

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LOS MICROCRÉDITOS OTORGADOS
EN TRES AGENCIAS DEL BANCO DE CRÉDITO DE BOLIVIA S.A. DE
LA CIUDAD DE LA PAZ EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES
ECONÓMICAS DE LOS PRESTATARIOS

Tesis de grado para la obtención del grado de Licenciatura

POR: RAMIREZ MAYDANA ALEX EMMANUEL
FLORES BAUTISTA MILENA MERCEDES

LA PAZ –BOLIVIA

Mayo, 2021

DEDICATORIA

Dedico esta Tesis de Grado a mi familia por todo su apoyo y confianza en mi dedicación en el esfuerzo académico que realice y por darme la motivación necesaria para mantenerme firme ante los obstáculos en la vida y en especial a mis abuelos Felix Maydana y Celia Lima de Maydana quienes con su amor y, paciencia me han dado una segunda oportunidad en la vida y permitido llegar a cumplir hoy una de las metas académicas más importantes, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y cariño.

- Alex Emmanuel Ramírez Maydana

La presente Tesis de Grado está dedicada a mi padre Wilson Flores y mi madre Gertrudis Bautista, que con su apoyo incondicional, amor y confianza permitieron que logre culminar mi carrera profesional.

- Milena Mercedes Flores Bautista

AGRADECIMIENTOS

Expresamos nuestra gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre nuestras vidas y un profundo agradecimiento a todas las autoridades y personal que hacen a la carrera de Administración de Empresas y Universidad Mayor de San Andrés, por confiar en nosotros, abrirnos las puertas y permitirnos estudiar y alcanzar nuestra meta académica más importante, transmitiéndonos todo el conocimiento necesario.

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	2
ASPECTOS GENERALES	2
1.1. Justificación o aportes	2
1.1.1. Justificación Teórica	2
1.1.2. Justificación Práctica	2
1.2. Situación problemática.....	2
1.3. Problema científico	4
1.4. Hipótesis.....	4
1.4.1. Variables de Investigación	5
1.5. Operacionalización de variables	6
1.5. Objeto de estudio.....	7
1.6. Alcance o Campo de acción de la investigación.....	7
1.6.1. Alcance Temático	7
1.6.2. Alcance Geográfico	7
1.6.3. Alcance Temporal.....	7
1.7. Objetivo de la investigación.....	7
1.7.1. Objetivo General.....	7
1.7.2. Objetivos Específicos	7
CAPÍTULO 2	9
DESARROLLO ESTRUCTURAL TEÓRICO DE LA TESIS	9
2.1. Referencias conceptuales	9

2.1.1. El microcrédito	9
2.1.1.1. Origen.....	9
2.1.1.2. Concepto	10
2.1.1.3. Clasificación.....	11
2.1.1.4. Características	11
2.1.1.5. Beneficios.....	12
2.1.2. Crédito al sector productivo.....	13
2.1.3. Modalidad de créditos para el sector productivo	13
2.1.3.1. Crédito para activos fijos	13
2.1.3.2. Crédito para capital de trabajo	13
2.1.4. Características de los microcréditos para el sector productivo.....	13
2.1.4.1. Destino	13
2.1.4.2. Tasas de interés	14
2.1.4.3. Monto	15
2.1.4.4. Plazos	16
2.1.4.5. Garantía	16
2.1.4.6. Seguros.....	18
2.1.5. Actividades económicas beneficiadas por el microcrédito.....	18
2.1.5.1. Sector Manufactura	18
2.1.5.2. Sector Agropecuaria.....	19
2.1.5.3. Comerciantes.....	20
2.1.6. Calidad de vida	20
2.1.7. Enfoque de la exclusión social.....	21

