **Etapa 2: Elaboración de instrumentos**

En esta fase se diseñaron los instrumentos para la recolección de datos, tales como: Entrevistas a gerente (Anexo No.1), entrevista a promotores de créditos (Anexo No.2) y entrevista a clientes (Anexo No.3). Además, se diseñó una encuesta dirigida a los clientes (Anexo No.4).

### **Etapa 3: trabajo de campo**

Para la etapa de trabajo de campo, se visitó la financiera FFDL, sucursal Wiwilí departamento de Jinotega, en la aplicación de instrumentos como las entrevistas semiestructuradas, se tuvo la participación del gerente de la sucursal de Wiwilí, como todo su personal a cargo. También, se visitaron a algunos clientes ubicados en el casco urbano y el área rural de la financiera para la aplicación de encuestas y entrevistas.

Se obtuvo una cita con el gerente de la sucursal, la cual se realizó el 10-10-2023, una vez aplicada la entrevista al gerente, se programaron las entrevistas a los colaboradores

(responsable de caja, responsable de operaciones y atención al cliente, y 4 promotores de créditos), la que fue realizada el 13 de octubre.

En la aplicación de encuestas y entrevistas a clientes de la sucursal, el gerente de sucursal facilitó un listado de ciertos clientes con sus direcciones domiciliarias para visitarles (85 clientes del área urbana de Wiwilí, 10 clientes de la comunidad Wamblán y 12 clientes de la comarca Plan De Grama.

#### **Etapa 4. Análisis y elaboración del informe final**

Para esta etapa, se analizaron todos los resultados obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos. Las entrevistas fueron transcritas, editadas y se organizaron en función de la temática abordada, de las entrevistas se tomará la información más relevante para el análisis. En el caso de las encuestas se elaboraron las tablas. Se realizó una triangulación por fuentes de información.

Se elaboró el documento final tomando en cuenta toda la información obtenida a través del trabajo de campo con el propósito de brindar resultados que permitan dar salida al tema de investigación; además de sus respectivas conclusiones, recomendaciones y estrategias que contribuyan al mejoramiento del proceso de gestión de crédito de la financiera.



## **10. ANALISIS Y DISCUSION DE LOS RESULTADOS**

### **10.1. Caracterización de la Financiera FFDL**

#### **10.1.1. Creación de la Financiera FFDL**

Financiera FFDL, tiene su origen en la Asociación Fondo de Desarrollo Local, AFDL, que operaba como una ONG, creada en el año 1993 por el Instituto Nitlapán, perteneciente a la extinta Universidad Centroamericana (UCA), que transfirieron sus activos, personal, metodología, cartera y clientes, y su condición de institución líder en la prestación de servicios financieros a los empresarios de la micro, pequeña y mediana empresa, tanto en el sector rural, como en el sector urbano (Financiera FDL, 2016).

A partir del tres de mayo de 2016 se constituye como Financiera FFDL, donde inicia operaciones después de cumplir los requerimientos y ser autorizada por la Superintendencia de Bancos y de Otras Instituciones Financieras, SIBOIF (La Superintendencia de Bancos y de Otras Instituciones Financieras) (Financiera FDL, 2016).

Al iniciar operaciones, Financiera FFDL, recibe en administración una cartera de US\$ 90.0 millones colocados en 70.0 mil clientes, distribuida en: sector agropecuario: US\$31.5 millones, (35%) mejoramiento de viviendas US\$24.3 millones, (27%) comercio y servicio US\$28.8 millones, (32%) y consumo con US\$5.4 millones, (6%) (Financiera FDL, 2016).

Su objetivo es ofrecer productos financieros que contribuyan al desarrollo nacional a través de la capitalización de las familias, principalmente rurales; para lo cual, además de crédito, ofrecemos servicios no financieros mediante la firma de alianzas estratégicas. Así, se brinda asistencia técnica y capacitación, apoyo en la comercialización de productos agropecuarios, y seguridad en las inversiones que realizan los clientes (Financiera FDL, 2016).

Financiera FFDL cuenta con una red de 39 sucursales distribuidas en el territorio nacional, a través de las cuales se ofrecen servicios de crédito, asistencia técnica, microseguros y

seguros, atiende tanto al sector rural como urbano, con un catálogo de productos diseñado para adaptarse a las diversas actividades de los clientes (Financiera FDL, 2016).

La experiencia en Crédito Rural, es reconocida internacionalmente. Cada año funcionarios de FFDL son invitados a compartir experiencia en otras instituciones del continente, a través de foros, consultorías y asesorías para la creación de productos acordes a este sector (Financiera FDL, 2016).

FFDL inicia operaciones en Wiwilí en agosto de 1992. La cartera actual de la sucursal alcanza a 945 clientes, con un saldo de 118,744,272 córdobas. Hoy por hoy el FFDL es un punto de referencia en Wiwilí, considerándolo tanto por la población como por las autoridades locales como una institución líder en pro del fortalecimiento y el desarrollo de la economía de la zona, apoyando principalmente a los pequeños, medianos empresarios y cafetaleros.

FFDL, durante el periodo 2022-2023 ha ofrecido créditos desde US\$ 100 hasta US\$ 300 mil dólares en moneda nacional o dólares norte americanos, con plazos desde dos meses para aprovechar las ventas de temporada, hasta 72 meses para la compra de viviendas. La frecuencia de pago varía según la actividad económica de los clientes: semanal, quincenal, mensual, al vencimiento, semestral, trimestral o irregular (Financiera FDL, 2016).

### **10.1.2. Misión, Visión, Objetivos y Valores**

#### **Misión**

Financiera FFDL es una institución Financiera regulada cuyo propósito consiste en prestar servicios financieros a la población. Desarrollamos esfuerzos especiales para atender a las micro, pequeñas y medianas empresas, así como a los asalariados y personas urbanas y rurales, con el fin de promover la sostenibilidad financiera y el desarrollo social y ambiental de nuestros clientes (Financiera FDL, 2016).

## **Visión**

FFDL se visualiza como el líder a nivel nacional, y un importante actor a nivel regional, en la prestación de servicios financieros a los sectores urbanos y rurales que atiende, ofreciendo una gama de productos y servicios altamente tecnificados, que faciliten la ampliación de la inclusión financiera y que respondan a las demandas de los clientes en el desarrollo de sus actividades económicas o personales, además de promover las alianzas adecuadas, bien sea para la prestación de dichos servicios financieros o para favorecer los mismos apoyándose en la prestación de servicios no financieros (Financiera FDL, 2016)

## **Valores**

En la página web de FFDL (2016) se precisan los valores de esta financiera, y son:

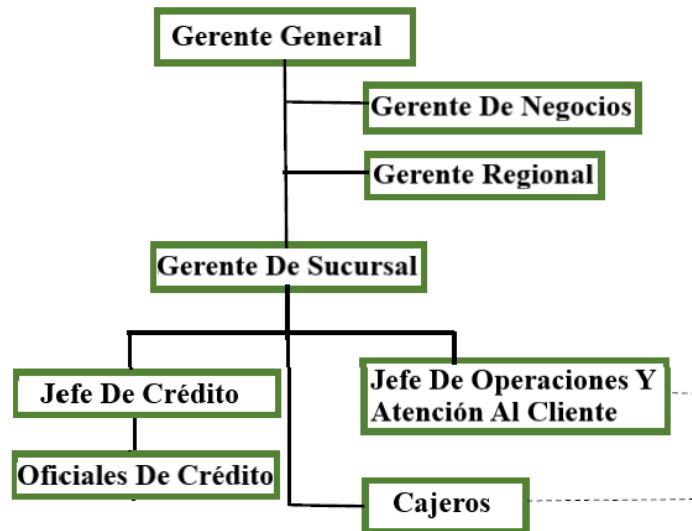
- 1. Equidad en el acceso a los servicios:** En FFDL se comprende las necesidades de los sectores socioeconómicos que atendemos, por lo cual dentro de su oferta cuentan con metodologías, productos y servicios destinados a satisfacer esas necesidades, haciendo énfasis en el desarrollo de productos y servicios para que sectores con menos recursos económicos pueden alcanzar una mayor inclusión financiera.
- 2. Ética profesional:** FFDL, está comprometido en desarrollar su trabajo en el marco de honestidad, honradez, transparencia, disciplina, confidencialidad y lealtad.
- 3. Espíritu de servicio:** FFDL, siempre está interesado en brindar su mejor esfuerzo, proporcionando servicios de calidad, bajo normas y procedimientos establecidos, se comparte una verdadera pasión por atender las necesidades de los clientes.
- 4. Respeto:** Se comprende y se valora los intereses y necesidades de los clientes, se reconoce la dignidad, valorando todas las personas por igual, en sus relaciones prevalece el trato amable, cortes y tolerante a la adversidad.

- 5. Tolerancia ideológica:** Todo profesional tiene la opción de trabajar en FFDL, independientemente de sus creencias religiosas, ideológicas y políticas, siempre y cuando se identifique con la misión.
- 6. Eficiencia y eficacia:** Trabajar con eficiencia para alcanzar los objetivos al costo mínimo o permitiendo el menor número de imprevistos, así como trabajar con eficacia alcanzando los objetivos en tiempo y forma, siempre y cuando el quehacer diario no vaya en contra de los principios y la misión de la institución

### 10.1.3. Estructura organizativa y funciones de las áreas

Actualmente, la Financiera Fondo de Desarrollo Local (FFDL) cuenta con un total de tres áreas: Gerencia, dirigida por el gerente de sucursal; negocios, conformada por 4 oficiales de crédito y 1 jefe de crédito, distribuidos en distintas comunidades rurales y áreas urbanas del municipio de Wiwilí Jinotega y Nueva Segovia, operaciones, quienes se encargan de la formalización del crédito y caja, donde se lleva a cabo el desembolso del crédito.

Ilustración 2. Organigrama de FDL, sucursal Wiwilí, Jinotega. 2023



Fuente: FDL Sucursal Wiwilí

### **Funciones de cada área:**

- **Gerencia:** Es la que se encarga de dar seguimiento a todas las áreas que conforman la sucursal.
- **Negocio:** Está conformada por el jefe de crédito quien realiza el control de calidad a cada expediente y verifica que el crédito sea utilizado para el destino solicitado y los oficiales de crédito los cuales se encargan de captar clientes, realizar evaluaciones, cobrar la mora y fidelizar clientes.
- **Operaciones:** Está a cargo de una persona, la cual tiene la función de supervisar el área de caja y realizar su cierre; también se encarga de la formalización de créditos, atención al cliente, velar por gastos de caja chica, papelería y limpieza.

## **10.2. Tipos de crédito y beneficios que ofrece la financiera**

### **10.2.1. Tipos de crédito que ofrece FFDL**

Actualmente, la Financiera FFDL, cuenta con cinco agrupaciones de créditos creados de acuerdo con los diferentes perfiles que presentan sus clientes, y son:

#### **1. Préstamos para micro, pequeños y medianos empresarios:**

Créditos en grupo solidario o individual, este puede ser utilizado para capital de trabajo, ventas de temporada, compra de equipos, gastos personales y mejoramiento de vivienda, los montos van desde US\$100 hasta US\$10,000, el cual puede ser otorgado a un plazo máximo de 18 meses.

#### **2. Préstamos para PYMES**

Este tipo de Créditos es en modalidad individual, puede ser utilizado para capital de trabajo, ventas de temporada, compra de equipos, gastos personales, mejora o ampliación de

viviendas, el monto va desde US\$ 10,001 hasta US\$ 300 mil dólares y puede ser otorgado a un plazo máximo de 36 meses.

### **3. Préstamos para productores agrícolas o pecuarios.**

Estos créditos se tramitan en modalidad individual, los cuales pueden estar destinados para capital de trabajo, inversiones, establecimiento de plantaciones, compra de equipos, el monto asciende desde US\$ 100 hasta US\$ 10 mil dólares y puede ser otorgado a un plazo máximo hasta de 48 meses.

### **4. Préstamos para productos de inversión y desarrollo**

Estos créditos son medioambientales, se usan para forjar el establecimiento de medidas de adaptación al cambio climático, tales como, silvopastoril, cosecha y conservación de agua, sistema de riego y diversificación productiva, también puede estar incluida la compra de equipos, de igual manera se incluyen capacitaciones y asistencia técnica, los montos van desde US \$100 Hasta US \$100,000 y puede ser propuesto a un plazo máximo de 60 meses.

### **5. Préstamos para asalariados.**

Estos se otorgan con una modalidad individual, están destinados para gastos personales, mejoramiento o ampliación de viviendas, compra de motos o vehículos, compra de viviendas, capital de trabajo, los montos ascienden desde US \$100 hasta US \$100 mil dólares, pueden proponerse a un plazo máximo de hasta 72 meses.

La Tabla No.1 se realizó en base a los tipos de créditos que ofrece la financiera FFDL, clasificándolos en base al tipo de garantía con el propósito de proporcionar una estructura más clara sobre el funcionamiento de los diferentes créditos que otorga la financiera y de esta manera mejorar la comprensión.

Tabla 1. Clasificación de los microcréditos para capital de trabajo y según tipo de garantía. 2022-23

| Tipo de garantía   | Tipo de crédito              | Rango de monto en dólares (U\$) | Plazo máximo (meses) y destino                                      | Tasa de interés (mensual) |
|--|------------------------------|---------------------------------|---|---------------------------|
| - Fianza solidaria<br>- Garantía mobiliaria<br>- Sin garantía dependiendo del monto y record del cliente | Microempresa I               | De 100 a 2,500                  | 36 meses<br>(Para capital de trabajo hasta 24; y para inversión 36) | 5%:                       |
| - Fianza solidaria<br>- Garantía mobiliaria<br>- Sin garantía dependiendo del monto y record del cliente | Microempresa II              | De 2,501 a 5,000                | 36 meses<br>(Para capital de trabajo hasta 24; y para inversión 36) | 3.8333%                   |
| - Fianza solidaria<br>- Garantía mobiliaria<br>- Sin garantía dependiendo del monto y record del cliente | Préstamo PYME                | De 5,001 a 10,000               | 48 meses<br>(Para capital de trabajo hasta 36; y para inversión 48) | 3%                        |
| - Sin garantía (De acuerdo con su historial crediticio)<br>- Fianza solidaria.<br>- Garantía mobiliaria  | Microcrédito agropecuario I  | De 100 a 2,500                  | 24 meses<br>(Para capital de trabajo)                               | 3%                        |
| - garantía (basado historial de crédito)<br>- Fianza solidaria.  | Microcrédito agropecuario II | De 2,501 a 10,000               | 48  | 2.5%                      |

Fuente: Sistema de administración de crédito, financiera FFFDL, sucursal Wiwilí.

Tabla 2. Clasificación de los microcréditos para gastos personales y según tipo de garantía. 2022-23

| Tipo de garantía   | Tipo de crédito        | Rango de monto en dólares | Plazo máximo (meses) y destino  | Tasa de interés (mensual) |
|--|------------------------|---------------------------|---|---------------------------|
| - Fianza solidaria, sin garantía   | Préstamo de consumo I  | Hasta 2,500               | 24 meses (Gastos personales, salud, educación)  | 3.33%                     |
| - Fianza solidaria<br>- Garantía mobiliaria<br>- Sin garantía dependiendo del monto y record del cliente | Préstamo de consumo II | 2,501 a 10,000            | 24 meses (Compra de motocicletas de dos y tres ruedas, taxi o vehículos usados de uso personal o del negocio) | 3%                        |
| - Fianza solidaria, garantía mobiliaria dependiendo del monto e inversión                                | Mejora de vivienda I   | Hasta 3,000               | 36 meses<br>(Ampliación, mejora, construcción, reparación)  | 3.5%                      |
| - Fianza solidaria, garantía mobiliaria dependiendo del monto e inversión                                | Mejora de vivienda II  | De 3,001 a 10,000         | 36 meses<br>(Ampliación, mejora, construcción, reparación)  | 2.5%                      |

|   |                    |                           |  |   |
|---|--------------------|---------------------------|--|---|
| - Garantía Mobiliaria (Hipoteca, Fiador solidario, hipotecario o con garantía mobiliaria. | Préstamo comercial | Mayor de 10,001 a 300,000 | Hasta US\$50,000 dólares: Hasta 36 Meses<br>Mayor a US\$ 50,000: Hasta 48 meses. | Hasta 30,000 dólares 2%, Mayor a 30,000 1.67% |
|---|--------------------|---------------------------|--|---|

Fuente: Sistema de administración de crédito, financiera FFFDL, sucursal Wiwilí.

### **10.2.2. Beneficios que ofrece la financiera**

El gerente de la sucursal comentó acerca de los diferentes beneficios que brinda FFDL a los clientes en las diferentes actividades económicas que estos desempeñan, en los que describió los siguientes:

#### **1. Asistencia Técnica**

Con el objetivo de alcanzar un mayor impacto en el desarrollo que permita mejorar el nivel de competitividad y obtener mayores ingresos a los clientes, inició el programa de crédito con Asistencia Técnica en conjunto con el Instituto de Investigación y Desarrollo Nitlapán.

#### **2. Programas de Financiera Fondo de Desarrollo Local (FFDL)**

**Proyecto Cambio:** Protección de la biodiversidad en el corredor biológico mesoamericano, Se financió a 1,511 productores recibieron crédito, asistencia técnica e incentivos monetarios, para ecoturismo, agroforestería, sistemas silvopastoriles y agricultura.

**Atención a cafetaleros:** La plaga de Roya afectó los cafetales de miles de productores en el año 2013. En conjunto con Nitlapan se brindó asistencia técnica 3,500 productores, clientes de FFFDL, para revertir los efectos de la plaga de roya, a través de una fertilización adecuada, manejo de sombra, y aplicación de fungicidas en las plantaciones, complementariamente se otorgaron préstamos para capital de trabajo y para renovación de cafetales a plazos adecuados.

**Atención a ganaderos:** Se ha brindado crédito asistencia técnica a más de 2,000 productores ganaderos a través Nitlapan y TecnoServe, para estos productores implementen sistemas semi tecnificados para mejorar los rendimientos y realizar planes de manejo de las fincas que permitan la sostenibilidad ambiental.



**Ecomicro:** Programa implementado en el occidente del país, con el objetivo que los productores incorporen medidas de adaptación al cambio climático. En el año 2015, doscientos treinta productores recibieron créditos y asistencia técnica para implementar las medidas de adaptación, las más solicitadas fueron: Sistemas silvo-pastoriles, equipos de riego y cosechas de agua.

**Proyecto Agrofinanzas Climáticamente Inteligente:** En el siguiente enlace encontraras más información sobre: Fincas modelos, Agro Emprende, Centro de Llamadas para Asistencia Técnica y Asistencia Técnica Multimedia.

**Productos Verdes:** Este portafolio de productos especiales, plantea ofrecer recursos a los pequeños y medianos productores para la reconversión productiva. Así mismo, que se vinculen al mercado internacional. Se destina el equivalente a casi el diez por ciento de la cartera de crédito total de Financiera FFDL, en donde se ofrecen tasas de interés más bajas y plazos más largos para lograr los impactos deseados en la reconversión y la capitalización de nuestros clientes.

El objetivo es facilitar recursos a mediano y largo plazo para financiar inversiones de apoyo a procesos de reconversión productiva y mejoras en la productividad. Estos préstamos van acompañados de capacitación y asistencia técnica brindadas por especialistas.

### **3. Los productos de la Cartera de Desarrollo son:**

**Establecimiento de plantaciones:** Este crédito ofrece al cliente condiciones que le permiten establecer nuevas o renovar las plantaciones de rubros perennes o semiperennes como frutales, café o plátano. El objetivo es que permita acompañar el proceso de capitalización de los clientes. Capitalización comercial: Este crédito tiene como objetivo, darle la oportunidad a los clientes o hijos de clientes que tengan edad de independizarse, de hacerlo a través de un préstamo de inversión. Este crédito fortalece el desarrollo e incremento de la competitividad de los microempresarios.