2.2. Contexto referencial	22
2.2.1. Historia.....	22
2.2.2. Organización.....	23
2.2.2.1. Misión	23
2.2.2.2. Visión.....	23
2.2.2.3. Principios	24
2.2.2.4. Estructura organizacional.....	25
2.2.3. Productos y servicios	26
2.2.4. Cartera de microcréditos.....	26
2.2.4.1. Microcrédito capital de trabajo y activo fijo.....	27
2.2.4.2. Microcrédito libre disponibilidad.....	28
2.2.4.3. Microcrédito vivienda social.....	28
2.2.5. Tasas de Interés microcrédito	29
2.3. Estudios previos del objeto de estudio.....	29
2.3.1. Estudios previos a nivel internacional.....	29
2.3.2. Estudios previos a nivel nacional.....	29
2.4. Diagnóstico del problema	29
CAPÍTULO 3	32
DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN	32
3.1. Universo o Población de Estudio.....	32
3.2. Determinación del tamaño y diseño de la Muestra	32
3.2.1. Cálculo del tamaño de la muestra (muestreo simple y sistemático) para la Agencia Central La Paz	32

3.2.2. Cálculo del tamaño de la muestra (muestreo simple y sistemático) para la Agencia Villa Fátima	33
3.2.3. Cálculo del tamaño de la muestra (muestreo simple y sistemático) para la Agencia San Miguel.....	34
3.3. Selección de métodos y técnicas.....	35
3.4. Instrumentos de Relevamiento de Información	35
CAPÍTULO 4	37
RESULTADOS.....	37
4.1. Análisis Univariado.....	37
4.2. Análisis Bivariado.....	54
4.3. Cruce de variables	66
4.4. Comprobación de la hipótesis	72
CAPÍTULO 5	74
PROPUESTA.....	74
5.1. Objetivos	74
5.2. Acciones.....	74
5.2.1. Gestión empresarial	74
5.2.2. Difusión de los beneficios del crédito.....	75
5.2.3. Capacitación en tópicos de marketing	76
CAPÍTULO 6	79
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	79
6.1. Conclusiones	79
6.1.1. Conclusión General.....	79

6.1.2. Conclusión Específica 1.....	80
6.1.3. Conclusión Específica 2.....	81
6.1.4. Conclusión Específica 3.....	81
6.2. Recomendaciones.....	82
6.2.1. Recomendación General	82
6.2.2. Recomendación Específica 1	82
6.2.3. Recomendación Específica 2	82
6.2.4. Recomendación Específica 3	82
BIBLIOGRAFÍA	83
ANEXOS	87

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Objetivos de los proyectos de la Fundación Banco Grameen	10
Figura N° 2: Estructura organizacional BCP	25
Figura N° 3: Diagrama de Ishikawa	31
Figura N° 4 Afiche de Gestión Empresarial.....	75
Figura N° 5 Beneficios del Crédito	76
Figura N° 6 Beneficios del marketing.....	77

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: Tasas máximas para el sector productivo	15
Cuadro N° 2: Rangos de montos de Crédito Productivo Individual	16
Cuadro N° 3: Productos y servicios BCP	26
Cuadro N° 4: Destino microcrédito BCP	27
Cuadro N° 5: Características microcrédito BCP	27
Cuadro N° 6: Requisitos microcrédito BCP	28
Cuadro N° 7: Tasas de Interés microcrédito BCP	29

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 ¿Cuál es su sexo?	37
Gráfico N° 2 Indique el grupo de edad al que pertenece.....	38
Gráfico N° 3 ¿A qué sector económico pertenece?.....	39
Gráfico N° 4 ¿Cuántos créditos fueron aprobados para su actividad?	40
Gráfico N° 5 ¿Se financia con alguna otra entidad de intermediación financiera además del Banco de Crédito S. A?	42
Gráfico N° 6 El crédito otorgado por el BCP tuvo como fin:	43
Gráfico N° 7 En porcentaje ¿Cuánto aumenta su capital? Después del crédito	44
Gráfico N° 8 ¿Qué factores influyeron en el crecimiento de su actividad?	45
Gráfico N° 9 ¿Cuál era el número de personal contratado antes del crédito?.....	46
Gráfico N° 10 ¿Cuál es el número de personal contratado después del crédito?	47
Gráfico N° 11 En porcentaje ¿Cuánto aumentó su venta? Después del crédito.....	48
Gráfico N° 12 En porcentaje ¿Cuánto disminuyó el costo de producción unitario? Después del crédito.....	49
Gráfico N° 13 En porcentaje ¿Cuánto aumentó su cantidad de producción?.....	50
Gráfico N° 14 ¿Diversificó su producto o servicio? Después del crédito.....	51
Gráfico N° 15 En porcentaje ¿Cuánto aumentó su ahorro? Después del crédito.....	52
Gráfico N° 16 ¿Considera que mejoro su calidad de vida? Después del crédito	53
Gráfico N° 17 Cruce de Variables: aumento de su capital – mejora de la calidad de vida.....	66
Gráfico N° 18 Cruce de Variables: Número de personal contratado después del crédito – mejora de la calidad de vida.....	68

Gráfico N° 19 Cruce de variables: disminución del costo de producción unitario – mejora de la calidad de vida.....	70
--	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Análisis bivariado entre sexo y el grupo de edad al que pertenece	54
Tabla N° 2 Análisis bivariado entre género y actividad económica	55
Tabla N° 3 Análisis bivariado entre género y créditos aprobados	56
Tabla N° 4 Análisis bivariado entre género y finalidad del crédito	57
Tabla N° 5 Análisis bivariado entre género y crecimiento del capital	58
Tabla N° 6 Análisis bivariado entre género y factores que influyeron en el crecimiento de la actividad	59
Tabla N° 7 Análisis bivariado entre género y número de personal contratado antes del crédito.....	60
Tabla N° 8 Análisis bivariado entre género y número de personal contratado después del crédito.....	60
Tabla N° 9 Análisis bivariado entre género y porcentaje de aumento de venta después del crédito.....	61
Tabla N° 10 Análisis bivariado entre género y porcentaje de disminución del precio unitario después del crédito.....	62
Tabla N° 11 Análisis bivariado entre género y porcentaje de aumento de cantidad de producción.....	63
Tabla N° 12 Análisis bivariado entre género y diversificación de producto o servicio ...	63
Tabla N° 13 Análisis bivariado entre género y porcentaje de aumento de ahorro	64

Tabla N° 14 Análisis bivariado entre género y si considera que mejoro su calidad de vida a partir del crédito	65
Tabla N° 15 Prueba chi-cuadrado: aumento de su capital – mejora de la calidad de vida.....	67
Tabla N° 16 Prueba Chi-cuadrado: Número de personal contratado después del crédito – mejora de la calidad de vida.....	69
Tabla N° 17 Prueba chi-cuadrado: disminución del costo de producción unitario – mejora de la calidad de vida.....	71

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1 Cronograma.....	87
Anexo N° 2 Encuesta	88

RESUMEN

La presente investigación tiene por título “Análisis del Impacto de los microcréditos otorgados en tres agencias del Banco de Crédito de Bolivia S.A de la ciudad de La Paz en el desarrollo de las actividades económicas de los prestatarios” la cual surge de la poca atención que la entidad bancaria ya mencionada le da a la cartera del microcrédito por lo que hay una falta de programas o alguna iniciativa y según estudios a nivel nacional previos identificadas dos corrientes de pensamiento sobre el tema, la presente investigación le daría más peso a una que a la otra.

Es importante mencionar que así mismo se ha identificado que la esencia del microcrédito en sus conceptos ha ido perdiendo lo crucial, y tal vez importante también, que es que debe preponderar la índole social sobre algún tipo de beneficio económico.

Para llevar a cabo la investigación se consideró a la población que está constituida por tres agencias del Banco de Crédito de Bolivia S.A que son las únicas que brindan el producto constituidas por la agencia Central La Paz, agencia Villa Fátima y agencia San Miguel con un total de 3745 clientes encuestados de ambos sexos. El tipo de investigación es descriptivo y explicativo. Para la recolección de la información se aplicó como instrumento la encuesta con quince preguntas cerradas y una abierta.

Los resultados obtenidos demuestran que el microcrédito capital de trabajo y activo fijo si influyen positivamente en la calidad de vida de los beneficiarios y mejora la calidad de vida.

Palabras clave: microcrédito, calidad, capital, activo, prestatarios

INTRODUCCIÓN

Las instituciones de intermediación financieras han sido empresas de gran impacto dentro del desarrollo económico de un país. A medida de su evolución estos han generado diversos tipos de préstamos, entre ellos tenemos el microcrédito que nace como una oportunidad para familias de escasos recursos, con el fin de crear o sustentar un pequeño negocio, generando una utilidad financiera permitiendo mejorar las condiciones en los puestos de venta de los beneficiarios.