**ECOMICRO:** ante los efectos del cambio climático, tenemos disponible el producto financiero verde para la adaptación al cambio climático denominado “ECOMICRO”, el cual consiste en otorgar crédito a productores para que inviertan en medidas adaptación, tales como: cosecha de agua, construcción de pozos, incorporación de sistemas de riego y manejo silvo-pastoril de la ganadería.

**Paneles solares:** A través de este crédito, Financiera FFDL pretende atender la demanda de pobladores de zonas rurales de todo el país, de tal forma que puedan contar con luz en sus hogares y fincas, mediante la adquisición financiada de un sistema de generación eléctrica.

Micro seguros FFDL: Financiera FFDL es una institución pionera en la oferta de micro seguros en Nicaragua. Los microseguros están dirigidos a poblaciones de bajos recursos económicos, diseñados para la protección de los riesgos que se enfrentan a diario y en las transacciones comerciales y financieras. Actualmente se comercializan los siguientes productos

**Familia Segura»**, es un seguro de adquisición voluntaria, tiene un costo de U\$ 23.28. Se ofrece a todos los clientes de Financiera FFDL para beneficio exclusivo de sus familiares al acontecer algún percance (fallecimiento) tales como: gastos funerarios por U\$ 400.00. Bonos de alimentación de U\$ 200.00, por seis meses, de igual forma otorga al asegurado un nuevo beneficio el cual consiste en entregar US\$200.00 dólares como apoyo para los gastos fúnebres en caso de fallecer el cónyuge. Este microseguro tiene un componente de salud preventiva para la mujer: Examen Papanicolaou y una consulta médica ginecológica. Ambos son gratuitos.

**Vida Segura”** es un seguro de adquisición voluntaria, tiene un costo de U\$12.55 o su equivalente en moneda nacional. Se ofrece a todos los clientes de Financiera FFDL para beneficio exclusivo de sus familiares al acontecer algún percance (fallecimiento) tales

como: gastos funerarios por U\$ 400.00 y bonos de alimentación de U\$ 200.00, por seis meses.

**Siempre Seguro**” es un seguro de adquisición voluntaria, consiste en una póliza de vida con cobertura anual con un costo de C\$ 456.00 córdobas para mujer y C\$ 684.00 para el varón en Plan A.

### **Servicios Integrales**

- Servicios básicos: agua, energía eléctrica.
- Depósitos, pagos de préstamos y pagos de tarjetas BDF, LAFISE, FICOHSA, AVANZ.
- Pagos por seguros facultativos al INSS.
- Cambio de cheques fiscales
- Servicios de cable e internet.
- Pago de tarjeta CREDISIMAN.
- Retiro y envío de remesas Western Unión.
- Pago de visas estadounidense de no inmigrante.

## **10.3. Funcionamiento de las etapas del Proceso de Gestión del crédito implementado por la financiera FFDL, sucursal Wiwilí**

### **10.3.1. Promoción del Crédito**

La promoción es una de las funciones principales para iniciar con el proceso de crédito, es ahí donde se tiene el primer contacto con el cliente potencial, por este medio se da a conocer FFDL como institución, para ofrecer productos, servicios financieros y no financiero.

La promoción del crédito puede ser de dos tipos. La promoción interna, brindada por la visita a las instalaciones, donde se tiene contacto directo con el cliente. La promoción externa, donde el cliente potencial conoce los servicios financieros a través de terceros, lo que se conoce como el boca a boca, donde se recomienda a la financiera como una

institución de prestigio en la que pueden confiar siempre siguiendo el ejemplo de los clientes con un amplio historial crediticio.

*Un cliente de una comunidad cercana al municipio de Wiwilí Jinotega expresó: Asistí a la financiera por mi papá quien me recomendó que visitara la sucursal en busca de llenar la solicitud de crédito y el resultado fue bastante bueno, sobre todo, porque era mi primer crédito, luego se presentaron a mi casa a realizar la valoración de mis bienes, observar mis áreas de cultivos y fue bastante rápido el proceso, ya que, no se me pidió garantía debido a que mi padre es cliente antiguo de la financiera, en cuanto termine de cancelar mi crédito, llenaré una nueva solicitud y realizo la invitación a todos a formar parte de FFDL (Marlon Antonio Alfaro, cliente, 20 de octubre, 2023).*

La financiera en su afán por aumentar su cartera de clientes ha diseñado como estrategia de promoción el perifoneo masivo, además, anunciarse por las radios locales que tienen alcance a clientes de las comunidades donde se destaca la información relevante acerca de los servicios, sus tipos de préstamos, garantías, tasa de interés, requisitos, así como sus teléfonos y dirección de sus instalaciones como forma de contactarse.

*También se ha implementado la estrategia de los volantes para proporcionarles información a clientes potenciales, donde se detalla mediante figuras ilustrativas los servicios que se prestan (Edwin Armando Osorio Cruz. oficial de crédito. 12 de octubre de 2023).*

FFFDL, cuenta con un fondo específico destinado a la promoción del crédito, haciendo énfasis principalmente los martes y jueves.

*Respecto al uso de los medios de comunicación el más frecuentado se trata de la radio, ya que tiene mayor alcance a comunidades donde se encuentran concentrados una gran cantidad de clientes de la financiera, anteriormente se hacían anuncios mediante un canal de televisión local, sin embargo, se dejó de realizar porque era demasiado*

*costoso y la institución ya estaba posicionada en el mercado (Edwin Armando Osorio Cruz), oficial de crédito, 20 de octubre 2023).*

Mantener un personal capacitado es muy importante para la financiera ya que este se verá en la obligación de siempre responder a las consultas y preguntas que los clientes realicen para no provocar confusiones ni el descontento por parte de la gente, mostrando seguridad en todo momento, siendo conocedor de cada una de las etapas de la gestión de crédito.

*En su mayoría los clientes que visitan las instalaciones preguntan acerca de los rubros que se están financiando actualmente, la garantía, las tasas de interés, plazo de pago y el monto que desean solicitar, en búsqueda de alguna promoción especial (Edwin Armando Osorio Cruz, oficial de crédito, 20 de octubre de 2023).*

*Generalmente los clientes que visitan las instalaciones preguntan acerca de las tasas de interés, plazo de pago y el monto que desean obtener, pero ellos siempre esperan obtener más información acerca de los préstamos (Jhon Castillo, Oficial de crédito, 16 de octubre del 2023).*

### **10.3.2. Llenado de solicitud de crédito**

En esta etapa el cliente se presenta a la sucursal para brindar todos sus datos generales, se le brinda los requisitos necesarios para ser sujeto de crédito, el aclara todas sus dudas y se procede a indagar más acerca de su situación social y económica, luego se registra la información en el formato físico.

En la solicitud se detalla el monto que el cliente solicita, pero, este dependerá de su nivel de ingresos y egresos, además de su comportamiento crediticio si es que lo tiene en el mercado o en la financiera, formato de debe de ir respaldado por la documentación completa como una política de la financiera que evite cualquier riesgo de pérdida monetaria si se concede el crédito al prestatario, además no de incurrir en errores que puedan ser sujetos de multa para la financiera.

La financiera requiere que el prestatario entregue copia del bien que posee con el fin de validar la cantidad de terreno que el menciona tener, una vez recepcionado el documento se verifica su originalidad y procedencia propia. Si el cliente no presenta documento como garantía, entonces tiene la opción de presentar un fiador solidario y se le solicita que los siguientes documentos (cédula de identidad en original, comprobantes de ingresos como colilla de pago, constancia salarial, comprobantes de egresos, por ejemplo: recibos de servicios básicos y carta salarial si es asalariado).

A continuación, se le crea una carpeta de archivo al cliente y se le inicia a dar monitoreo. Con respecto a la competencia este procedimiento es el mismo porque se busca conocer información general y su fuente de ingreso, para comprobar que sea un sector que FFDL pueda financiar.

*Entre más rápido el aspirante a crédito recopile toda la documentación solicitada más rápido se agiliza la gestión de crédito, para pasarle la solicitud al oficial de crédito, para su evaluación posterior, sin embargo, no en todos los casos se logra, por la alta demanda, pero es la prioridad de la financiera es brindar una buena atención al cliente. (Yerlin Junieth Valle. Oficial de atención al cliente. 10 de agosto de 2023).*

Cabe destacar que si el solicitante no cumple con todos los requisitos solicitados por la financiera este no aplica para la ser sujeto de crédito la oficial de atención al cliente se encarga de denegar la solicitud inmediatamente, para evitar riesgos de pérdidas y no violentar las normas de la institución.

### **10.3.3. Evaluación económica del cliente**

Esta es una de las etapas más decisivas que realiza el oficial, para asegurar la colocación efectiva del crédito, tomando como base cálculos acertados con información real de la unidad económica del cliente aquí se comprueba la situación crediticia del cliente en el sistema financiero, primordialmente se efectúa un análisis de los egresos e ingresos del

usuario y del fiador, se calcula su utilidad, incluyendo el pago de sus necesidades básicas, mediante esto se determina si el cliente cuenta o no con la capacidad de pago del crédito solicitado, el mismo procedimiento se realiza con el fiador solidario del prestatario.

El oficial de crédito está obligado a verificar la solvencia financiera según la central de riesgos, de la misma manera, deberá garantizar la recuperación del crédito en el tiempo pactado, siendo consecuente con la estrategia de capitalización del cliente.

Para la evaluación económica el oficial de crédito visita el negocio del cliente, en caso de contar con varias fuentes de ingresos se establecerá una como la actividad principal, así como también visitar su domicilio, por ejemplo, de ser una actividad agrícola, se deberá conocer el área de cultivo, las etapas, sus rendimientos y niveles de producción, tanto como para el área de producción y el rendimiento se tomará en cuenta el año más reciente.

En caso de que la actividad sea comercio, se partirá haciendo un análisis de los ingresos promedios, clasificando los ingresos según los días buenos, regulares y malos, donde se tomarán los ingresos regulares para determinar su capacidad de pago.

Es por esto que el asesor deberá conocer información acerca del entorno económico, sobre los precios, ciclos de cosechas, conocimiento de las diferentes actividades económicas, en el caso de una renovación de crédito, se deberá actualizar la información de la última evaluación realizada al cliente.

Es necesario conocer la unidad económica del cliente, su visión empresarial, su estrategia de negocio y la forma en que desea invertir el crédito para el desarrollo de su negocio, también explicar al cliente que si cambia el tipo de inversión declarado puede estar sujeto a multas por parte de la financiera.

En base a la información obtenida el oficial de crédito de la financiera deberá realizar la inspección de todos los documentos adjunto el formato de solicitud de crédito, además de las garantías que presentan los clientes potenciales, la cual sirve como respaldo para

garantizar el desembolso, de esta forma si cliente incumple con el pago de sus obligaciones la empresa tiene mayores posibilidades de recuperar sus fondos.

La garantía tendrá un papel muy importante para otorgar al cliente la cantidad de dinero que el usuario solicite, es decir entre mayor es el costo de la garantía mayor será el acceso o disposición de obtener el crédito para que sea aprobada la solicitud de crédito.

Este proceso se desarrolla de manera profesional, manteniendo el sigilo financiero por el oficial de crédito quien es el encargado de inspeccionar y revisar en el sitio que se encuentre la prenda o garantía del cliente, ya que esto, será un medio para minimizar los riesgos del crédito.

*Durante la de la evaluación del crédito se ha tenido algunos inconvenientes en el momento de comprobar la existencia de dichas garantías, ya que en algunas ocasiones se ha determinado que las garantías dadas por los clientes no son de su propiedad y se ha denegado la solicitud de crédito debido a su falta de transparencia con la financiera, esto se comprueba a través de la investigación social que se realiza al cliente en la zona donde reside (Walter Danilo Rodríguez, oficial de crédito. 12 de octubre de 2023).*

#### **10.3.4. Procesamiento de datos del cliente en la financiera**

En este momento se procede a ingresar en el sistema parametrizado toda la información recolectada durante la evaluación del crédito, donde se cuenta con tres etapas:

- 1. En la primera etapa es sobre todo lo referente al crédito:** monto, la tasa de interés, el plazo solicitado, la frecuencia de sus cuotas, los requisitos que contendrá el crédito, el producto financiero al que aplica el cliente según su actividad o rubro.
- 2. En la segunda etapa se detallan los datos generales del cliente,** como edad, sexo, número de cédula, con qué nombre es conocido en la zona donde habita, número de



hijos, nombre de su esposa, tiempo de residencia en la zona, tiempo de habitar la vivienda, número de deudas activas y también, se registra todo lo referente a su actividad económica, como la fecha de inicio del negocio, número de empleados, principales proveedores y clientes, horarios de atención, nombre de su negocio, si el local es propio o alquilado, por último se registran dos referencias personales.

- 3. La última etapa es el análisis de viabilidad**, donde se registra la actividad económica del cliente, en caso de ser una actividad de comercio o de servicio se digita las ventas regulares del mes, si es actividad agrícola, se detalla el número de manzanas que cultiva, donde el sistema genera automáticamente los costos, a continuación de esto se procede a registrar los gastos mensuales de servicios básicos, agua, energía, cable, alquiler y educación.

Una vez registrado todos los datos necesarios se procede a generar de manera automática el balance general, el estado de resultado y el flujo de efectivo, donde se determina el nivel de endeudamiento del cliente y se decide si el cliente cuenta con estabilidad financiera como para manejar la deuda propuesta, en caso de no ser así se procede a bajar el monto que el cliente solicita.

*Durante la digitalización de crédito muchas veces se tiene dificultades porque el sistema pide llenar demasiados campos que muchas veces resultan innecesarios y que provocan el atraso del crédito, una disminución de los campos a llenar facilitaría la colocación efectiva de un mayor número de créditos a como lo hace la competencia que solamente digita en un formato de Excel (Walter Danilo Rodríguez, oficial de crédito. 12 de octubre de 2023).*

### **10.3.5. Análisis de crédito**

Esta etapa está a cargo del jefe de crédito, quien, valida toda la información recolectada por el oficial de crédito durante la evaluación, una vez hecho esto se encarga de hacer una revisión exhaustiva de toda la documentación y calidad de la información plasmada en todos los formatos de crédito.

Así mismo, se hace un juicio acerca de los datos recolectados, antes de pasar al comité de crédito, donde toda la información esté fundamentada con todos los soportes necesarios, foto del negocio, matrículas, fichas de asistencia técnica, entre otros.

*El análisis del crédito es la parte más importante de la gestión de crédito, ya que, es el punto de partida donde se determina la viabilidad de un crédito, si el jefe de crédito considera que el crédito es riesgoso, puede dejar su comentario en el expediente para que una vez este llegue a manos del comité el crédito tendrá grandes probabilidades de ser denegado (Walter Danilo Rodríguez, oficial de crédito. 12 de octubre de 2023).*

Se debe garantizar el cumplimiento de las políticas de crédito de la financiera, calidad en el expediente, así como el debido análisis de los riesgos para validar la consistencia de la información y viabilidad de la solicitud de crédito, para que de esta manera hacer sugerencias al comité de crédito.

*En caso de que el expediente presente inconsistencias sobre la propuesta hecha por el oficial de crédito, se deberá regresar el expediente, donde se le incorporará las correcciones correspondientes, ejemplo de esto son las faltas de documentos, formatos con información incompleta o con cálculos mal efectuados, se le explica al oficial de crédito las razones por la que es devuelto el expediente, una vez que toda la información sea consistente, se procede a pasar el expediente a comité de crédito.*

### **10.3.6. Comité de crédito y desembolso**

Este se constituye como la máxima autoridad crediticia de la sucursal, donde se debate, aprueba, recomienda o deniegan las solicitudes de crédito presentadas por el oficial de crédito, este ejerce funciones de carácter resolutivo, rigiéndose por el manual de políticas de crédito.

También se aprueban o deniegan las solicitudes de acuerdo con la estrategia de negocio de la sucursal, tratando de prevenir en todo momento riesgos potenciales del crédito a otorgar y definir las medidas de mitigación.

El gerente de sucursal funge como presidente del comité y un oficial de crédito, siempre y cuando este no presente solicitudes de préstamos, en ausencia del gerente de sucursal el mando lo asume el gerente regional, donde deberán votar en sistema parametrizado para aprobar o denegar el crédito.

*El comité de crédito es último filtro para consolidar la aprobación o el rechazo de la solicitud, en este momento ya se ha hecho un análisis previo y eso ayuda a la financiera a reducir los riesgos que un cliente pueda caer en mora, ya que se previene mucho en cada etapa (Moisés Rugama, oficial de crédito. 12 de octubre de 2023).*

A continuación de esto se pasa el expediente al área de operaciones donde los cajeros en conjunto con el jefe de operaciones se encargan de realizar el desembolso del crédito.

Este se les otorga únicamente a aquellos aspirantes que hayan cumplido con todos los requisitos solicitados por la Financiera y haya pasado todos los filtros de control. El desembolso es concedido cuando la Financiera otorga un cheque por la cantidad solicitada y que una vez que se realizó todo el proceso el cliente es informado mediante una llamada que su crédito ha sido aprobado.

*Quedé satisfecha con el tiempo de respuesta que me dio la financiera, el oficial de crédito acudió rápidamente a mi finca, realizó el llenado de la evaluación, verificó mis documentos que incluía como garantía y luego recibí la llamada para informarme que mi solicitud de crédito había sido aprobada. Tuve la ventaja de que mi esposo ya había sido cliente y eso me favoreció para la aprobación de mi crédito con la financiera, permitiendo mejorar mis niveles de capitalización (Juana Esperanza Úbeda. Clienta. 23 de octubre del 2023).*

### **Datos sobre la colocación de cartera diciembre 2022**

C\$ 6,840,000 córdobas; el cual se encuentra distribuido en las siguientes agrupaciones de crédito: 20 microcréditos agropecuarios con un total de C\$3,125,700; préstamos de microempresa se aprobaron 23 créditos por un monto de C\$2,128,000; préstamos de consumos 387,000 se desembolsaron 32 créditos, con un monto de 387,000 córdobas, para mejoras de viviendas se aprobaron 37 solicitudes por un monto de 1,200,000 córdobas.

Las agrupaciones de créditos que menos demanda se registran son: Préstamos comerciales mayores a 10,000 dólares, no se aprobó ninguno, los créditos con más demanda son los créditos de consumo.

Tabla 3. Agrupaciones de créditos, número de créditos y montos colocados por FFDL Sucursal de Wiwilí. 2023

| <b>Agrupación de crédito</b> | <b>Número de créditos</b> | <b>Monto C\$</b> |
|------------------------------|---------------------------|------------------|
| Microcréditos agropecuarios  | 20                        | 3,125,000.00     |
| Microempresa                 | 23                        | 2,128,000.00     |
| Préstamos de consumo         | 32                        | 387,000.00       |
| Mejora de vivienda           | 37                        | 1,200,000.00     |
| Total                        | 112                       | 6,840,000.00     |

Fuente: Financiera FFDL. Octubre, 2023. Yerlin Junieth Valle. oficial de crédito. 22 octubre de 2023

### **10.3.7. Seguimiento de crédito**

En esta etapa el jefe de crédito mediante una visita a campo se verifica la información del uso de crédito, especialmente en los créditos mayores a 10,000 dólares, esta visita debe ser programada conforme a las políticas de crédito

Por su parte el oficial de crédito lleva un control estricto y riguroso del cumplimiento de pagos que cada cliente, el cual debe de estar puntual en el pago de sus cuotas, es responsabilidad del oficial de crédito brindarle seguimiento a los usuarios que han prestado el servicio en diferentes aspectos como: verificar si el cliente cumplió con uso de crédito establecido durante la solicitud, vigilar la seguridad de la documentación presentada sobre de las escrituras dejadas en depósitos.

La financiera no sólo debe brindar seguimiento a aquellos clientes que estén en estado de morosidad, debe ser general con el fin de evitar riesgos de pérdidas.

El promotor de Crédito debe de estar pendiente supervisando el control de pagos de los clientes en cada mes, en esta etapa existen diferentes formas de cobro en el caso de que el cliente tenga un retraso se procede a recordarle al cliente a través de llamadas telefónicas, correos electrónicos, visitas personalizadas en caso de ser un atraso mayor a 10 días, donde se le deja una notificación escrita informando la situación en la que se encuentra su crédito.

La financiera puede entender que algunos casos suceden situaciones inesperadas y desagradables que impiden a los clientes el cumplimiento de sus obligaciones y la institución es flexible si el cliente expone sus dificultades, sin embargo, cuando el cliente no explica claramente las razones de algún retraso en el cumplimiento de sus pagos la financiera procede judicialmente. En el caso que un cliente tuviera un retraso con alguna cuota por un problema grave y explica claramente sus motivos.

Por último, cuando el cliente se presenta a caja para cancelar el monto total de su crédito, debe dirigirse al responsable de caja quien le sella su plan de pago como cancelado, además

de buscarlo en el sistema de la financiera para ubicarlo como cliente inactivo. En el caso de que el cliente haya presentado una garantía, el abogado libera el gravamen, donde queda definido que se ha cancelado el crédito y la relación queda extinta. Así mismo si el cliente dejó en depósito una escritura se le entrega nuevamente.

Si el cliente fue caracterizado como un usuario responsable en sus pagos, la financiera le ofrecerá una renovación de un nuevo crédito.

*Cuando pagué la última cuota de mi crédito, me liberé mucho del estrés que conlleva tener deudas, de estar pendiente de cada fecha de pago y sus respectivas cuotas. Aunque también debo decir que, este crédito me ayudó mucho a mejorar mi situación financiera, pues me demostré a mí misma que soy capaz de llevar a cabo mis proyectos y puedo contar con el apoyo de FFDL en ello. Josseling Isamar Laguna Montenegro. Cliente. 20 de octubre del 2023.)*

### **Datos estadísticos sobre clientes y morosidad de la financiera FFDL**

La financiera FFDL (Financiera fondo de desarrollo local) Sucursal de Wiwilí tiene registrado C\$ 118,728,272 en concepto de créditos de clientes. Su porcentaje moratorio de 2.8%. La Financiera tiene en sus cuentas un total de C\$ 3,324,839 en concepto de mora.

### **Cálculos tasa moratoria**

La Financiera calcula el monto de un cliente que ha incurrido en mora, y se debe agregar al monto principal que debe, un interés por concepto de mora por cuotas retrasadas.

Por ejemplo:

Un cliente realizó un préstamo por la suma de C\$ 10,000.00 al 3.5 % de interés mensual, y éste se retrasa en el pago de una de sus cuotas por 5 días. La Financiera calcula el monto extra que deberá pagar en concepto de mora de la siguiente manera:

Principal: C\$ 10,000.00

Interés: 3.5%

Días de retraso: 5 días

Entonces se tendría el siguiente resultado:

$C\$ 10,000.00 \times 3.5 \% / 30 \text{ días} \times 5 \text{ días} = C \$ 50.00$  adicionales a la cuota

El cliente deberá pagar C\$ 50.00 adicionales a su cuota por haber incumplido en tiempo y forma con sus obligaciones.

Cuando la financiera ha implementado las diversas maneras de cobro a un cliente que ha tenido retrasos en sus pagos y este está renuente a pagar, la financiera los clasifica como clientes morosos donde son créditos difíciles de recuperar entonces la empresa decide llevarlos a cobros judiciales, donde se gestiona a través de un sector de crédito, de seguir en la misma situación se procede a un juez que determina la última acción. Mientras el cliente se retrase este irá adquiriendo una multa por día por estar incumpliendo el acuerdo del pago de sus cuotas.

### **Créditos activos al cierre de diciembre del 2022**

Durante el cierre de mayo de 2022 los datos de información de FFDL (Financiera fondo de desarrollo local) revela la siguiente información, FFDL cuenta con un total de 945 clientes en las distintas agrupaciones de créditos de créditos; Microempresa, Préstamos agropecuarios, Préstamos de consumo, préstamos pymes, Préstamos para Mejoras de Viviendas, y Préstamos comerciales.

Los créditos se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

|                                    |     |
|------------------------------------|-----|
| Préstamos para PYMES:              | 92  |
| Préstamos personales:              | 250 |
| Préstamos para mejora de vivienda: | 117 |
| Préstamos para microempresas:      | 120 |

Préstamos

comerciales:

67

#### **10.4. Valoración de los clientes sobre la gestión de crédito brindada por la financiera**

En la administración la gestión de crédito conlleva una serie de etapas que involucran tanto al personal de la financiera como a los clientes demandantes de este servicio. La gestión efectiva y exitosa de crédito depende de un control integral del riesgo asumiendo el compromiso del cliente donde se evalúa por cada usuario solicitante de crédito la capacidad de pago en el cumplimiento de sus obligaciones conforme a los documentos solicitados.

Por ende, el administrador de la organización debe de analizar detalladamente cada solicitud de crédito. En la financiera se implementan una serie de políticas de crédito para evaluarlas y la capacidad de pago de los clientes; el contador en conjunto con el analista de crédito coordina la revisión de cada préstamo ya que se realiza un balance financiero de la empresa para verificar la solvencia de esta y decidir si posee la cantidad suficiente para resolver las solicitudes aprobadas. También en la gestión de crédito involucra la consulta y evaluación de las Centrales de Riesgo para tomar decisiones, por tal razón existe un límite de créditos que la financiera aprueba.

En relación con la opinión que los clientes emiten sobre el servicio brindado por la financiera los analistas de crédito han manifestado que los clientes muestran su satisfacción cuando utilizan el monto de su préstamo para solucionar una verdadera necesidad y están puntuales en su pago de sus cuotas mensuales.

Para analizar la valoración que tienen los clientes sobre la gestión de crédito brindado por la financiera FDL en la sucursal de Wiwilí en el periodo 2022-2023, se aplicaron 63 encuestas a clientes activos de la financiera



### 10.4.1. Datos generales de clientes encuestados

La tabla No.4. muestra que el 51% de la población está ligado al sexo femenino siendo el mayor porcentaje para las mujeres, lo cual indica que son las principales demandantes de este servicio por ser económicamente activas en fuente de ingresos ya sea en el desempeño de sus trabajos o en negocios propios, por ejemplo: las pulperías, tortillería, Panadería, sobre todo en el sector urbano.

Sexo masculino corresponde 49% un porcentaje menor en comparación con el de las mujeres, sin embargo, son considerados clientes potenciales en el sector agropecuario, en su mayoría en la zona rural. (Ver Tabla No.4).

**Tabla 4. Sexo de clientes**  
Universo: 63 encuestas

| Sexo      | Frecuencia | %    |
|-----------|------------|------|
| Masculino | 31         | 49   |
| Femenino  | 32         | 51   |
| Total     | 63         | 100. |

**Fuente: Datos primarios de encuesta. octubre, 2023**

En la tabla N° 5 se puede apreciar los diferentes rangos de edades en las cuales el mayor intervalo de edades de los prestatarios oscila entre las edades de 18-25, porque la mayor parte de los encuestados son personas jóvenes asalariados, quienes buscan mejorar sus niveles económicos mediante financiamiento, siguen los deudores entre la edad de 34-41 años, que en su mayoría son productores.

Según información brindada por el gerente de sucursal comentaba que la mayoría de los clientes actuales son personas jóvenes que descienden de clientes antiguos con un amplio récord en la sucursal.

**Tabla 5. Edad de los clientes**  
Universo: 63 encuestas

| Edad por rango | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------|------------|------------|
| 18-25          | 29         | 46.0       |
| 26-33          | 9          | 14.3       |
| 34-41          | 12         | 19.0       |
| 41-48          | 6          | 9.5        |
| 49-56          | 6          | 9.5        |
| 57-60          | 1          | 1.6        |
| Total          | 63         | 100.0      |

**Fuente: Datos primarios de encuesta**

Estos datos, demuestran que el mayor porcentaje forma parte de la Población Económicamente Activa (PEA), lo cual es un indicador de buena solvencia por parte de los clientes que solicitan préstamos en las diferentes líneas de crédito. (Ver Tabla No.5)

*“Los asalariados son generalmente personas jóvenes, es el que más solicita créditos, también el agrícola que son hijos normalmente de los clientes antiguos de la financiera FFFDL” (Dorwin Mairena. Gerente de sucursal. 23 de octubre 2023).*

En la presente tabla se puede apreciar los diferentes rangos de estado civil en las cuales el mayor intervalo de estado civil de los prestatarios es soltero con un 36.5%, Esto indica que existe mayor probabilidad de emprendimiento entre los solteros y visualizar oportunidades y proyectos a corto, mediano y largo plazo. continuándole así los deudores casados con el 33.3%, (Ver Tabla No.6), debido a que tienen otras inversiones familiares como: educación y salud.

Tabla 6: Estado civil.  
Universo: 63 encuestas

| Estado civil | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Soltero      | 23         | 36.5       |
| Acompañado   | 14         | 22.2       |
| Casado       | 21         | 33.3       |
| Viudo        | 5          | 7.9        |
| Total        | 63         | 100.0      |

Fuente: Datos primarios de encuesta. Octubre, 2023

En menor cantidad están los viudos que son ellos los protagonistas de su desarrollo económico y no cuentan con apoyo de una segunda persona y sin embargo tienen mayores gastos que los solteros asumiendo las responsabilidades por sí solo

Dorwin Mairena, gerente de la sucursal, hace referencia a que las personas solteras tienen mayores posibilidades de triunfar en la vida, porque tienen, mayores facilidades de emprender sus propios negocios.

*“Las personas solteras en su mayoría son jóvenes que tienen más hambre de salir adelante debido a que no poseen muchas responsabilidades como sí las tendrían en su vida adulta. (Dorwin Mairena gerente de sucursal. 22 de octubre 2023).*

Según los resultados obtenido de las encuestas el 27% de los clientes no tienen hijos, ya que en las tablas anteriores se refleja que la gran mayoría de los encuestados son solteros, así mismo no llevan una vida muy estable ya que gozan de un salario mínimo, que tiene que ser complementado con un crédito de consumo para solventar sus gastos educativos.

Tabla 7. Número de hijos  
Universo: 63 encuestas

| N. hijos     | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Ningún hijo  | 17         | 27.0       |
| Un hijo      | 13         | 20.6       |
| Dos hijos    | 14         | 22.2       |
| Tres hijos   | 12         | 19.0       |
| Cuatro hijos | 4          | 6.3        |
| Cinco hijos  | 1          | 1.6        |
| Siete hijos  | 1          | 1.6        |
| Ocho hijos   | 1          | 1.6        |
| Total        | 63         | 100.0      |

Fuente: Datos primarios de encuesta. Octubre, 2023

También se puede constatar que en la sociedad actual procrean dos o cuatro hijos y en los más números procrean siete u ocho hijos. Lo que indica que, aunque tengan un ingreso económico estable deben asumir un crédito para expandir sus labores y obtener ingresos adicionales.

En el sector agropecuario, en su mayoría, los hijos son mano de obra voluntaria, es decir, no devengan un salario lo que ayuda a solventar los créditos. El productor agrícola Dionisio Martínez, comenta que la ayuda que le brinda su hijo es primordial para sacar su cosecha y pagar sus créditos en tiempo y forma.

*“Siempre en cada temporada son mis tres hijos los que me ayuda a sacar mi cosecha, por lo que no tengo que pagar en mano de obra y mis ingresos se vuelven mejores”  
(Dionisio Martínez, cliente agrícola de FFDL).*

Para las variables estudiadas de profesión ejercida y procedencia, se encontró que: la profesión de maestro fue la que predominó más, en la tabla se puede observar un patrón de comportamiento según los resultados y una relación con las tablas anteriores, es decir, debido a que el sexo predominante fue el femenino, la profesión que más se encontró fue de maestro.

Pese tener un ingreso estable necesitan apoyo financiero para incursionar en el comercio y obtener ingresos adicionales. Ingreso estable optan por sus emprendimientos mediante un préstamo y generar sus propios ingresos.

Tabla 8: Profesión u oficio

Universo: 63 encuestas

| Profesión u oficio | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Maestro            | 27         | 42.9       |
| Albañil            | 14         | 22.2       |
| Ingeniero          | 1          | 1.6        |
| comerciante        | 10         | 15.9       |
| Agricultor         | 11         | 17.5       |
| Total              | 63         | 100.0      |

Fuente: Datos primarios de encuesta. Octubre, 2023

Uno de los analistas de créditos menciona: conforma por maestros.

*“La mayor parte de mi cartera está compuesta por maestros quienes solicitan créditos de manera frecuente, ya sea clientes de renovación o clientes nuevos” (Yerlin Valle, oficial de crédito, Wiwilí).*

De los 63 clientes encuestados el 98.4% cuenta con trabajo estable ya que la mayor parte son maestro. Lo que muestra que los ingresos fijos o salarios que ellos devengan no son

suficientes para solventar los costos de una inversión particular o emprendimiento que les conlleve a obtener mayores ingresos. Optan por la financiera FDL debido a que su tasa de interés es baja y las modalidades de pago son accesible al perfil del cliente.

Tabla 9. Trabajo estable

Universo: 63 encuestas

| Trabajo estable | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------|------------|------------|
| No              | 1          | 1.6        |
| Si              | 62         | 98.4       |
| Total           | 63         | 100.0      |

Fuente: Datos primarios de encuesta. Octubre, 2023

El analista de crédito opina que en su mayoría de sus clientes cuentan con trabajos estables por lo que son sujetos de crédito, de lo contrario no se les podrá financiar el crédito.

*“Para poder aprobar un crédito uno de los requisitos fundamentales es poseer un ingreso estable, para así poder optar a un crédito” (Yerlin Valle, oficial de crédito, Wiwilí).*

Las estadísticas extraídas de las encuestas demuestran que, en el 39.7% en su familia trabajan 2 personas, lo que beneficia los niveles de capitalización, teniendo mayores posibilidades de realizar inversiones que permitan su crecimiento económico, entre más miembros de cada familia laboren, más fácil se podrá cubrir los gastos y se obtendrán mayor utilidad.

**Tabla 10. familiares que trabajan**  
Universo: 63 encuestas

| # Familiares que trabajan | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------|------------|------------|
| 1                         | 13         | 20.6       |
| 2                         | 25         | 39.7       |
| 3                         | 12         | 19.0       |
| 4                         | 8          | 12.7       |
| 6                         | 2          | 3.2        |
| 7                         | 1          | 1.6        |
| 11                        | 1          | 1.6        |
| 16                        | 1          | 1.6        |
| Total                     | 63         | 100.0      |

**Fuente: Datos primarios de encuesta. Octubre,2023**

El 65.1% cuenta con su propio negocio, generalmente estos clientes son quienes solicitan crédito para invertirlos en sus propiedades, fincas o negocios. Uno de los clientes activos mencionaba que la razón principal para empezar su negocio era el deseo de ver a su familia de manera constante.

**Tabla 11. Negocio propio**  
Universo: 63 encuestas

| Negocio propio | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------|------------|------------|
| No             | 22         | 34.9       |
| Si             | 41         | 65.1       |
| Total          | 63         | 100.0      |

**Fuente: Datos primarios de encuesta. Octubre,2023**

*“Yo decidí iniciar mi negocio propio porque mi centro de trabajo me quedaba bastante lejos y no tenía la posibilidad de ver a mis hijos ni a mi esposa, entonces me arriesgué y decidí iniciar con mi tienda de ropa” (Marlon Antonio*

*Valladares, cliente de financiera FDL, sucursal Wiwilí).*

Quienes afirman que no tienen sus negocios propios, generalmente trabajan para empresas privadas o públicas, considerando que el 98.4% confirmó que trabaja. En este caso, hacen préstamos para mejorar sus condiciones de vida, por ejemplo, viviendas.

Con respecto al tipo de negocios que tienen los clientes encuestados, el 49.2% son comerciantes, y en su mayoría viven en la zona urbana de Wiwilí.

Tabla 12. Tipo de negocio que tiene  
Universo: 63 encuestas

| Tipo de negocio | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------|------------|------------|
| Comerciante     | 31         | 49.2       |
| agricultor      | 15         | 23.8       |
| constructor     | 5          | 7.9        |
| Maestro         | 12         | 19.0       |
| Total           | 63         | 100.0      |

Fuente: Datos primarios de encuesta. Octubre, 2023

Mientras el 23.8% son agricultores. Cabe destacar el 7.9% que afirma ser constructor. Los que se dedican a la agricultura ven el préstamo como un financiamiento para invertir en sus producciones temporales y fijas.

El gerente de la sucursal de Wiwili, hace referencia a que actualmente el comercio en el municipio está en constante crecimiento, por encima del sector agrícola que antes representaba el mayor saldo de cartera.

*“El comercio definitivamente se ha convertido en el motor que impulsa la economía de Wiwili, pasando incluso por encima de otros rubros como el café, los clientes prefieren el comercio porque el dinero se mueve más rápido y no supone tantos riesgos como sería un rubro agrícola” (Dorwin Mairena, gerente de financiera FDL sucursal Wiwili).*

El 19% que respondió que era maestro, está relacionado con el porcentaje que tiene trabajo, siendo su medio de subsistencia y el resto se dedican a la agricultura y la construcción.

#### **10.4.2. La organización de la Financiera FFFDL**

Las instituciones financieras internacionales juegan un papel bastante relevante dentro de la consolidación de la infraestructura de las industrias nacionales dado que proveen del capital suficiente a las empresas que están buscando dar el salto hacia la sostenibilidad del modelo de negocio. Pero el impacto va mucho más allá, existe una dimensión política que brinda certidumbre a los inversionistas, lo cual impulsa la cantidad de negocios que se llevan a cabo en una determinada región (Lopez M, 2018).

Tabla 13. Valoración de la presentación del local de la Financiera. Universo: 63 encuestas

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------|------------|------------|
| Buena     | 10         | 15.9       |
| Regular   | 53         | 84.1       |
| Total     | 63         | 100.0      |

**Fuente: Datos primarios de encuesta. Octubre,2023.**

El 84.1% afirma que la presentación de la empresa les parecía regular, mientras que el 15.9% restante indico que la presentación de la empresa es buena.

Tener una buena presentación de la infraestructura de la financiera hace sentir a los clientes un ambiente hogareño con lo que ellos pueden identificarse.

*“En mi opinión la siempre la financiera a tratado de mantener una buena presentación que sea agradable ante la vista de nosotros los clientes sin llegar al grado de la exageración “(Zulema Rivera, cliente de FFDL).*

A continuación, se observa que un 60.3% conocen de la financiera por medio de amistades, pero no con mucha frecuencia entre otros medios de comunicación como son pequeños rótulos en papel impreso que se encuentran ubicados en algunos establecimientos como postes de luz.

Dado a que en su mayoría de los clientes son hijos, familiares o amistades de clientes antiguos la mejor forma de publicidad siempre ha sido las amistades. Como afirma Blanca, ella conoció la institución mediante familiares.

Tabla 14. Cómo conoció la financiera FFDL  
Universo: 63 encuestas

| Como conoció la financiera | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------------|------------|------------|
| Amistades                  | 38         | 60.3       |
| Familiares                 | 8          | 12.7       |
| Rotulo en la calle         | 12         | 19.0       |
| Medios de comunicación     | 2          | 3.2        |
| redes sociales             | 2          | 3.2        |
| Otros                      | 1          | 1.6        |
| Total                      | 63         | 100.0      |

**Fuente: Datos primarios de encuesta. Octubre,2023**

*“Yo conocí la financiera por medio de mi hermano quien me comentó que sacó un préstamo y me dijo que no le había pedido ningún tipo de garantía, a pesar de que era su primer crédito” (Blanca Cerna, cliente de financiera FDL).*

El 75% de los clientes conoce los créditos que ofrece la financiera FDL mientras que el otro 25% no los conoce. Siendo el más conocido el crédito de consumo, estos son utilizados para gastos personales y en otras ocasiones para realizar mejoras en su vivienda.