El Banco de Crédito de Bolivia S.A. es una entidad que otorga servicios financieros como ser la otorgación de créditos, siendo estos créditos personales, créditos de vivienda, crédito empresarial, crédito Pyme, crédito de consumo y microcrédito; este último se desglosa en sub clasificaciones de la siguiente forma:

- Microcrédito Capital de Trabajo y Activo Fijo
- Microcrédito de Libre Disponibilidad
- Microcrédito Mejoramiento de Vivienda.

Para identificar el impacto del microcrédito dentro del Banco de Crédito de Bolivia S.A. se realizará un análisis financiero de los créditos otorgados a las microempresas para capital de trabajo y activo fijo en las agencias Central La Paz, Villa Fátima y San Miguel del “Banco de Crédito de Bolivia S.A.” de la ciudad de La Paz.

El presente trabajo pretende identificar el grado de influencia de los créditos en los clientes que poseen microempresas, para el desarrollo económico, mejoramiento de sus actividades económicas mismo que influirá en el mejoramiento de su calidad de vida.

CAPÍTULO 1

ASPECTOS GENERALES

1.1. Justificación o aportes

1.1.1. Justificación Teórica

De acuerdo con la Conferencia Internacional en Washington D.C el microcrédito es “una concesión de pequeños créditos a los más necesitados de entre los pobres para que éstos puedan poner en marcha pequeños negocios que generen ingresos con los que mejorar su nivel de vida y el de sus familias.”

La presente investigación se desarrolla con el objetivo de analizar el impacto del microcrédito en las actividades económicas y en la calidad de vida, cuyos resultados se sistematizaran en información útil que servirá como referencia y conocimiento sobre los efectos que generan el microcrédito en nuestro contexto.

1.1.2. Justificación Práctica

El presente trabajo de investigación pretende realizar un análisis del microcrédito otorgado por las agencias Central La Paz, Villa Fátima y San Miguel del “Banco de Crédito de Bolivia S.A.” de la ciudad de La Paz.

El objetivo es determinar el grado de influencia del microcrédito en los clientes respecto al desarrollo de sus actividades económicas, de esta manera permite a la entidad conocer las necesidades de sus clientes, desarrollar nuevas estrategias para abarcar en el mercado y conocer el nivel de importancia de los mismos. Así también permitirá conocer de alguna manera si el microcrédito permite generar desarrollo económico sostenible y si se convierte en un factor para la lucha contra la pobreza.

1.2. Situación problemática

En Bolivia al igual que en otros países en vías de desarrollo se ha visto un crecimiento del microcrédito, como se menciona en los siguientes datos.

Según Garrón & Villegas, (2014, pág. 3) analistas financieros sénior del Banco Central de Bolivia mencionan lo siguiente: El factor que influyó de manera preponderante en el desarrollo de las microfinanzas en el país fue el crecimiento del microcrédito, y no hay duda de que este dinamismo posibilitó el acceso al crédito de sectores que antes se encontraban excluidos.

De acuerdo a últimos datos de la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero el microcrédito tiene una mayor participación con un 29%, seguido del crédito de vivienda 26%, crédito empresarial 22.4%, crédito PYME 12.7% y por último el crédito de consumo 9.9%.

En este sentido el problema que se ha podido identificar en el Banco de Crédito de Bolivia S.A. es que clasifica su cartera en el siguiente orden; personal (como la principal cartera), seguido de la cartera corporativa, en tercer lugar la cartera empresa y por último el microcrédito. Así también mencionan que el nivel de participación de la cartera de microcréditos del Banco de Crédito de Bolivia S.A. el 2019 es el siguiente: “Se incrementó en 3.5% respecto a la gestión 2018, lo cual representa un crecimiento absoluto de USD 1,9 millones.” (Banco de Crédito de Bolivia S.A., 2019, pág. 33)

De acuerdo con la clasificación se denota la baja importancia que el banco le da al microcrédito pese a los niveles de participación de los mismos en el mercado.