Una clienta mencionaba que muchos de estos créditos le han servido para hacer mejores de la infraestructura de su casa.

Tabla 15. Conoce los tipos de crédito que ofrece FFDL. Universo: 63 encuestas

| Conoce | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|------------|------------|
| No     | 20         | 25         |
| Si     | 43         | 75         |
| Total  | 63         | 100.0      |

Fuente: Datos primarios de encuesta. Octubre, 2023

*“Mis dos últimos créditos han sido de consumo, he hecho mejoras en mi casa de habitación, una parte me la envía mi marido que está en Panamá y yo he complementado esto solicitando crédito en FFDL” (María Cristina Herrera, clienta de financiera FDL).*

#### 10.4.3. Solicitud de crédito

Una solicitud de crédito es el procedimiento que consiste en pedir un préstamo a una institución financiera. La solicitud en sí está compuesta por los documentos que solicita el banco para realizar la evaluación del crédito: si la persona cumple con los requisitos exigidos por la entidad, se aprobará la concesión del préstamo. Cabe destacar que la acción de pedir o pretender algo se conoce como solicitud (del latín sollicitūdo). Una solicitud, por lo tanto, es una diligencia o un pedido. La noción de crédito, por otra parte, refiere a una cantidad de dinero que se obtiene como préstamo (Merino, 2023).

El 36.5% solicitaron el crédito de consumo el cual es dirigido principalmente al sector asalariado, donde la mayor parte de los solicitantes son maestros



*“Generalmente los maestros tienen más facilidades de solicitar créditos porque los requisitos son menos que los que se le pediría por ejemplo a un agricultor” (Dorwin Mairena, gerente de FFDL, sucursal Wiwilí).*

Tabla 16. Tipos de créditos solicitados  
Universo: 63 encuestas

| Tipo de crédito solicitado | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------------|------------|------------|
| Crédito de consumo         | 23         | 36.5       |
| Crédito agropecuario       | 11         | 17.5       |
| Crédito de vivienda        | 7          | 11.1       |
| Crédito de comercio        | 22         | 34.9       |
| Total                      | 63         | 100.0      |

**Fuente: Datos primarios de encuesta. Octubre, 2023**

Según los clientes del FFDL el 76.2% mantienen una relación con la financiera desde hace muchos años, por lo cual se han sentido satisfechos con el servicio proporcionado por dicha institución. Entre los cuales destaca la asistencia técnica para el sector agropecuario.

Tabla 17. Tiempo de ser cliente de FFDL  
Universo: 63 encuestas

| Tiempo | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|------------|------------|
| años   | 48         | 76.2       |
| meses  | 15         | 23.8       |
| Total  | 63         | 100.0      |

**Fuente: Datos primarios de encuesta. Octubre, 2023**

*“Yo soy clienta de FFDL desde año 2002, mi primer crédito fue por un monto de 3,000 córdobas que en ese momento era bastante dinero, ellos me apoyaron y hoy tengo 17 créditos cancelados, donde he solicitado montos hasta de 10,000 dólares” (Esperanza Hernández, clienta de FFDL).*

Tabla 18: Número de créditos solicitados en FFDL  
Universo: 63 encuestas

| # de créditos aprobados | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------|------------|------------|
| 1 crédito               | 24         | 38.1       |
| de 2 a 3 créditos       | 21         | 33.3       |
| de 4 a 5 créditos       | 11         | 17.5       |
| de 6 a más              | 7          | 11         |
| Total                   | 63         | 100.0      |

**Fuente: Datos primarios de encuesta. Octubre, 2023**

Según los clientes, en su mayoría con un 38.1% solo han solicitado una vez crédito seguido por un 33.3% que han solicitado de 2 a 3 veces servicios crediticios.

El gerente de sucursal comenta que la cartera que se tiene es bastante joven, ya que en su mayoría son clientes sin récord en el mercado financiero.

*“En los últimos tiempos la cartera se ha constituido por clientes jóvenes y nuevo con poca en el mercado financiero, ya que uno de objetivos principales de sucursal”  
(Dorwin Herrera Mairena, gerente de sucursal).*

De acuerdo con la encuesta, el 42.9% de encuestados hacen renovación de créditos en un tiempo de seis meses. Los montos solicitados están de acuerdo con las necesidades de cada cliente; siendo los créditos de comercio los más utilizados

Tabla 19. Frecuencia de solicitud de créditos en FDL  
Universo: 63 encuestas

| <b>Frecuencia de solicitud</b>   | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|----------------------------------|-------------------|-------------------|
| Cada seis meses                  | 27                | 42.9              |
| Cada año                         | 14                | 22.2              |
| Cada dos años                    | 1                 | 1.6               |
| Pago total del crédito           | 10                | 15.9              |
| No he vuelto a solicitar crédito | 11                | 17.5              |
| <b>Total</b>                     | <b>63</b>         | <b>100.0</b>      |

**Fuente: Datos primarios de encuesta. Octubre, 2023**

*“Yo me dedico al cultivo de granos básicos, solicito crédito de manera bastante seguida, hago inversiones en mi finca, me gusta solicitar préstamos a plazos máximos de 6 meses para no dejar correr tanto los intereses y luego renuevo” (Yonis Moreno, cliente de financiera FDL).*

#### **10.4.4. Promoción del crédito**

La promoción del crédito se caracteriza por las visitas que se realizan para ofertar los productos financieros a clientes, para lo cual deberá ir con todas las herramientas necesarias para brindar la información necesaria para así captar clientes (Castillo, Dávila, Flores, & Peralta, 2015).

En FFFDL el 44.4% hace referencia a que la financiera divulga la publicidad de los servicios por medio de publicidad online y el 36.5% publicidad impresa.

Un 19% es mediante anuncios radiales es la que más llega al sector rural.

Existen diferentes estrategias para la promoción de créditos entre ellos están las redes sociales la cual han servido para mantener informado a los clientes.

*“En mi caso yo me di cuenta de la existencia de FFDL, a través de la radio, siempre desde temprano salía el anuncio donde se mencionaban todos los requisitos para solicitar un crédito, ya después uno se iba a llenar la solicitud a la sucursal” (Santos Andrés Lanuza, cliente de financiera FFDL).*

Tabla 20: Tipos de publicidad sobre los servicios de FFDL. Universo: 63 encuestas

| Tipos publicidad   | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Publicidad impresa | 23         | 36.5       |
| Publicidad Online  | 28         | 44.4       |
| Anuncios de radio  | 12         | 19.0       |
| Total              | 63         | 100.0      |

**Fuente: Datos primarios de encuesta. Octubre, 2023**

Tabla 21: Estrategia de divulgación de crédito más adecuada para conocer los servicios de FFDL. Universo: 63 encuestas

| Estrategia          | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------|------------|------------|
| Publicidad impresa  | 13         | 20.6       |
| Publicidad Online   | 29         | 46.0       |
| Anuncios de radio   | 10         | 15.9       |
| Visitas casa a casa | 11         | 17.5       |
| Total               | 63         | 100.0      |

**Fuente: Datos primarios de encuesta. Octubre, 2023**

De acuerdo con las encuestas realizadas un 47.6% aseguran que WhatsApp es la red social que más utiliza FFDL para la promoción de sus servicios bancarios, seguida por la plataforma de Facebook con 34.9%.

Tabla 22: Plataformas que conoce y usa FFDL para informar sobre créditos.

Universo: 63 encuestas

|           | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------|------------|------------|
| Facebook  | 22         | 34.9       |
| Instagram | 7          | 11.1       |
| WhatsApp  | 30         | 47.6       |
| Ninguna   | 4          | 6.3        |
| Total     | 63         | 100.0      |

**Fuente: Datos primarios encuesta. Octubre, 2023**

La forma de divulgación más adecuada que conocen es la publicidad online con 46%, esto se puede atribuir a una buena gestión de las de las promociones crediticias en línea, utilizando de manera frecuente las redes sociales.

*“Todas las mañanas dedicamos 10 minutos para poner estados en Whatsapp, donde tratamos de mantener informados a los clientes acerca de los nuevos productos financieros que se pueden presentada cada día” (Yerlin Valle, oficial de atención al cliente).*

El 90.5% consideran que en la financiera deberían de ser más activos en la publicidad de redes sociales, mientras que el 9.5% consideran que no es necesario.

Tabla 23. Considera que FFDL debería ser más activos con publicidad de redes sociales.  
Universo: 63 encuestas

|       | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| No    | 6          | 9.5        |
| Si    | 57         | 90.5       |
| Total | 63         | 100.0      |

**Fuente: Datos primarios encuesta. Octubre, 23**

*“Oportunidades para ser mejor siempre van a existir porque nadie es perfecto, en ese sentido yo creo que la financiera podría utilizar más medios para promocionar sus servicios, bien sea mediante volantes o haciendo perifoneo por las principales calles del municipio de Wiwilí Jinotega” (Harvin Herrera, cliente de financiera FDL).*

#### **10.4.5. Solicitud de crédito**

Según los resultados, obtenidos de los instrumentos aplicados en la solicitud se detalla el monto que el cliente solicita, pero, este dependerá de su nivel de ingresos y egresos, además de su comportamiento crediticio si es que lo tiene en el mercado o en la financiera, formato de debe de ir respaldado por la documentación completa como una política de la financiera que evite cualquier riesgo de pérdida monetaria si se concede el crédito al prestatario, además no de incurrir en errores que puedan ser sujetos de multa para la financiera (instrumentos aplicados en la investigación )

El 33.3% solicitaron el crédito de consumo, el cual es dirigido principalmente al sector asalariado, donde la mayor parte de los solicitantes son maestros.

Tabla 24. Tipo de crédito solicitado en financiera FDL. Universo: 63 encuestas

| Tipo crédito solicitado | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------|------------|------------|
| Crédito de consumo      | 21         | 33.3       |
| Crédito agropecuario    | 13         | 20.6       |
| Crédito de vivienda     | 19         | 30.2       |
| Crédito de comercio     | 10         | 15.9       |
| Total                   | 63         | 100.0      |

**Fuente: Datos primarios encuesta. Octubre, 2023**

*Yo trabajo para la alcaldía de Wiwilí Jinotega, actualmente tengo un crédito activo en financiera FDL, este lo utilicé para comprar un solar donde próximamente espero construir mi casa, considero que este tipo de*

*crédito me beneficia mucho ya que presenta una casa de interés cómoda y sobre todo, se otorgan a largo plazo (José Dolores Hidalgo, cliente de financiera FDL).*

Un préstamo crediticio permite acceder a una cantidad fija de dinero, por eso el propósito en su gran mayoría para nuestro cliente es con un 49.2% es para capital de trabajo, Por lo que, si desean un préstamo para ello o mejora de vivienda, no cuentan con el capital suficiente debido al trabajo que no se le permite. Quienes suelen solicitar estos servicios en su mayoría son los maestro y albañiles (ver tabla N° 25)

Tabla 25. Destino del crédito solicitado en financiera FDL. Universo: 63 encuestas

|                         | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------|------------|------------|
| Capital de trabajo      | 31         | 49.2       |
| Mejora de vivienda      | 19         | 30.2       |
| Financiamiento agrícola | 5          | 7.9        |
| Compra de terreno       | 4          | 6.3        |
| Educación               | 2          | 3.2        |
| Compra de ganado        | 1          | 1.6        |
| Pagar otros créditos    | 1          | 1.6        |
| Total                   | 63         | 100.0      |

**Fuente: Datos primarios encuesta. Octubre, 2023**

*“Cuando renuevo mi crédito siempre trato de invertirlo bien en algo que me genere ingresos, en mi caso casi siempre busco ampliar mi inventario para que mi negocio se vea más surtido” (Maritza Zeledón, clienta de financiera FDL).*

Al consultar a los diferentes clientes acerca de la información recopilada a su persona sobre la información brindada, el 96.8 % de los deudores de la financiera FDL afirman que la institución si brinda suficiente información acerca de los créditos a ejecutarse a su persona.

Por lo tanto, el 3.2% de los clientes dicen lo contrario. Ellos afirman que el personal olvido darles información detallada y fácil de comprender.

Tabla 6 Se le informó los requisitos para solicitar crédito. Universo: 63 encuestas

|       | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| No    | 2          | 3.2        |
| Si    | 61         | 96.8       |
| Total | 63         | 100.0      |

**Fuente: Datos primarios encuesta. Octubre, 2023**

No obstante, los clientes expresan que los colaboradores son amables y garantizan una buena atención.

*" El personal de la empresa me ha tratado siempre con mucho respeto, siempre que me presento a la sucursal realizo muchas preguntas para aclarar todas mis dudas sobre los préstamos vigentes en ese momento y dichas dudas fueron aclaradas, tomé una decisión de renovar mi crédito" (Alba María Ruiz, clienta de FFDL).*

Estos datos representan todos los requisitos que son solicitados a los usuarios de la entidad para emprender la gestión en las diferentes líneas de crédito, donde el principal requisito es llenar la solicitud donde se llega a un acuerdo con los clientes y a partir de ahí se decide si se continua o no con el proceso del crédito.

*"Yo siempre voy FFDL a exponer mi necesidad en ese momento, ellos me hacen varias preguntas y luego me trasladan la solicitud hacia el promotor que se encarga de atender la zona donde yo vivo, hablo con él y luego me visita para realizar la evaluación de mi negocio" (Hermógenes Olivas, cliente de FFDL).*

Tabla 27. Documentos presentados para solicitar un crédito. Universo: 63 encuestas

|                    | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Solicitud llena    | 41         | 65.1       |
| Copia de cedula    | 18         | 28.6       |
| Constancia laboral | 3          | 4.8        |
| Fiador             | 1          | 1.6        |
| Total              | 63         | 100.0      |

**Fuente: Datos primarios encuesta. Octubre,2023**

El tiempo en el que se ejecuta la recolección de la documentación o requisitos previos adjunto la solicitud de crédito es muy corto siendo un 47.6% de la primera opción obtenida por tres días para la recolección de los datos que la empresa quiere obtener para la

aprobación del préstamo, mientras que 3.2% afirma que se le hace un poco más costoso el recopilar la información; por ese motivo se dilatan hasta una semana para poder comenzar a ejecutar la aprobación y posteriormente el desembolso de la cantidad.

Tabla 28. Tiempo en recopilar documentación solicitada por FDL. *Universo: 63 encuestas*

|               | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------|------------|------------|
| De 1 a 3 días | 30         | 47.6       |
| De 4 a 7 días | 18         | 28.6       |
| Una semana    | 13         | 20.6       |
| Dos semanas   | 2          | 3.2        |
| Total         | 63         | 100.0      |

**Fuente: Datos primarios encuesta. Octubre, 2023**

*“Generalmente los créditos que son otorgados más rápido son los de consumo porque conllevan menos información, en cambio un crédito otorgado a un productor agrícola se necesita más de tiempo porque se tiene que evaluar las diferentes hectáreas*

*que este cultiva” (Walter Rodríguez, oficial de crédito).*

Un 57.1% de las personas piensa que la cantidad de requisitos que la financiera pide no son demasiados, porque también recopilan información que no es relevante para la institución en el momento de iniciar la gestión de crédito.

Un 42.9% opina que no es una cantidad justa de requisitos personales a presentar haciendo referencia que, al ser una renovación de préstamo, los requisitos deberían ser menos.

Tabla 28. Considera que los requisitos solicitados por FFDL son adecuados. *Universo: 63 encuesta*

| Requisitos adecuados                          | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|------------|
| No, son muchos requisitos                     | 27         | 42.9       |
| Sí, solicitan la cantidad justa de requisitos | 36         | 57.1       |
| Total   | 63         | 100.0      |

**Fuente: Datos primarios de encuesta. Octubre, 2023**

*“En mi último crédito me tocó volver a levantar un inventario cuando el préstamo anterior había sido evaluado hace apenas dos meses, por eso considero que no sería necesario volver a hacer esto, porque en dos meses las diferencias van a ser mínimas” (Marlon Valladares, cliente de Financiera FFDL).*

De los encuestados el tipo de garantía que más respalda los créditos son los fiadores con 58,7%, seguidos de los documentos con 33.3% y con un 7.9% usaron garantías prendarias.

Esto se debe a que los montos solicitados van de la mano de cada tipo de garantía, esto se hace con el objetivo de minimizar riesgos al momento de otorgar un crédito.

Tabla 30: Garantía presentadas FFDL  
Universo: 63 encuestas

| Tipo garantía | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------|------------|------------|
| Fiador        | 37         | 58.7       |
| Documento     | 21         | 33.3       |
| Prenda        | 5          | 7.9        |
| Total         | 63         | 100.0      |

Fuente: Datos primarios encuesta. Octubre, 2023

*“En mi caso solicité crédito por primera vez en FFDL, mi fiador fue mi tío que lleva años siendo cliente de FFDL, pero, para el próximo préstamo ya no me soliciten ningún tipo de garantía” (José Bismark Centeno, cliente de Financiera FFDL).*

La mayoría de los clientes solicitan créditos entre 1,000 a 10,000 córdobas, muchos de estas personas son de escasos recursos que cuentan únicamente con una sola fuente de ingresos, en cambio los créditos mayores a 30,000 córdobas son solicitados por clientes que cuentan con un nivel de capitalización más alto.

*“Mis créditos siempre son mayor a 5,000 dólares porque cada año ocupo ese dinero para darle mantenimiento a mi café productivo, luego del maltrato que este sufre durante la temporada de corte” (Harvin Herrera, cliente de financiera FFDL).*

Tabla 31: ultimo préstamo solicitado en FFDL  
Universo: 63 encuesta

| Monto                       | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------------|------------|------------|
| C\$1,000.00 a C\$10,000.00  | 25         | 39.7       |
| C\$10,001.00 a C\$20,000.00 | 16         | 25.4       |
| C\$20,001.00 a C\$30,000.00 | 10         | 15.9       |
| C\$30,001.00 a más          | 12         | 19.0       |
| Total                       | 63         | 100.0      |

Fuente: Datos primarios de encuesta. Octubre, 2023



### 10.4.6. Evaluación del crédito

La evaluación económica consiste en la recopilación y análisis de la información socio económicos del cliente, esto con el propósito de constatar si se cuenta con la capacidad de pago en un plazo determinado, además, se analiza la estrategia financiera del cliente, para detectar riesgos (Tinoco, 2019)

La mayoría de las personas no conocen el proceso de evaluar un crédito, porque muchas veces no se brinda el asesoramiento necesario para que el cliente pueda aclarar sus dudas, generalmente estas dudas son por parte de clientes nuevos.

*“En su mayoría los clientes no conocen el proceso que tiene que pasar toda la información que se recolecta durante la evaluación, por eso muchos clientes se desesperan y quieren que su crédito se otorgue a la mayor brevedad posible y muchas veces hay procesos que no son controlables” (Edwin Osorio, Oficial de crédito).*

Tabla 32: Conoce el proceso que sigue FDL para evaluar un crédito.

**Universo: 63 encuestas**

|       | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| No    | 13         | 50.8       |
| Si    | 31         | 49.2       |
| Total | 63         | 100.0      |

Fuente: Datos primarios de encuesta. Octubre, 2023

La mayoría de los clientes quedaron satisfechos en su tiempo de respuesta a su crédito, optimizando procesos y en el caso de muchos préstamos se otorgan de manera más rápida, todo dependerá de la actividad económica que se desarrolla el cliente y de la lejanía a la que se encuentre.

La mayoría de los clientes encuestados opina que la financiera sí debería conocer el destino del crédito (82.5), en cambio el 17.5 afirma que no es necesario, afirmando que ellos son clientes con récord y no se debe tener mucha desconfianza.

Tabla 33. Considera necesario que FDL conozca el destino de su crédito. Universo: 63 encuestas

|       | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| No    | 11         | 17.5       |
| Si    | 52         | 82.5       |
| Total | 63         | 100.0      |

Fuente: Datos primarios de encuesta.  
Octubre.2023

*“Quedé satisfecho con el tiempo que tuvo la financiera en aprobar mi solicitud de crédito, sin embargo, considero que se puede ser más rápido en darme una respuesta”*  
(Reynaldo Josué Carrillo, cliente de FFDL)

En relación con esto un analista mencionaba que siempre debe conocerse el destino a financiar para minimizar riesgos.

*“Siempre que se hace una evaluación se debe conocer el uso que se le dará al crédito porque muchas veces este dinero puede ser destinados a actividades ilícitas que infrinjan en nuestra política de crédito (Yerlin Valle, oficial de crédito).*

La mayoría de los clientes quedaron satisfechos en su tiempo de respuesta a su crédito, optimizando procesos y en el caso de muchos préstamos se otorgan de manera más rápida, todo dependerá de la actividad económica que se desarrolla el cliente y de la lejanía a la que se encuentre.

Tabla 9. Está conforme con el tiempo que se tarda en responder a su solicitud de crédito. Universo: 63 encuestados

|       | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| No    | 6          | 9.5        |
| Si    | 57         | 90.5       |
| Total | 63         | 100.0      |

Fuente: Datos primarios encuesta. Octu, 2023

*“Quedé satisfecho con el tiempo que tuvo la financiera en aprobar mi solicitud de crédito, sin embargo, considero que se puede ser más rápido en darme una respuesta”*  
(Reynaldo Josué Carrillo, cliente de FFDL)

El 52.4 % de los clientes afirman que en la empresa el tiempo determinado para el desembolso es de una semana, por otro lado, el 27.6 % comenta que se tarda de 1 a 3 días.

*" Quedé satisfecho con el tiempo que tarda la financiera en aprobar mi crédito, creí que la aprobación iba hacer más lenta, sin embargo, la financiera me dio una buena respuesta y no tuve ninguna complicación" (Ramiro Antonio Marín, cliente FFDL)*

Tabla 10 Tiempo desde que entregó los requisitos de solicitud a FDL. Universo: 63 encuestas

|                | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------|------------|------------|
| De 1 a 3 días  | 17         | 27         |
| Una semana     | 33         | 52.4       |
| 15 días        | 12         | 19         |
| Mas de 15 días | 1          | 1.6        |
| Total          | 63         | 100.0      |

Fuente: Datos primarios de encuesta. Octubre, 2023

El 66.7% de las personas afirman que el contrato si contienen la información necesaria para aclarar sus dudas, y un 33.3% afirma que los contratos no cuentan con la información necesaria, no es clara y es difícil de comprender.

*"Los contratos que he podido leer siempre me generan dudas, yo lo que hago es preguntarle al encargado de realizar esta gestión para no tener dificultades en un futuro " (Leonardo Herrera, cliente FFDL).*

Tabla 11 La información en el contrato es clara y suficiente. Universo: 63 encuestados

|       | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| No    | 21         | 33.3       |
| Si    | 42         | 66.7       |
| Total | 63         | 100.0      |

Fuente: Datos primarios encuesta. Octubre, 2023

Tabla 12 Información antes de firmar el contrato con FDL. Universo: 63 encuestados

|                       | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------|------------|------------|
| El monto de la cuota: | 10         | 15.9       |
| El monto de intereses | 28         | 44.4       |
| El tiempo de mora     | 25         | 39.7       |
| Total                 | 63         | 100.0      |

Fuente: Datos primarios de encuesta. Octubre, 2023

Según los datos obtenidos el 44.4% de los encuestados afirman que se les informó sobre la tasa de interés, pero el 39.7% afirma que la financiera les comunico sobre los riesgos que conlleva tener los

créditos en mora. Mientras un 15.9% fue informado sobre el monto de la cuota.

*"En mi último crédito se me había perdido mi plan de pago, tuve una confusión porque ahí se detallaban las fechas de cada cuota, pero un día antes de caer en mora el oficial se puso en contacto conmigo"* (Oneyda Osorio, cliente de financiera FDL).

La mayoría de los clientes realizamos sus pagos mensualmente (39.7%), que en gran parte son asalariados, mientras tanto un 34.9% pagan sus créditos anuales, lo que corresponde principalmente al sector Cafetalero.

Según el gerente de la sucursal la mayor parte de los clientes prefieren cuotas mensuales por que son cuotas menores en comparación a las cuotas anuales.

Tabla 13 Frecuencia realiza los pagos de su cuota. Universo: 63 encuestados

| Pagos   | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|------------|------------|
| % anual | 22         | 34.9       |
| mensual | 25         | 39.7       |
| semanal | 9          | 14.3       |
| No sabe | 7          | 11.1       |
| Total   | 63         | 100.0      |

**Fuente: Datos primarios encuesta. Octubre, 2023**

*"En su mayoría de los clientes potenciales me piden que les de ejemplos de cuotas mensuales, porque se pagan montos menores, aunque esto dependerá al tipo de actividad que ejercerán comparación a un cliente Cafetalero que le corresponde cuotas anuales "*

#### **10.4.7. Seguimiento por analistas de crédito de la financiera**

El seguimiento del crédito al crédito consiste en una visita realizada por el gerente o jefe de crédito, para la verificación de información clave después de ser aprobado el crédito, esta actividad se realiza tomando en cuenta las características del crédito, el uso del crédito solicitado, a continuación de esto el seguimiento queda a cargo del oficial de crédito en caso de que el cliente presente atrasos en algunas de sus cuotas o esté interesado en renovar el crédito (Montealegre, 2018).

Según el análisis, un 74% de los clientes hace constar que han recibido analistas de créditos en sus viviendas, mientras que al 26% no los han visitado, esto sucede porque se tiene especial cuidado en aquellos clientes que son nuevos y principalmente a aquellos que no tienen récord en el mercado financiero porque los riesgos de recuperar dinero son más altos.

*“Cuando fue mi primer crédito recuerdo que vinieron a visitarme, después las visitas no fueron tan frecuentes, ya tengo 13 créditos cancelados y sin ningún día de atraso, por lo que pienso que ellos ya confían en mí” (Sonia Castro, cliente de financiera FFFDL).*

Tabla 39: Recibe usted visita de analistas de crédito de FFDL en su vivienda.  
Universo: 63 encuestas

|       | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| No    | 16         | 26         |
| Si    | 47         | 74         |
| Total | 63         | 100.0      |

Fuente: Datos primarios encuesta. Octubre, 2023

El 65% clasifica el servicio brindado por la entidad como bueno, ya que son atendidos de una manera muy rápida teniendo en cuenta que en el momento de llegar a la institución no se encuentre saturada de clientes a efectuar un crédito o cualquier otro tipo de diligencia.

Tabla 14: Valoración de atención recibida por analistas de crédito.

Universo: 63 encuestas

|         | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|------------|------------|
| Mala    | 4          | 6.4        |
| Regular | 18         | 28.6       |
| Buena   | 41         | 65         |
| Total   | 63         | 100.0      |

Fuente: Datos primarios encuesta.  
Octubre, 2023

Un 28.6% como regular y un 6.4% como malo en cual son tomadas así por el deudor por motivos de presentación en un momento en el que el personal tiene demasiada carga de trabajo y empeorando por la falta de personal que labora en la institución financiera.

*Siento que FFDL últimamente se esmera en contratar personal con bastantes características humanas que sepan ponerse en el lugar del cliente, porque muchas veces estos presentan dificultades para asumir sus cuotas y no es porque no quieran pagar, si no que surgen situaciones que se salen del control humano y es ahí donde uno tiene que saber apoyar al cliente. (Eric Pineda, oficial de crédito Pyme).*

Tabla 41: Considera adecuada la forma que se realiza el seguimiento de crédito en FDL

**Universo: 63 encuestas**

|    | Frecuencia | Porcentaje |
|----|------------|------------|
| Si | 63         | 100        |

**Fuente: Datos primarios encuesta. Octub, 2023**

Según las encuestas, al 100% se le brinda seguimiento después del desembolso, y se realiza para que el dinero sea invertido en lo anotado en la solicitud de crédito, si es utilizado en otro destino, el cliente puede ser sujeto de multas por FFDL.

*Al momento de dar seguimiento de los créditos se tiene especial cuidado con aquellos montos que son mayores a 10,000 dólares, porque el riesgo se vuelve mayor por la cantidad de dinero prestada, todos estos financiamientos deben ser justificados con facturas de compra, cartas de ventas, entre otras (Dorwin Herrera, gerente de FFDL).*

El 100% de los encuestados afirman que los oficiales de créditos son amables y respetuosos cuando los atienden, siempre mantienen una actitud profesional.

Tabla 42: Los oficiales de crédito se dirigen con amabilidad hacia su persona.

**Universo: 63 encuestas**

|    | Frecuencia | Porcentaje |
|----|------------|------------|
| Si | 63         | 100.0      |

**Fuente: Datos primarios encuesta. Oct, 2023**

*“En mi caso yo resido en una comunidad del municipio de Wiwilí Jinotega, trato siempre de tener una buena relación con el promotor que me atiende, él vive pendiente de mi crédito y si yo quiero renovarlo solo le aviso para que me llene la solicitud y luego me haga la visita” (Judith Jirón, cliente de financiera FDL).*

La mora es el atraso en el pago de una o más de las cuotas de capital, intereses, comisiones u otros recargos en las fechas pactadas en cuyo caso se considerará en mora el saldo del activo crediticio. Para los activos crediticios que no tengan una fecha de vencimiento determinada, esta se considerará a partir de la fecha en que se haya realizado la erogación de los fondos (Superintendencia de Bancos, 2023).

El 87.3% de los encuestados expresan que el personal de FFDL sí le advierte de las consecuencias que trae consigo el índice de mora que pueden pagar.

Tabla 43: Recibe alertas sobre consecuencias de tener mora en su crédito  
Universo: 63 encuestas

|       | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| No    | 8          | 12.7       |
| Si    | 55         | 87.3       |
| Total | 63         | 100.0      |

Fuente: Datos primarios encuesta. Octubre, 2023

*“Siempre durante se da el llenado de solicitud se advierte al cliente sobre la responsabilidad que conlleva recibir un crédito, ya que, según la garantía establecida puede llegar hasta perder todas sus propiedades” (Yerlin Valle, oficial de crédito).*

#### 10.4.8. Fidelización de clientes de la financiera

La fidelización se entiende cómo una acción dirigida a conseguir que los clientes mantengan relaciones estables y continuadas con la empresa a lo largo del tiempo. El fin es crear con el cliente un sentimiento positivo hacia el negocio, que sea lo que motive ese impulso de adhesión continuada (Promove consultoria e formación SLE, 2012)

Un 76.2% dicen que la manera en la que la financiera logra fidelizar los clientes es ofreciéndoles tasas de interés más bajas y el 12.7 menciona que se les brinda una excelente asistencia técnica.

Unos de los clientes mencionaron, que él se ve beneficiado cuando la institución le brinda paquetes financieros especiales.

Tabla 44: Cómo fideliza los clientes FDL.  
Universo: 63 encuestas

|  | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| Ofrece tasa de interés más baja          | 48         | 76.2       |
| Les brinda asistencia técnica            | 8          | 12.7       |
| No se carga comisión                     | 3          | 4.8        |
| Brinda montos altos sin ninguna garantía | 4          | 6.3        |
| Total                                    | 63         | 100.0      |

Fuente: Datos primarios de encuesta. Octubre, 2023

*“En mi caso siempre espero a que los promotores de crédito me ofrezcan tasa de interés bajas, esto pasa durante ciertas épocas del año, especialmente para las temporadas de cosecha de café” (José Lion Borge, cliente de la financiera FDL)*

*“FFDL, siempre busca la manera de beneficiar a sus clientes, cada año se presentan propuestas ante la junta general, tomando en cuentas las opiniones de los clientes para*

*concretar eso para posteriormente plasmarlo en el manual de políticas de crédito”  
(Eric Pineda, oficial de crédito Pyme).*

El 55.6% mencionan que un cliente se considera fidelizado cuando no tienen más deudas en el mercado financiero, solo cuentan con una sola fuente de financiamiento, estos clientes reciben mayores beneficios por parte de FFDL, ya que se consideran clientes exclusivos.

Tabla 45: Cuándo se considera un cliente fidelizado. Universo: 63 encuestas

|  | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| No tiene más deudas en el mercado financiero | 35         | 55.6       |
| Pagan de forma anticipada sus créditos       | 22         | 34.9       |
| Cancelan sus créditos                        | 6          | 9.5        |
| Total  | 63         | 100.0      |

Fuente: Datos primarios de encuesta. Octubre, 2023

*“Los clientes fidelizados normalmente tienen mejores beneficios porque se le pueden ofrecer paquetes financieros exclusivos, mejor tasa de interés, asistencia técnica personalizada gratuita, mayores plazos, entre otros” (Edwin Osorio, oficial de crédito”).*

Del total de las personas encuestadas, el 84.1% respondieron que les parecía buena, asumiendo que FFDL es líder en el mercado contando con liquidez suficiente para financiar todos los rubros para lo que se requiere el préstamo.

Tabla 46: Opinión sobre la financiera FDL. Universo: 63 encuestas

|         | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|------------|------------|
| Regular | 10         | 15.9       |
| Buena   | 53         | 84.1       |
| Total   | 63         | 100.0      |

Fuente: Datos primarios. Octubre, 2023

*“Siempre que solicito un crédito siento que puedo sentirme en la confianza de poder expresar todas mis necesidades para que ellos pueden ayudarme, así mismo, ellos se interesan por conocer las estrategias con las cuales manejo mi negocio y en ocasiones hasta llegan al punto de brindar consejos para mejorar el negocio” (Oneyda Osorio, cliente de financiera FDL).*



El 92.1% clasifica el servicio brindado por la entidad como muy bueno, ya que son atendidos de una manera muy rápida, considerando que, en el momento de llegar no se

Tabla 47: Valoración de atención al cliente. Universo: 63 encuestas

| Valoración | Frecuencia | Porcentaje |
|------------|------------|------------|
| Regular    | 5          | 7.9        |
| Buena      | 58         | 92.1       |
| Total      | 63         | 100.0      |

Fuente: Datos primarios encuesta. Oct. 2023

encuentre saturada de clientes a efectuar un crédito o cualquier otra diligencia. Un 7.9% la valora de regular, porque la cantidad de colaboradores no es suficiente para atender a todos los clientes de la empresa.

*“Siempre tratamos de hacer sentir en confianza al cliente, utilizando un vocabulario sencillo donde él se sienta que al otro lado de la silla está un amigo y que no nos cataloguen como una persona completamente diferente a ellos” (Walter Rodríguez, oficial de crédito).*

Tabla 15: Qué aspectos valora como positivos en la atención al cliente en FDL. Universo: 63 Encuestados

|                                       | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------------------|------------|------------|
| Rapidez del servicio                  | 24         | 38.1       |
| Amabilidad del personal               | 22         | 34.9       |
| Local agradable                       | 8          | 12.7       |
| Confianza en la asesoría del personal | 9          | 14.3       |
| Total                                 | 63         | 100.0      |

Fuente: Datos primarios de encuesta. Octubre, 2023

El 38.1% de los encuestados valoran como positivo la rapidez de la atención al cliente, mientras que el 34.9% hacen referencia a la amabilidad del personal con ellos.

Uno de los clientes mencionaba, que se siente satisfecho con la rapidez en la atención recibida, ya sea para realizar solicitud de crédito o hacer una consulta sobre cualquier otro servicio.

*“Siempre recibo una atención satisfactoria por parte del personal del FFFFDL, quienes de una manera bastante rápida resuelven todos los inconvenientes que yo les pueda presentar en el transcurso del plazo de mi crédito” (Norma Teresa Zeledón Pineda, clienta de la financiera FFFFDL).*

Tabla 48: Ventajas obtenidas de FDL  
Universo: 63 encuestas

| Ventajas                     | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------------|------------|------------|
| Tasa de interés bajas        | 41         | 65.1       |
| Menos requisitos, documentos | 11         | 17.5       |
| Prestigio de la empresa      | 4          | 6.3        |
| Capacitación                 | 3          | 4.8        |
| Negociación de pagos         | 3          | 4.8        |
| Asesoría técnica             | 1          | 1.6        |

Fuente: Datos primarios de encuesta. Octubre, 2023

El 65.1% mencionan que la mayor ventaja que ha tenido ha sido tasas de interés bajas, y el 17.5 valoran positivamente la solicitud de menos requisitos y documentos.

El principal aspecto valorado fue la rapidez del servicio con el 38.1%, el segundo fue la amabilidad del personal con el 34.9%.

*“Yo me dedico a cultivar café, siempre me han sido de mucha ayuda las visitas por parte de los técnicos quienes me brindan recomendaciones para tratar las diferentes enfermedades que el árbol de café pueda presentar” (Arlin Blandón Guerrero, cliente de financiera FDL).*

La tabla 43 refleja que el 95.2% de los deudores si volverían a solicitar los servicios ya que si han podido efectuar los propósitos o solventar las necesidades las cuales se les habían presentado y no había podido ser solucionadas y 4.8% no volverían a solicitar servicios por la mala experiencia adquirida.

*Actualmente me encuentro muy satisfecha con FFDL, hemos sabido trabajar, espero seguir durante tenga mi negocio para poder ampliar mi local, teniendo siempre esa mano que siempre me ha apoyado para poder salir adelante. (Raquel Zeledón, clienta de financiera FDL).*

Tabla 43 Volvería a solicitar crédito en FDL  
Universo: 63 encuestas

|       | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| No    | 3          | 4.8        |
| Si    | 60         | 95.2       |
| Total | 63         | 100.0      |

Fuente: Datos primarios encuesta. Octubre, 2023

Los resultados demuestran que un 96.8% de clientes evalúan como bueno la información recibida, el 49.2% dicen que el monto de la cuota es regular, mientras que el 9.8% hace referencia a que las formas de pago son malas.

Esto se debe a que los encuestados valoran más la información recibida porque mediante esto logran aclarar todas sus dudas respecto al crédito solicitado y esto les permitirá tomar una decisión para adquirir el crédito según la necesidad que tengan, en donde

la necesidad es un factor determinante para optar por el crédito que más se ajuste a su presupuesto o la finalidad para la cual lo desean.

Tabla 16 Como valora lo siguiente. Universo: 63 encuestas

| Como valora lo siguiente       | Bueno | Regular | Malo |
|--------------------------------|-------|---------|------|
| Interés por mora               | 52.4% | 47.6%   | 0.0% |
| Monto de interés               | 52.4% | 47.6%   | 0.0% |
| Formas de pago                 | 52.4% | 47.6%   | 9.8% |
| El monto de la cuota           | 50.8% | 49.2%   | 0.0% |
| Tiempo aprobación y desembolso | 52.4% | 47.6%   | 0.0% |
| Documentos solicitados         | 52.4% | 47.6%   | 0.0% |
| información recibida           | 96.8% | 3.2%    | 0.0% |

**Fuente: Datos primarios de encuesta. Octubre,2023**

## 10.4 Prueba de hipótesis

Hipótesis nula: La eficiencia en la atención al cliente y aprobación de crédito no incide en la fidelización de los clientes.

Hipótesis alternativa: La eficiencia en la atención al cliente y aprobación de crédito sí incide en la fidelización de los clientes.

Para encontrar la correlación entre la variable independiente y dependiente se aplicó una prueba de hipótesis con Phi V de Cramer, obteniendo como resultado 0.003, significa que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, por lo cual la conclusión es que la eficiencia en la atención al cliente y la aprobación de crédito sí incide en la fidelización de los clientes en la Financiera FFFDL de la sucursal Wiwili, Jinotega.

**Tabla cruzada**

|  |    |                   | ¿Considera que la cantidad de requisitos (cédula de identidad, constancia salarial, entre otros) que solicita FFFDL es adecuada? |   | Total |
|--|----|-------------------|--|---|-------|
|  |    |                   | No, son demasiado requisitos   | Sí, solicitan la cantidad justa de requisitos |       |
| ¿Está conforme con el tiempo que tarda la financiera FFFDL en dar respuesta a su solicitud de crédito? | No | Recuento          | 6  | 0   | 6     |
|  |    | Recuento esperado | 2.6  | 3.4   | 6.0   |
|  | Si | Recuento          | 21   | 36  | 57    |
|  |    | Recuento esperado | 24.4   | 32.6  | 57.0  |
| Total  |    | Recuento          | 27   | 36  | 63    |
|  |    | Recuento esperado | 27.0   | 36.0  | 63.0  |

### Medidas simétricas

|                    |             | Valor | Aprox. Sig. | Significación exacta |
|--------------------|-------------|-------|-------------|----------------------|
| Nominal por        | Phi         | .375  | .003        | .004                 |
| Nominal            | V de Cramer | .375  | .003        | .004                 |
| N de casos válidos |             | 63    |             |                      |

## **10.5. Propuestas de estrategias para mejorar la gestión de crédito en financiera FFFDL**

Con toda la información recopilada y analizada en esta investigación se realiza una propuesta de estrategias que están enfocadas en el mejoramiento de la gestión de crédito de la Financiera FDL para mejorar la calidad y el servicio que les brindan a sus clientes.

Inicialmente se realizó un análisis PESTEL de la Financiera Fondo de Desarrollo Local (FFDL) para analizar el entorno externo, abordando aspectos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, económicos y legales, y que están enfocados en la gestión del crédito.

### **Análisis PESTEL del entorno de FFDL**

| <b>Factores Políticos</b>  | <b>Factores económicos</b>  | <b>Factores sociales</b>   |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cambios en los acuerdos internacionales</li> </ul>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Incremento del PIB</li> <li>- Inflación como principal desafío</li> <li>- Desempleo</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Migración</li> <li>- Nivel de ingresos</li> </ul>   |
| <b>Factores Tecnológicos</b>   | <b>Factores Ecológicos</b>  | <b>Factores Legales</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos tecnológicos</li> <li>- Uso de redes sociales</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Asesoría ambiental</li> <li>-Leyes de protección del medio ambiente</li> </ul>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Leyes laborales</li> <li>-Leyes de protección ambiental</li> <li>- Permisos autorizados y otros requisitos</li> </ul> |

|                    | Factor                                  | Descripción  | Plazo |    |    | Impacto  | FODA        |
|--------------------|---|--|-------|----|----|----------|-------------|
|                    |   |  | CP    | MP | LP |          |             |
| <b>POLITICO</b>    | Cambios en los acuerdos internacionales | Puede suponer un cambio en la manera de operar de las entidades financieras  | X     |    |    | Negativo | Amenaza     |
| <b>ECONOMICO</b>   | La inflación como principal desafío     | Disminución en la adquisición de préstamos   |       | X  |    | Negativo | Amenaza     |
|                    | Incremento en el crecimiento PIB        | Indica un crecimiento en la actividad productivas  |       | X  |    | Positivo | Oportunidad |
|                    | Desempleo                               | Supone un problema grave en la economía en general   | X     |    |    | Negativo | Amenaza     |
| <b>SOCIAL</b>      | Migración                               | Las deudas no desaparecen, aunque estén fuera del país   |       | X  |    | Negativo | Amenaza     |
|                    | Nivel de ingresos                       | Contribuyen al crecimiento financiero  |       |    | X  | Positivo | Oportunidad |
| <b>TECNOLOGICO</b> | Recursos tecnológicos                   | Este recurso es una herramienta que permite optimizar el trabajo, FFDL, no cuenta con equipos tecnológicos modernos.   |       |    | X  | Positivo | Oportunidad |
|                    | Uso de redes sociales                   | Es un canal para mantener la comunicación interactiva con los clientes y promover la ampliación de la cartera  |       |    | X  | Positivo | Oportunidad |
| <b>ECOLOGICO</b>   | Asesoría ambiental                      | Con la capacitación brindada a oficiales de crédito, dan seguimiento especializados para el acompañamiento, implementación y verificación de las prácticas ambientales por los clientes. |       |    | X  | Positivo | Oportunidad |
|                    | Leyes de protección del medio ambiente  | Se garantiza proteger y trabajar de la mano con el medio ambiente  |       |    | X  | Positivo | Oportunidad |
| <b>LEGAL</b>       | Leyes laborales                         | Garantiza el desarrollo económico  |       |    | x  | Positivo | Oportunidad |
|                    | Leyes relacionadas con la actividad     | Es importante para el desarrollo eficiente y la ventaja competitiva con respecto a las empresas que brindan servicios bancarios  |       |    | X  | Positivo | Oportunidad |
|                    | Permisos autorizados y otros requisitos | Ayuda a regular las actividades interbancarias   |       |    | X  | Positivo | Oportunidad |

## **Análisis FODA enfocado en el proceso de gestión del crédito de la Financiera FFDL de Wiwilí, Jinotega.**

Este análisis FODA se realizó considerando los resultados obtenidos de los instrumentos aplicados y también, con datos brindados por un informante que labora en la Financiera FFDL, a partir de su experiencia.

| <b>ANÁLISIS FODA</b>  |   |
|---|---|
| <b>FORTALEZAS</b>   | <b>OPORTUNIDADES</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Amplia trayectoria y conocimiento del sector micro financiero.</li> <li>- Alto reconocimiento en el mercado por clientes y competidores.</li> <li>- Entidad regulada por la Superintendencia de Bancos y de Otras Instituciones Financieras (SIBOIF).</li> <li>- Composición patrimonial con participación de fondeadores especializados y de trabajadores de la Financiera.</li> <li>- Solidez financiera y solvencia económica.</li> <li>- Conocimiento del cliente y factibilidad en verificación de información personal.</li> <li>- Fidelización de los clientes a la financiera.</li> <li>- Disponibilidad de sistemas de alertas.</li> <li>- Tasas de Interés baja.</li> <li>- Buena atención al cliente.</li> <li>- Comisión por desembolso baja al 1%.</li> <li>- Incentivos a colaboradores.</li> <li>- Sistemas informáticos y equipos tecnológicos adecuados.</li> <li>- Personal altamente capacitado.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Convenios con alcaldías y ONG's.</li> <li>- Interés de la población de mejorar sus viviendas</li> <li>- Incremento de clientes potenciales.</li> <li>- Cierre de microfinancieras en la zona.</li> <li>- Incremento de pequeños y medianos productores.</li> <li>- Adquirir cartera crediticia de otras entidades dedicadas a apoyar el sector microfinanzas.</li> <li>- Incremento del PIB</li> <li>- Mejora en los niveles de ingresos</li> <li>- Recursos tecnológicos</li> <li>- Uso de redes sociales</li> <li>- Leyes de protección del medio ambiente</li> <li>- Leyes Laborales</li> <li>- Leyes relacionadas con la actividad</li> <li>- Permisos autorizados y otros requisitos</li> </ul> |
| <b>DEBILIDADES</b>  | <b>AMENAZAS</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Poca publicidad de los servicios.</li> <li>- Demora en aprobar los créditos.</li> <li>- Escases de personal laborando en la financiera.</li> <li>- Excesiva carga laboral al personal.</li> <li>- Poca capacitación al personal de la Financiera.</li> <li>- Seguimiento al crédito deficiente.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mayor competencia en el mercado de servicio de financieras.</li> <li>- Crecimiento de prestamistas informales.</li> <li>- Apertura de nuevas microfinancieras en la zona.</li> <li>- Poca demanda del servicio financiero en algunas temporadas del año.</li> <li>- Incremento de la tasa de desempleo.</li> <li>- Cultura "No pago"</li> <li>- Alta regulación.</li> <li>- Sobre endeudamiento de clientes.</li> <li>- La inflación como principal desafío</li> <li>- Desempleo</li> <li>- Migración</li> <li>- Cambios en acuerdos internacionales</li> </ul>  |

## **10.5. Propuestas de estrategias**

Luego de plantear el análisis FODA se proponen las siguientes estrategias relacionadas a las debilidades para mejorar la gestión el crédito de la financiera.

### **Estrategia No. 1: Reorganización de la etapa de la aprobación de crédito**

**Objetivo:** Mejorar el tiempo de respuesta y eficacia de la gestión de crédito para la captación de nuevos clientes y el aumento en el saldo de la cartera

**Actividades:**

1. Reducir el uso de formatos en físico
2. Crear créditos automáticos para clientes fidelizados
3. Distribución efectiva de la cartera de clientes por cada oficial de crédito

### **Estrategia No. 2: Publicidad**

**Objetivo:** Dar a conocer los tipos de crédito que ofrece la financiera.

**Actividades:**

1. Realizar sorteos y regalos dirigidos a clientes habituales y potenciales.
2. Ofrecer tasas de interés especiales durante ciertas épocas festivas del año.
3. Grabar testimonios a clientes sobre su crecimiento con FFDL y mostrarlos al público.
4. Anunciarse en los medios radiales y televisivos ofertando los servicios financieros.

### **Estrategia No. 3: Plan de seguimiento de crédito.**

**Objetivo:** Reducir el índice de mora que posee la financiera con los clientes que tienen dificultad en los pagos de sus cuotas de préstamos.



**Actividades:**

1. Implementar visitas a los clientes después del desembolso del crédito.
2. Realizar llamadas de recordatorio de los vencimientos
3. Habilitar puntos de pagos accesibles.
4. Ofrecer plazos de pagos flexibles.

**Estrategia No.4: Especializar a oficiales de créditos por cada sector económico**

**Objetivo:** Agilizar el tiempo de respuesta ante cada crédito solicitado

**Actividades:**

1. Distribuir la cartera de clientes de la sucursal en los diferentes sectores económicos atendidos.
2. Crear capacitaciones virtuales que permitan tener un conocimiento más amplio sobre el sector económico atendido.
3. Permitir que los promotores puedan otorgar créditos automáticos siempre y cuando el cliente tenga un excelente récord crediticio dentro de la financiera.

## **10. CONCLUSIONES**

Como conclusión del presente trabajo de investigación sobre la gestión de crédito de la realizada por financiera FFDL sucursal Wiwilí, es importante mencionar que:

Se logró precisar que las estrategias que se formularon en la Financiera FFDL se enfocan en: reorganización de la etapa de la aprobación de crédito en comité, publicidad, plan de seguimiento de crédito y especializar a los oficiales de crédito por cada sector económico.

Un hallazgo en este estudio demostró que una correcta ejecución de las etapas de la gestión de crédito es esencial, porque permiten al prestamista evaluar el carácter, estabilidad económica y capacidad de pago del cliente. Si en el momento de recepcionar una solicitud de crédito no se verifica correctamente la información recopilada puede dañar el proceso de crédito que se está efectuando y ocasionar una mala recuperación de cartera.

Una buena opinión emitida por los clientes de la financiera es una excelente forma de publicidad que tiene ya que sirve como recomendación del buen servicio que brinda la institución a los clientes lo cual ha contribuido en el desarrollo de la financiera además de tener una visión de crecimiento y expansión hacia otros departamentos del país con el fin de seguir brindando sus servicios a la población.

Durante el proceso investigativo se puede mencionar que la financiera presenta debilidades en algunas de las etapas en el proceso crédito, sobre todo, al momento de querer aprobar un crédito los tiempos son muy extensos, los clientes también hacían énfasis en la poca publicidad que se implementa para promocionar los servicios financieros.

Con respecto a los colaboradores hay bastante rotación y no se cuenta con un plan de reclutamiento que permita hacer frente a esta problemática por los que los tiempos de adaptación son más complejos, por último el seguimiento al crédito se ha vuelto deficiente y no se logra conocer con certeza el uso del crédito solicitado por el cliente, a partir de estos

hallazgos se puede mejorar el funcionamiento general de la gestión de crédito, ya que, en los demás procesos FFDL, se encuentra bien posicionada.

Es necesario señalar que la gestión de crédito podría ser un poco más ágil, ya que, posee demasiados pasos procedimentales que podrían fusionarse en algo más específico, como el llenado de menos documentos y trabajar con un sistema mucho más automatizado, para contribuir de esta manera a los crecimientos de los clientes.

Luego de haber realizado la prueba de hipótesis con phi v de Cramer y haber obtenido como resultado un 0.003, demostrándonos que nuestra hipótesis se aprueba, por lo tanto, llegamos a la conclusión de que la eficiencia en la atención al cliente y la aprobación de crédito sí incide en la fidelización de los clientes en la Financiera FFDL de la sucursal Wiwili, Jinotega.

## **11. RECOMENDACIONES**

### **A la Financiera Fondo Desarrollo Local (FFDL)**

- Es muy importante seguir capacitando al personal de la financiera en herramientas para agilizar la gestión de crédito, conocimientos en atención al cliente y avances tecnológicos financieros aplicados a los servicios que demande el cliente para que la gestión sea eficiente y ágil.
- Conocer la opinión de los clientes acerca del servicio brindado por la financiera para mejorar la comunicación y mejorar el funcionamiento de la empresa.
- Para la contratación del personal de la financiera que son las bases esenciales para brindar un excelente servicio a los clientes, se sugiere la innovación de un modelo de reclutamiento de personal que garantice la eficiencia y eficacia del servicio.
- Al seleccionar al nuevo personal es indispensable que realice un período de inducción, para entrenarlo en sus funciones y también aplicar evaluaciones sistemáticas sobre su desempeño y resultados satisfactorios.

### **A los clientes.**

- Conocer sus derechos y obligaciones, al contratar cualquier producto financiero.
- Conservar los contratos y solicitudes al contratar cualquier servicio financiero.
- Cancelar a tiempo las cuotas, para conservar su récord crediticio.

### **A otras financieras establecidas en Wiwili, Jinotega**

- Seguir con las buenas prácticas que implementa en la financiera FFDL, para mejorar sus carteras de clientes.
- Contratar a personal capacitado y con experiencia para que puedan ser más productivos de cara a las metas establecidas.

## **A los Estudiantes y Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua**

- Se recomienda a la universidad continuar forjando profesionales de calidad y con visión de acometimiento empresarial y conciencia ambiental
- Crear convenios con diferentes empresas, para que sean flexibles con respecto a proporcionar información conveniente a los estudiantes para las futuras investigaciones
- Continuar preparando a los docentes para que brinden educación de excelente calidad
- A los futuros profesionales e investigadores, realizar investigaciones de calidad para que sirvan de referencia a los demás estudiantes universitarios que necesiten de información y a las demás universidades.
- Aplicar la ética y estética en las diferentes investigaciones para seguir aportando al prestigio de la universidad.

## 12. BIBLIOGRAFIA

- Aburto, C. V. (2016). *Marketing de servicio* (Vol. I). Managua, Nicaragua, Nicaragua. Recuperado el 30 de Agosto de 2023, de <https://repositoriounan.edu.ni>
- Aguirre Hernandez, B. A., Rivera, J. O., & Ruiz, E. J. (2020). *Análisis de las políticas crediticias del Banco De América Central (BAC), en base a los créditos de consumo en el año 2018*. Tesis, Finanzas, Managua. Recuperado el 27 de Noviembre de 2023, de <https://repositorio.unan.edu.ni/>
- Amaya, C. A. (2019). *Evaluación del riesgo de crédito en el sistema financiero colombiano* (Vol. I). Bogotá, Colombia. Recuperado el 13 de Agosto de 2023, de <https://www.banrep.gov.com>
- Anguita, J. C. (2011). *La encuesta como técnica de investigación*. Sección de libro, Lima, Perú. Recuperado el 12 de Julio de 2023, de <https://core.ac.uk/download/pdf/82245762.pdf>
- Ansorena, C. (2007). *Competencia y regulación en la banca: el caso de Nicaragua*. Comisión Económica para América Latina. CEPAL, Comercio internacional e industria. Ciudad de México, México: CEPAL. Recuperado el octubre de 2023, de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/374b2e66-b551-4fd0-9f46-2b1879045c6c/content>
- Aranguiz, M. A. (2018). *Análisis de riesgo crediticio, propuesta de modelo credit scoring* (Vol. I). Santiago de Chile, Chile. Recuperado el 23 de Octubre de 2023, de <https://www.redalyc.org.com>
- Asamblea nacional de Nicaragua. (2018). *La gaceta diario oficial*. la gaceta. Recuperado el junio de 2023, de [https://www.siboif.gob.ni/sites/default/files/documentos/leyes/ley\\_561.pdf](https://www.siboif.gob.ni/sites/default/files/documentos/leyes/ley_561.pdf)
- Asamblea, N. (2018). *Ley N.º 732, "Ley Orgánica del Banco Central de Nicaragua"*. Managua, Nicaragua: La Gaceta. Recuperado el junio de 2023, de [https://bcn.gob.ni/sites/default/files/marco\\_juridico\\_financiero/04\\_Ley\\_No\\_316\\_Ley\\_Sup\\_erintendencia\\_de\\_Bancos\\_y\\_Otras\\_Instituciones\\_Financieras.pdf](https://bcn.gob.ni/sites/default/files/marco_juridico_financiero/04_Ley_No_316_Ley_Sup_erintendencia_de_Bancos_y_Otras_Instituciones_Financieras.pdf)
- Brenes, A. (2019). *Comité de crédito* (Vol. I). México, México. Recuperado el 12 de Octubre de 2023, de <https://www.coopeduc.com>
- Calderón, M. L., Rico, G. S., Márquez, V. J., & Durán, N. J. (2015). *Foro Nantik Lum de microfinanzas* (Vol. V). México. Recuperado el 11 de Junio de 2023, de <https://www.mastermicrofinance.com/Investigacion/CM/CM5.pdf>
- Calvo, A., Parejo, J. A., & Cuervo, A. (2014). *Manual de sistema financiero Español* (Vol. 25º Edición). Barcelona: Planeta, S.A. Recuperado el Junio de 2023, de [https://www.planetadelibros.com/libros\\_contenido\\_extra/29/28771\\_Manual\\_Sistema\\_Financiero.pdf](https://www.planetadelibros.com/libros_contenido_extra/29/28771_Manual_Sistema_Financiero.pdf)
- Calvo, A., Parejo, J. A., & Rodriguez, L. C. (2014). *Manual de sistema Financiero Español* (Vol. 25º Edición). Barcelona, España: Planeta, S.A. Recuperado el Junio de 2023, de [https://www.planetadelibros.com/libros\\_contenido\\_extra/29/28771\\_Manual\\_Sistema\\_Financiero.pdf](https://www.planetadelibros.com/libros_contenido_extra/29/28771_Manual_Sistema_Financiero.pdf)
- Campos, M. E., & Castro, Q. G. (2019). *Fortalezas y desafíos de la inserción de microcréditos en acentamiento informales* (Vol. I). Buenos Aires, Argentina, Buenos Aires, Argentina: Universidad de San Andrés. Departamento de Economía. Recuperado el 12 de Junio de 2023, de <https://repositorio.udes.edu.ar/jspui/handle/10908/18179>
- Carrasco O, D. (2018). *Instituciones financieras* (Vol. I). Georgia, Estados Unidos. Recuperado el 12 de Octubre de 2023, de [https://www.financialfootball.com/modules/sp/NFL\\_Module\\_Rookie-Financial\\_Institutions\\_Student.pdf](https://www.financialfootball.com/modules/sp/NFL_Module_Rookie-Financial_Institutions_Student.pdf)
- Castillo, M. C., & Davila, P. M. (2015). *Incidencia del Procedimiento para el otorgamiento de créditos con pagos al vencimiento en la rotación de la cartera de crédito en la*

- Microfinanciera FUNDEMujER, sucursal Estelí en el año 2015.* Tesis, Administración, Estelí, Nicaragua. Recuperado el 29 de Noviembre de 2023, de <https://repositorio.unan.edu.ni/4081/1/17830.pdf>
- Castillo, M. C., Dávila, P. M., Flores, G. A., & Peralta, C. Y. (2015). *Incidencia del Procedimiento para el otorgamiento de créditos con pagos al vencimiento en la rotación de la cartera de credito de FUNDEMujER en 2015.* Universidad Nacional Autonoma de Nicaragua. UNAN-Managua, FAREM-Estelí, Ciencias Economicas y Administrativas. Estelí, Nicaragua: Universidad Nacional Autonoma de Nicaragua. UNAN-Managua, FAREM-Estelí. Recuperado el 12 de Octubre de 2023, de <https://repositorio.unan.edu.ni>
- Castro, B. M. (2017). *Gestión de crédito de la financiera FINICSA* (Vol. I). Estelí, Nicaragua. Recuperado el 30 de Agosto de 2023, de <https://repositorio.unan.edu.ni/8866/1/18830.pdf>
- Centroamericana, S. d. (2013). *Caracterización del municipio de Wiwilí departamento de Jinotega.* artículo informativo, Jinotega, Wiwilí. Recuperado el 18 de Julio de 2023, de [https://www.sica.int/busqueda/busqueda\\_archivo.aspx?Archivo=odoc\\_18955\\_1\\_01102007.pdf](https://www.sica.int/busqueda/busqueda_archivo.aspx?Archivo=odoc_18955_1_01102007.pdf)
- Cordero, V. Z. (2009). *La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia* (Vol. 33). Costa Rica, Costa Rica: Montes de Oca. Recuperado el 15 de Julio de 2023, de <https://s9329b2fc3e54355a.jimcontent.com/download/version/1545253266/module/9548086869/name/Investigaci%C3%B3n%20aplicada.pdf>
- Cortez, R., & Garcia-Amado, N. (2012). *V Microfinanzas: Cumbre mundial del Microcredito.* España: Fundación Iberoamericana para el Desarrollo | FIDE. Recuperado el julio de 2023, de [http://www.fundacionfide.org/upload/02/91/Libro\\_VCumbreMicrocredito.pdf](http://www.fundacionfide.org/upload/02/91/Libro_VCumbreMicrocredito.pdf)
- Cruz, G., & Daniel, J. (18 de Octubre de 2023). Cliente. (José, Entrevistador)
- Espinoza Treminio, C. E., Peña Reyes, L. M., & Altamirano Mendoza, G. E. (2020). *Evaluación del riesgo en el proceso de otorgamiento de crédito comercial del Banco De La Producción Sociedad Anónima (BANPRO S.A) de Nicaragua.* Tesis, Finanzas, Managua. Recuperado el 27 de Noviembre de 2023, de <https://repositorio.unan.edu.ni>
- Financiera FFFDL. (2016). *Financiera Fondo De Desarrollo Local.* Documentos, Financiera, Managua. Recuperado el 29 de Noviembre de 2023, de <https://www.FFFDL.com.ni/quienes-somos/#Mision>
- Freije, U. A., & Freije, O. I. (1994). *La estrategia empresarial con metodos* (3ª edición revisada ed.). España, España: Desclée de Brower S.A. Recuperado el julio de 2023, de [file:///C:/Users/Fernanda/Downloads/9788433017284%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Fernanda/Downloads/9788433017284%20(1).pdf)
- Frias, H. C. (2001). *Decreto con fuerza de Ley de reforma de Ley General de Banco y otras Instituciones Financiera.* ley , venezuela. Recuperado el julio de 2023
- Gadea Valenzuela, A. D., Herrera Maradiaga, N. d., & Marian, P. H. (15 de Septiembre de 2015). *Factores que determinan la calidad de la cartera de crédito de lamicrofinanciera FUNDENUSE S.A, en el segundo semestre del año 2014.* Universidad Nacional Autonoma de Nicaragua. UNAN-Managua, FAREM-Esteli, Departamento de Ciencias Economicas y Administrativas. Estelí, Nicaragua: Universidad Nacional Autonoma de Nicaragua. UNAN-Managua, FAREM-Esteli. Obtenido de Factores que determinan la calidad de la cartera de crédito de lamicrofinanciera FUNDENUSE S.A, en el segundo semestre del año 2014.: <https://repositorio.unan.edu.ni/1979/1/17315.pdf>
- García Aguirre, A. P., & Hernández Díaz, K. E. (2015). *Finanzas empresarial.* tesis, UNAN-MANAGUA, Administración de Empresa, Managua. Recuperado el junio de 2023, de <https://repositorio.unan.edu.ni/3628/1/16725.pdf>
- Gomez Peña, A. L. (2018). *El papel de las Instituciones Financieras Internacionales. Un analisis de la política de prestamos del Banco Europeo de Inversiones (BEI).* Santander, España: Universidad de Cantabria. Recuperado el octubre de 2023, de



- <https://www.educacion.gob.es/teseo/imprimirFicheroTesis.do?idFichero=%2BbJUHP3%2F9vI%3D>
- Gomez, & Daniel, J. (18 de Octubre de 2023). Cliente. (Olivas, & José, Entrevistadores)
- Gutierrez Galindo, D., Coronado Gutierrez, J., Arredondo Lucio, J., & Mendez Cabrera, O. (2013). *Estrategia empresariaes* (Segunda Edicion ed.). (R. R. Aguilera, Ed.) Ciudad de Mexico, Mexico: Innovación Editorial Lagares de México, S.A. de C.V. Recuperado el Miercoles de Noviembre de 2023, de <https://riuat.uat.edu.mx/bitstream/123456789/1547/1/1547.pdf>
- Hernandez Pineda, A. L. (2022). *Acceso a los servicios financieros como indicador del desarrollo financiero en el establecimiento de políticas públicas para el crecimiento económico de américa latina*. politicas publicas, pachuca de soto, Hidalgo. Recuperado el octubre de 2023, de <http://dgsa.uaeh.edu.mx:8080/bibliotecadigital/bitstream/handle/231104/2827/AT26470.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hill, C., & Jones, G. (2018). *Administración Estratégica: un enfoque integral* (Novena edicion ed.). (J. R. Martinez, Ed.) Recuperado el 28 de Noviembre de 2023, de <file:///C:/Users/Fernanda/Downloads/dedf2b5fa50a2747a702bd8121c4f08e.pdf>
- Inglada Galiana, M. E., Sastre Centeno, J. M., & Miguel Bilbao, M. C. (2015). *Importancia de los microcréditos como instrumento de financiación en el desarrollo social*. I, VALLADOLID. Recuperado el 12 de JUNIO de 2023, de [https://www.google.com/search?q=Los+microcr%C3%A9ditos+son+herramientas+dise%C3%B1adas+para+que+los+m%C3%A1s+pobres+puedan+crear+los+instrumentos+que+les+permitan+salir+de+la+pobreza.+L&ei=8omKZMmXF4PPwbkPw6232As&ved=0ahUKEwjJ2Jr7sT\\_AhWDZzABHcPwDbsQ4dUDC](https://www.google.com/search?q=Los+microcr%C3%A9ditos+son+herramientas+dise%C3%B1adas+para+que+los+m%C3%A1s+pobres+puedan+crear+los+instrumentos+que+les+permitan+salir+de+la+pobreza.+L&ei=8omKZMmXF4PPwbkPw6232As&ved=0ahUKEwjJ2Jr7sT_AhWDZzABHcPwDbsQ4dUDC)
- Jarquín Pérez, A., Sánchez, H. J., & Jarquín Bonilla, J. J. (2022). *Análisis de las ofertas de crédito que ofreció el Banco de la Producción, S.A.* Universidad de Ciencias Comerciales (UCC), Coordinación de Ciencias Económicas y Empresariales, Managua, Nicaragua. Recuperado el Octubre de 2023, de <http://repositorio.ucc.edu.ni/1095/1/GRUPO%20PROMERICA.pdf>
- John, T. (2006). *Servicio al Cliente* (Vol. 12° Edicion). Estados Unidos de América. Recuperado el julio de 2023, de <https://www.servicequality.net/ftp/servicio-al-cliente.pdf>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing* (Decimoprimer edición ed.). Mexico. Recuperado el 28 de Noviembre de 2023, de [https://frfq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod\\_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf](https://frfq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf)
- La Gaceta. (2013). *Norma sobre gestión de riesgo crediticio para instituciones de microfinanzas* (Vol. I). Managua, Nicaragua, Nicaragua: Gobierno de Nicaragua. Recuperado el 14 de JUNIO de 2023, de <http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/d0c69e2c91d9955906256a400077164a/0e3586d638948d3906257c4300788625?OpenDocument>
- Lopez M, S. (2018). *La importancia de las instituciones financieras en los mercados emergentes* (Vol. I). Mallorca, España. Recuperado el 10 de Octubre de 2023, de <https://www.economiademallorca.com/articulo/banca-y-mercados/la-importancia-de-las-instituciones-financieras-en-los-mercados-emergentes/20181128165638028480.html>
- Lopez, I. A. (2016). *Matemáticas financieras* (Vol. I). Caracas, Venezuela. Recuperado el 4 de OCTUBRE de 2023, de <https://www.monografias.com/docs/Importancia-De-Las-Instituciones-Financieras-F3L62YVFC8GNZ>
- Magaña, & Luis, J. (2022). *Instituciones Financiera internacionales* (Vol. V). San Salvador, El Salvador. Recuperado el 23 de JUNIO de 2023, de <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/fesamcentral/19774.pdf>



- Martinez, M. D. (2010). *El microcrédito, una mirada hacia el concepto y su desarrollo en Colombia* (1 ed., Vol. I). Bogotá, Colombia . Recuperado el 10 de Junio de 2023, de [https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/70001/Tesis\\_Maria\\_Demelza\\_Rodriguez.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/70001/Tesis_Maria_Demelza_Rodriguez.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Mercado, R. C., & Monzon, G. J. (2018). *Estrategia empresarial*. Tesis, Unan Managua, Administración de empresas, Managua, Nicaragua. Recuperado el 29 de Noviembre de 2023, de <https://repositorio.unan.edu.ni>
- Merino, M. (2023). *Solicitud de crédito* (Vol. I). Caracas , Venezuela. Recuperado el 10 de Octubre de 2023, de <https://definicion.de/solicitud-de-credito/>
- Montealegre, N. G. (2018). *Modelo de Seguimiento de riesgo de crédito para el cliente independiente, para una entidad financiera del Valle del Cauca*. Tesis de maestría en Administración Financiera, Universidad EAFIT, Escuela de Admininstración, Cali. Recuperado el 12 de Octubre de 2023, de [https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/24810/Nathalia\\_GarciaMontealegre\\_VanessaNathaly\\_GranjaGarcia\\_2020.pdf?sequence=2](https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/24810/Nathalia_GarciaMontealegre_VanessaNathaly_GranjaGarcia_2020.pdf?sequence=2)
- Morales Castro, A., & Castro, M. J. (2014). *Credito y Cobranza* (1° edicion Ebook ed.). (J. E. Callejas, Ed.) Mexico: Grupo Editorial Patria. Recuperado el Julio de 2023, de [https://www.academia.edu/39399206/Libro\\_de\\_CREDITO\\_Y\\_COBRANZA](https://www.academia.edu/39399206/Libro_de_CREDITO_Y_COBRANZA)
- Morales Marengo, J. J., Zepeda Alaniz, J., & Henríquez, A. (1963). *Normas Juridicas de Nicaragua*. Asamblea Nacional de Nicaragua, Banca y Finanzas. Managua, Nicaragua: La Gaceta, Diario Oficial. Recuperado el 2023 de Junio, de <http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/b92aeea87dac762406257265005d21f7/a2a891812881f767062572110051bb6e?OpenDocument>
- Morales, C. J., & Morales, C. A. (2014). *Credito y cobranza* (Vol. Primera edicion). Mexico: Grupo Editorial Patria. Recuperado el junio de 2023, de [https://www.academia.edu/39399206/Libro\\_de\\_CREDITO\\_Y\\_COBRANZA](https://www.academia.edu/39399206/Libro_de_CREDITO_Y_COBRANZA)
- Moreno, C. A. (2015). *Incidencia del Procedimiento para el otorgamiento de créditos* (Vol. I). Estelí, Estelí. Recuperado el 13 de OCTUBRE de 2023, de <https://repositorio.unan.edu.ni/>
- Moreno, M., Aguirres, R., & Cuadrado, M. (2012). *Manual para la introducción de la perspectiva de género y juventud al desarrollo rural*. Desarrollo Agrario, Sevilla. Recuperado el 29 de Noviembre de 2023, de [http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3649/1/Dise%C3%B1o\\_estrategias.pdf](http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3649/1/Dise%C3%B1o_estrategias.pdf)
- Murillo, I., & Gonzalez, C. (2012). *Morosidad en las entidades financieras*. Zaragoza: Universidad de Zaragoza, ECON, 2012. Recuperado el 12 de Junio de 2023, de <https://zaguan.unizar.es/record/8175/files/TAZ-TFM-2012-276.pdf>
- Nicaragua, A. N. (2021). *Ley-N1072-Ley-de-Reformas*. Diario Oficial. Recuperado el 2023 de junio, de <https://www.uaf.gob.ni/images/Pdf/Leyes/Ley-N1072-Ley-de-Reformas-y-Adiciones-a-la-Ley-N977-y-adicin-a-la-Ley-N561.PDF>
- Noguera, D. F. (2011). *El papel de la entrevista en la investigación sociolingüística*. Venezuela: ISSN 0121-053X. Recuperado el 12 de Julio de 2023, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3964362>
- Otero Ortega, a. (2015). *Enfoques De Investigación: Métodos Para El Diseño Urbano*. arquitectura. Recuperado el 29 de junio de 2023, de [https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435\\_ENFOQUES\\_DE\\_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf)
- Promove consultoria e formación SLE. (2012). *Araer y fidelizar clientes*. Santiago de Compostela, España: CEEI Galicia, S.A. Recuperado el julio de 2023, de [https://oficinadoautonomo.gal/sites/default/files/8AtraerFidelizarClientes\\_cas.pdf](https://oficinadoautonomo.gal/sites/default/files/8AtraerFidelizarClientes_cas.pdf)

- Reyes Ruiz, L. (2020). *Universidad Simón Bolívar*. Segmento de tesis, Caracas. Recuperado el 14 de Julio de 2023, de <https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/6630/La%20investigaci%C3%B3n%20documental%20para%20la%20compresi%C3%B3n%20ontol%C3%B3gica%20del%20objeto%20de%20estudio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rivas López, M. N., & Ubeda Osegueda, K. S. (18 de ENERO de 2021). *Proceso de Gestión de crédito de la microfinanciera FUNDENUSE, S.A.* Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. UNAN-Managua, FAREM-Estelí, Ciencias Economicas. Estelí, Nicaragua: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. UNAN-Managua, FAREM-Estelí. Recuperado el 16 de Octubre de 2023, de Proceso de Gestión de crédito de la microfinanciera FUNDENUSE, S.A.: <https://repositorio.unan.edu.ni/15613/1/20190.pdf>
- Roberts, A. (2003). *El microcrédito y su aporte al desarrollo económico* (Vol. I). Buenos Aires , Argentina. Recuperado el 09 de Junio de 2023, de <https://www.findevgateway.org/sites/default/files/publications/files/mfg-es-documento-el-microcredito-y-su-apoyo-al-desarrollo-economico-10-2003.pdf>
- Ruiz Úbeda, E. F., Hernández Pérez, E. d., & González Guerrero, E. M. (2016). *Proceso de Crédito de Cooperativa Moderna R. L. Sucursal Estelí en el 2016*. Tesis, Administración, Estelí. Recuperado el 27 de Noviembre de 2023, de <https://repositorio.unan.edu.ni>
- Ruiz Úbeda, E., Hernández Pérez, E., & González Guerrero, E. M. (15 de Enero de 2017). *Proceso de Crédito de Cooperativa Moderna R. L. Sucursal Estelí en el 2016*. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Mangua, FAREM-Estelí, Departamento de Ciencias Economicas y Administrativas. Estelí, Nicaragua: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Mangua, FAREM-Estelí. Recuperado el 16 de Octubre de 2023, de Proceso de Crédito de Cooperativa Moderna R. L. Sucursal Estelí en el 2016: <https://repositorio.unan.edu.ni/4738/1/17794.pdf>
- Sarabia Zabaleta, M., & Hernandez Aldana, Y. L. (2013). *El microcrédito como herramienta estratégica de desarrollo de los microemprendedores de la calle de la moneda de la ciudad de Cartagena*. Cartagena, Colombia: Universidad de Cartagena. Recuperado el julio de 2023, de <https://repositorio.unicartagena.edu.co/handle/11227/2830>
- Schiffman, L. G., & Lazar, L. (2010). *Comportamiento del consumidor* (2010 ed., Vol. 10°). México, México. Recuperado el julio de 2023, de [https://www.academia.edu/43461345/Comportamiento\\_del\\_Consumidor\\_libro](https://www.academia.edu/43461345/Comportamiento_del_Consumidor_libro)
- Seco Precencio, A. (2015). *las instituciones financieras internacionales en los mercados de capital*. Economía Aplicada. Recuperado el octubre de 2023, de [http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:CiencEcoEmp-Aseco/SECO\\_PRESENCIO\\_Arturo\\_Tesis.pdf](http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:CiencEcoEmp-Aseco/SECO_PRESENCIO_Arturo_Tesis.pdf)
- Seffino, M. D. (2018). *Analisis de la eficiencia banacaria en Argmtina*. Economía, Argentins. Recuperado el <https://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/handle/123456789/4621/Tesis%20Ma:jsessi%20onid=F4CD9139FCD70C71AF560D36BF46C72F?sequence=1> de octubre de 2023
- Serrano, H. (2016). *Mercado y clientes. Paso a paso* (1° edicion ed., Vol. I). Quito, Ecuador: Instituto Andino de Artes Populares del convenio Andres Bello. Recuperado el 2023 de julio, de [https://www.researchgate.net/publication/310606509\\_MERCADOS\\_Y\\_CLIENES\\_Paso\\_a\\_Paso](https://www.researchgate.net/publication/310606509_MERCADOS_Y_CLIENES_Paso_a_Paso)
- Siles, M. (2016). *Diagnostico financiero de empresa soluciones informaticas S.A en el periodo 2013-2014*. Managua, Nicaragua. Recuperado el octubre de 2023, de <https://1library.co/document/qvpm1ndq-diagnostico-financiero-empresa-soluciones-informaticas-s-periodo.html>

- Superintendencia de Banco de Guatemala. (s.f.). *ABC de educacion financiera*. Guatemala, Guatemala. Recuperado el Julio de 2023, de <file:///C:/Users/pc/Downloads/ABC%20De%20Educaci%C3%B3n%20Financiera.pdf>
- Superintendencia de Bancos. (2023). *Educación financiera*. Revista, República Dominicana. Recuperado el 12 de Junio de 2023, de <https://prouuario.gob.do/educacion-financiera/glosario/mora/%23:~:text=Es%2520el%2520atraso%2520en%2520el,e1%2520saldo%2520del%2520activo%2520credificio>.
- T, L. D. (2016). *Sobre el problema de financiación de las pequeñas y medianas empresas, selección adversa y riesgo moral* (Vol. I). ARGENTINA. Recuperado el 13 de JUNIO de 2023, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/565177.pdf>
- Tinoco, M. F. (2019). *Proceso crediticio* (Vol. I). Lima, Perú. Recuperado el 12 de Octubre de 2023, de <Http://www.finanzasglobal.com>
- Vargas, O. H., Sequeira, G. M., & Martinez, L. J. (2021). *Estrategia Empresarial*. Tesis, Unan Managua, Administración de empresas, Managua. Recuperado el 29 de Noviembre de 2023, de <https://repositorio.unan.edu.ni/17357/1/17357.pdf>
- Vega Zuaso, T. L., & Lacayo Laguna, G. E. (2016). *Sistema financiero Nicaraguense*. Tesis de licenciatura, UNAN- Managua, RUCFA., Facultad de Ciencias Economicas, Managua, Nicaragua. Recuperado el 2023 de Junio, de <https://repositorio.unan.edu.ni/3355/1/17314.pdf>
- Zeithaml, V. A. (2018). *Manual De Servicio De Atención Al Cliente*. Departamento de Administración, Caracas. Recuperado el 29 de Noviembre de 2023, de [https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24870w/Servicio\\_al\\_cliente.pdf](https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24870w/Servicio_al_cliente.pdf)

## **ANEXOS**

### **Anexo N°1 Entrevista dirigida a gerente de financiera FDL, sucursal wiwili**

Nombre: \_\_\_\_\_ Cargo: \_\_\_\_\_

Fecha de entrevista: \_\_\_\_\_

#### **1. TIPOS DE CRÉDITO Y BENEFICIOS QUE OFRECE FFFDL**

2. ¿Cuál es la misión, visión y valores que trasmite FDL?
3. ¿Cómo se encuentra organizada la financiera?
4. ¿Cuáles son las áreas de la financiera?
5. ¿Qué tipo de créditos ofrece la financiera?
6. ¿Qué beneficios brinda FFFDL a sus clientes?

#### **1. PROMOCION DEL CREDITO**

1. ¿Cuáles son las estrategias aplicadas para promocionar los microcréditos?
2. ¿Cómo es el proceso de promoción del cliente?
3. ¿Qué días se realizan las promociones de créditos?

#### **2. SOLICITUD DEL CRÉDITO**

1. ¿Quién se encarga de llenar la solicitud?
2. ¿Cuáles son los requisitos que debe cumplir el solicitante para optar a un microcrédito?
3. ¿Cómo es el proceso de integración del cliente?
4. ¿Qué características posee el cliente regular?
5. ¿Cuál es la relación entre los colaboradores y los clientes al momento de iniciar el proceso de solicitud de microcrédito

#### **3. EVALUACIÓN ECONÓMICA**

1. ¿Quiénes se encargan de realizar las evaluaciones económicas?
2. ¿Cuáles son los criterios de evaluación para aprobar un crédito?
3. ¿Qué acciones toma la empresa para verificar que los solicitantes realmente utilizarán el crédito para el motivo estipulado en su solicitud?

#### **4. COMITÉ DE CRÉDITO**

1. ¿Cuáles son los criterios para aprobar un crédito?
2. ¿Quién se encarga de aprobar o denegar un crédito?
3. ¿Cuál es el procedimiento para la aprobación de un crédito?

4. ¿Cuáles son los criterios para clasificar en los diferentes tipos de clientes (A, B y C)?
5. ¿Cuál es el tiempo promedio requerido para aprobar un crédito?
6. ¿De qué manera afecta la aprobación del crédito cuando un cliente presenta a un fiador que cuenta con un mal historial crediticio?
7. ¿Cómo ha sido el comportamiento estadístico de la solicitud con la aprobación del crédito a clientes en el 2022-2023?

## **5-SEGUIMIENTO AL CREDITO**

1. ¿Quiénes son los encargados de dar seguimiento al crédito?
2. ¿Cuál es el objetivo del seguimiento al crédito?
3. ¿Cómo se realiza el proceso de seguimiento a los clientes por FDL?
4. ¿Qué estrategias se utilizan en la financiera para el seguimiento a los clientes por parte del equipo promotor de crédito?
5. ¿Cómo controlan el índice de mora al crédito en la financiera?
6. ¿Cuál es el procedimiento para negociar el atraso o incapacidad en el pago del crédito?
7. En caso de no pagar el crédito ¿De qué manera dieron a efecto la garantía para recuperar el crédito?

## **6-VALORACION DE LOS CLIENTES**

1. ¿Qué significa FDL para sus clientes?
2. ¿De qué manera FDL ha contribuido a mejorar la situación económica de sus clientes con los créditos?
3. ¿Cómo se ha logrado posicionar FDL en sus clientes?

## **7-EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN DE CRÉDITO EN FFDL**

1. ¿Cuáles son las principales fortalezas y limitantes que tiene la microfinanciera en su gestión de crédito?
2. ¿Qué amenazas se le presentan a la microfinanciera FDL?
3. ¿Qué oportunidades tiene la microfinanciera para crecer en su cartera de clientes y colocación de crédito?
4. ¿De qué manera se podría mejorar el proceso de colocación y seguimiento a los clientes en la microfinanciera FDL?

## **Anexo N°2 Entrevista dirigida a colaboradores de FFDL sucursal Wiwilí**

### **DATOS GENERALES**

Nombre:

Cargo:

Fecha de entrevista:

### **1. TIPOS DE CRÉDITO Y BENEFICIOS DE LA FINANCIERA.**

2. ¿Qué funciones desempeña en su área de trabajo?
3. ¿En qué casos suele utilizar los manuales de procedimientos?
4. ¿Qué beneficios añadiría a los créditos si tuviera la oportunidad de hacerlo?
5. Si tuviera la oportunidad de crear una nueva política, ¿Cuál sería?

### **2. PROMOCIÓN DEL CRÉDITO**

1. ¿Cuáles han sido las capacitaciones dadas por FFDL para ofrecer un buen servicio a los clientes, e implementar estrategias para atraer a más clientes?

### **3. SOLICITUD DE MICROCRÉDITO**

1. ¿Considera que el formato de solicitud contiene toda la información necesaria sobre el cliente?
2. ¿Cuál es la importancia del llenado de la solicitud?
3. ¿Cuál es el procedimiento de atención a los nuevos clientes?
4. ¿Qué características posee el cliente regular?
5. ¿Cómo es la relación entre usted como colaborador y los clientes?
6. ¿Qué tipo de quejas ha recibido por parte de solicitantes y/o clientes?

### **3. EVALUACIÓN DE LOS MICROCRÉDITOS**

1. ¿Qué acciones toma la empresa para verificar que los solicitantes realmente utilizarán el microcrédito para el motivo estipulado en su solicitud?
2. ¿Qué posibilidades tiene un cliente que presenta su solicitud de crédito con sus requisitos incompletos para que se le apruebe su crédito?
3. ¿Cuánto tiempo se tarda en realizar la evaluación?
4. ¿Cuál es el tiempo promedio de respuesta a un cliente desde el momento en que se llena la solicitud?
5. ¿Cuál es el objetivo de la evaluación económica?

## **PROCESAMIENTO DE DATOS**

1. ¿Cuál es el tiempo promedio que se demora en procesar un crédito para ser trasladado al comité?
2. ¿Qué información se registra durante la digitalización del crédito?

## **COMITÉ DE APROBACIÓN O RECHAZO DEL CRÉDITO**

1. ¿Por qué existen variaciones en el tiempo de aprobación de un microcrédito?
2. ¿Cuánto tiempo tarda en realizar el desembolso una vez que se aprobó el crédito del cliente?
3. ¿Cuáles son los principales inconvenientes que se presentan en esta etapa de aprobación de crédito para la financiera y el cliente?
4. ¿Cuáles son los factores que provocan la no aprobación de un microcrédito?

## **SEGUIMIENTO A LOS MICROCRÉDITOS**

1. ¿Por qué es importante brindarles seguimiento a los clientes después del crédito?
2. ¿Cómo manejan los casos que han incurrido en incumplimiento de pago?
3. ¿Qué situaciones negativas han surgido al momento de realizar la gestión de cobro?
4. ¿Cómo se puede negociar las situaciones de mora?
5. ¿Cuál es el procedimiento para hacer efectiva la prenda o hipoteca al momento del incumplimiento?



## **Anexo N°4 Entrevista dirigida a clientes de FFDL sucursal wiwilí.**

### **DATOS GENERALES**

Nombre:

Cargo:

Fecha de entrevista:

### **SOLICITUD DE MICROCRÉDITO**

1. ¿Cómo es el trato proporcionado por los colaboradores?
2. ¿Qué comportamiento no ha sido de su agrado por parte de los colaboradores de la financiera?
3. ¿Qué piensa acerca de los requisitos solicitados por la institución?
4. ¿Cómo valora los beneficios proporcionados por la financiera?

### **EVALUACIÓN DE LOS MICROCRÉDITOS**

1. ¿Cómo ha verificado la institución que el microcrédito será utilizado según lo estipulado en su solicitud?
2. ¿Qué piensa sobre el tiempo que toma la resolución de su solicitud?
3. ¿Cuál cree usted que haya sido la causa de que su solicitud sea negada?

### **SEGUIMIENTO A LOS MICROCRÉDITOS**

1. ¿Qué tipo de inconvenientes ha tenido al realizar sus pagos?
2. ¿Cuál ha sido la razón por la que el promotor ha decidido visitarle?
3. ¿Cómo ha sido el trato por parte de los promotores?
4. ¿Cómo ha actuado la institución cuando ha incurrido en mora?



## **Anexo N°5 Encuesta a clientes de financiera FFDL sucursal wiwilí**

Buenos días/tardes,

Mi nombre es: Indira Ruiz Le llamo de Financiera FFDL porque estamos haciendo una encuesta sobre la satisfacción del cliente respecto a nuestros servicios brindados.

Estamos interesados en conocer su opinión, por favor, ¿sería tan amable de contestar el siguiente cuestionario? La información que nos proporcione será utilizada para conocer la valoración de la financiera en el mercado. El cuestionario dura 5 minutos aproximadamente. Gracias.

Por favor, ¿sería tan amable de decirme su nombre?

### **I. DATOS GENERALES DEL CLIENTE**

1. Edad: \_\_\_\_\_
2. Sexo: Hombre\_\_\_\_ Mujer\_\_\_\_\_
3. Estado civil: Soltero: \_\_\_\_\_ Acompañado: \_\_\_\_\_ Casado: \_\_\_\_\_ Viudo: \_\_\_\_\_
4. Número de hijos: \_\_\_\_\_ hombres. \_\_\_\_\_ mujeres
5. Profesión u oficio: \_\_\_\_\_
6. Tiene trabajo estable: Si\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_
7. Número de personas que trabajan en su familia: \_\_\_\_\_
8. Tiene su negocio propio: Si\_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
9. Tipo de negocio que tiene: \_\_\_\_\_

### **II. ORGANIZACIÓN DE LA FINANCIERA**

#### **10. ¿Qué piensa sobre la presentación del local de la Financiera**

Bueno\_\_\_\_ Regular\_\_\_\_ Malo\_\_\_\_

#### **11. ¿Cómo conoció de la financiera FFDL?:**

Amistades\_\_\_\_\_ Familiares: \_\_\_\_\_ Rotulo en la calle: \_\_\_\_\_

Medios de comunicación: \_\_\_\_\_ Redes sociales \_\_\_\_\_

Otros (anotar): \_\_\_\_\_

#### **12. ¿Conoce todos los tipos de crédito que ofrece la microfinanciera?**

Si\_\_ No\_\_

**13. ¿Qué tipo de crédito ha solicitado en la microfinanciera?**

Crédito de consumo: \_\_\_\_\_ Crédito agropecuario \_\_\_\_\_  
Crédito de vivienda: \_\_\_\_\_ Crédito de comercio \_\_\_\_\_  
Otros (anotar): \_\_\_\_\_

14. ¿Desde hace cuánto tiempo es usted cliente de FFDL? \_\_\_\_\_ años. \_\_\_\_\_ meses

**15. ¿Cuántos créditos ha tenido en FFDL?**

1 crédito: \_\_\_\_\_ De 2 a 3 créditos: \_\_\_\_\_ De 4 a 5 créditos: \_\_\_\_\_ De 6 a más \_\_\_\_\_

**16. ¿Con qué frecuencia solicita créditos en FFDL?**

Cada seis meses \_\_\_\_\_ Cada año \_\_\_\_\_ Cada dos años \_\_\_\_\_  
Cuando termino de pagar un crédito: \_\_\_\_\_ No he vuelto a solicitar crédito: \_\_\_\_\_

**III. PROMOCIÓN DEL CRÉDITO**

**17. ¿Qué tipos de publicidad conoce donde se divulgan los servicios de la financiera FFDL?**

Publicidad impresa: \_\_\_\_\_ Publicidad Online: \_\_\_\_\_  
Anuncios de radio: \_\_\_\_\_

**18. ¿Cuáles son las plataformas de redes sociales que usted conoce que utiliza FFDL como herramienta de información sobre los créditos?**

Facebook \_\_\_\_\_ Instagram \_\_\_\_\_ WhatsApp \_\_\_\_\_ Ninguna \_\_\_\_\_

**19. ¿Ha recibido en su vivienda a promotores que divulgan los créditos de FFDL?**

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

**20. ¿Cuál considera que es la estrategia de divulgación de crédito más adecuada para que se conozcan los servicios de FFDL?**

Publicidad impresa: \_\_\_\_\_ Publicidad Online: \_\_\_\_\_  
Anuncios de radio: \_\_\_\_\_ Visitas casa a casa: \_\_\_\_\_  
Otras (anotar): \_\_\_\_\_

**21. ¿Considera que FFDL debería ser más activos en la publicidad de redes sociales?**

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

**III. SOLICITUD DE CREDITO**

**22. ¿Cuál fue su último tipo de crédito que ha solicitado en financiera FFDL?**

Crédito de consumo: \_\_\_\_\_ Crédito agropecuario: \_\_\_\_\_  
Crédito de vivienda: \_\_\_\_\_ Crédito de comercio: \_\_\_\_\_

Otros (anotar): \_\_\_\_\_

**23. ¿Con qué propósito solicitó el microcrédito?**

Capital de trabajo\_\_\_ Mejora de vivienda\_\_\_ Financiamiento agrícola\_\_\_\_\_  
Compra de terreno\_\_\_ Educación\_\_\_\_ Compra de ganado\_\_\_ Pagar otros créditos \_\_\_\_\_  
Otros (anotar): \_\_\_\_\_

**24. Se le informó sobre los requisitos para solicitar crédito:** Si\_\_\_ No\_\_\_

**25. ¿Cuáles son los documentos que usted presentó para solicitar un crédito?**

Solicitud llena: \_\_\_\_\_ Copia de cedula\_\_\_ Constancia laboral: \_\_\_\_\_

Fiador: \_\_\_\_\_ Garantía: \_\_\_\_\_

Otros (anotar): \_\_\_\_\_

**26. ¿Cuánto tiempo tardó en recopilar la documentación solicitada por la financiera?**

De 1 a 3 días \_\_\_\_\_ De 4 a 7 días \_\_\_\_\_ Una semana \_\_\_\_\_

Dos semanas \_\_\_\_\_ Otros \_\_\_\_\_

**27. ¿Considera que la cantidad de requisitos (cédula de identidad, constancia salarial, entre otros) que solicita FFDL es adecuada?**

No, son demasiado requisitos \_\_\_\_\_ Sí, solicitan la cantidad justa de requisitos \_\_\_\_\_

**28. ¿Qué tipo de garantía usted presentó a FFDL?**

Fiador\_\_\_ Documento\_\_\_ Prenda\_\_\_\_\_

**29. ¿Cuál fue la cantidad del último préstamo que usted solicitó a FFDL?**

C\$1,000.00 a C\$10,000.00 \_\_\_\_\_ C\$10,001.00 a C\$20,000.00 \_\_\_\_\_

C\$20,001.00 a C\$30,000.00 \_\_\_\_\_ C\$30,001.00 a más \_\_\_\_\_

**IV. EVALUACION DEL CREDITO**

**30. ¿Usted conoce el proceso que sigue FFDL para la evaluación de un crédito?**

Si\_\_\_ No\_\_\_ Un poco\_\_\_

**31. ¿Cree usted necesario que la financiera debe conocer el destino de su crédito como parte de la evaluación de su solicitud?**

SI\_\_\_ NO\_\_\_

**32. Desde que entregó los requisitos de solicitud a FFDL ¿Cuánto tiempo tuvo que esperar hasta su aprobación y desembolso?**

De 1 a 3 días: \_\_\_\_\_ Una semana: \_\_\_\_\_ 15 días: \_\_\_\_\_ Mas de 15 días: \_\_\_\_\_

33. **¿Está conforme con el tiempo que tarda la financiera FFDL en dar respuesta a su solicitud de crédito?**

Si\_\_ No\_\_

34. **¿Una vez aprobada la solicitud de su crédito en FFDL la información reflejada en el contrato es clara y suficiente?**

Si\_\_ No\_\_ No lo leí: \_\_\_\_

35. **¿Antes de firmar el contrato el personal de FFDL se le informo:**

El monto de la cuota: Si \_\_\_\_ No\_\_

El monto de los intereses: Si \_\_\_\_ No\_\_

El tiempo de mora: Si \_\_\_\_ No\_\_

36. **¿Cuánto interés está pagando por su microcrédito? (En porcentaje)**

\_\_\_\_ % Anual \_\_\_\_ Mensual \_\_\_\_ Semanal \_\_\_\_ No sabe \_\_\_\_

37. **¿Cómo valora lo siguiente:**

|                                   | Bueno | Regular | Malo |
|-----------------------------------|-------|---------|------|
| La información recibida           |       |         |      |
| Documentos solicitados            |       |         |      |
| Tiempo de aprobación y desembolso |       |         |      |
| El monto de la cuota              |       |         |      |
| Formas de pago                    |       |         |      |
| Monto de interes                  |       |         |      |
| Intereses por mora                |       |         |      |
|                                   |       |         |      |

## V. SEGUIMIENTO POR OFICIALES DE CRÉDITO

38. **¿Ha recibido usted visita de analistas de crédito de FFDL en su vivienda?**

Si\_\_ No\_\_

39. **¿Cómo valora la atención recibida por parte de los analistas de crédito de FFDL?**

Buena\_\_ Regular \_\_ Mala \_\_

40. **¿Considera adecuada la forma en que se lleva el proceso de seguimiento de crédito en la financiera?**

Si\_\_ No\_\_

41. **¿Los oficiales de crédito se dirigen con amabilidad hacia su persona?**

Si\_\_\_\_ No\_\_\_\_

**42. ¿Los oficiales de crédito resuelven todas sus dudas sobre el proceso de solicitud de crédito?**

Si\_\_ No \_\_ Algunas: \_\_\_\_

**43. ¿Al realizarse los cobros de su cuota mensual, el personal de FFDL lo alerta sobre las posibles consecuencias que trae el alto índice de mora en su crédito?**

Si\_\_\_\_ No\_\_\_\_

## **VI. FIDELIZACION Y ATENCIÓN AL CLIENTE**

**44. ¿De qué manera la financiera logra fidelizar los clientes?**

- A. Les ofrece tasa de interés más baja
- B. Les brinda asistencia técnica
- C. No se les carga comisión
- D. Les brinda montos altos sin ningún tipo de garantía

**45. ¿Cuándo se considera un cliente fidelizado?**

- A. Cuando no tiene más deudas en el mercado financiero
- B. Cuando pagan de forma anticipada sus créditos
- C. Cuando cancelan sus créditos

**46. ¿Cuál es su opinión respecto a la microfinanciera FFDL?**

Buena\_\_ Regular\_\_ Mala\_\_

**47. ¿Cómo es la atención al cliente?**

Buena\_\_ Regular\_\_ Mala\_\_

**48. ¿Qué aspectos valora como positivos en la atención al cliente en FFDL?**

Rapidez del servicio\_\_ Amabilidad del personal\_\_

Local agradable\_\_ Confianza en la asesoría del personal\_\_

Otros (anotar)\_\_\_\_\_

**49. ¿Qué ventajas usted ha tenido de FFDL?**

Tasa de interés bajas\_\_ Menos requisitos, documentos\_\_

Prestigio de la empresa\_\_ Capacitación\_\_

Negociación de pagos\_\_ Asesoría técnica\_\_

Otros (anotar): \_\_\_\_\_

**50. ¿Volvería a solicitar los servicios de la financiera?**

Sí \_\_\_ No \_\_\_