Según dicha definición se puede entender al microcrédito como un instrumento para la lucha contra la pobreza, es decir que si las familias cuentan con un microcrédito para financiar su emprendimiento tienen la posibilidad de generar ingresos y por consiguiente mejorar su calidad de vida.

Existen opiniones encontradas respecto al efecto de las microfinanzas sobre el bienestar económico sostenible:

Según Garrón y Villegas, una corriente señala que las microfinanzas ayudan a erradicar la pobreza y genera un capital social y empoderamiento de los grupos con los que trabajan, lo cual permite que los sectores menos favorecidos puedan cruzar el umbral de pobreza o

a hacer frente a la pobreza. Otra corriente señala que el microcrédito no ayuda a las personas a salir de la pobreza y que es tan sólo un paliativo que permite la subsistencia de los clientes.

De acuerdo a este contexto el desarrollo del presente trabajo de investigación pretende realizar un análisis del microcrédito otorgado para capital de trabajo y activo fijo por las agencias Central La Paz, Villa Fátima y San Miguel del Banco de Crédito de Bolivia S.A. de la ciudad de La Paz con el objetivo de determinar el grado de influencia del microcrédito en los clientes respecto al desarrollo de sus actividades económicas y al mejoramiento de su calidad de vida, de esta manera permite a la entidad conocer las necesidades de sus clientes, desarrollar nuevas estrategias para abarcar en el mercado y conocer el nivel de importancia de los mismos. Así también permitirá conocer de alguna manera si el microcrédito permite generar desarrollo económico sostenible y si se convierte en un factor para la lucha contra la pobreza.

1.3. Problema científico

¿Los microcréditos otorgados para capital de trabajo y activo fijo por las agencias Central La Paz, Villa Fátima y San Miguel del Banco de Crédito de Bolivia S.A. influyen en el desarrollo de las actividades económicas de los clientes?

1.4. Hipótesis

Ho= Los microcréditos otorgados para capital de trabajo y activo fijo por las agencias Central La Paz, Villa Fátima y San Miguel del Banco de Crédito de Bolivia S.A. influyen de manera positiva en el desarrollo de actividades económicas sostenibles de los clientes.

Hi= Los microcréditos otorgados para capital de trabajo y activo fijo por las agencias Central La Paz, Villa Fátima y San Miguel del Banco de Crédito de Bolivia S.A. no influyen de manera positiva en el desarrollo de actividades económicas sostenibles de los clientes.

Considerando que las entidades de intermediación financiera, buscan la asignación eficiente de los recursos, en ese sentido, el cliente microempresario del Banco de Crédito

de Bolivia S.A., pasó por una evaluación para que se le otorgue el crédito, además de que se realizó un estudio del destino del crédito, y finalmente el monto del crédito otorgado tiene como fin el desarrollo de sus actividades.

1.4.1. Variables de Investigación

Independiente – Microcréditos otorgados para capital de trabajo y activo fijo

Se refiere en primera instancia al crédito obtenido por el deudor destinado a cubrir necesidades de financiamiento para el pago por concepto de maquinaria y equipo u otros bienes duraderos, para incrementar o mejorar la capacidad productiva o de ventas. Es característica que el financiamiento con este propósito sea de mediano y largo plazo. (Glosario de Términos Económicos Financieros, 2015, pág. 46)

En cuanto al crédito a plazo fijo se refiere al obtenido por el deudor destinado a cubrir necesidades de financiamiento para el pago por concepto de insumos, materia prima, mano de obra y otros necesarios para ejecutar sus operaciones. Es característica que el financiamiento con este propósito sea de corto plazo. (Glosario de Términos Económicos Financieros, 2015, pág. 46)

Dependiente – Desarrollo de actividades económicas sostenibles

Es un sistema socioeconómico que busca aumentar el bienestar social promoviendo un consumo responsable mediante la puesta en marcha de un sistema financiero basado en empresas respetuosas con el medio ambiente y comprometidas con la sociedad, teniendo como objetivo principal el reducir la pobreza y garantizar un desarrollo de calidad de las generaciones presentes y futuras, sin comprometer los recursos del planeta, es decir, sin consumir más que aquello que la naturaleza pueda producir (Euroinnova, 2020).

Variable moderante –Agencias Central La Paz, Villa Fátima y San Miguel del “Banco de Crédito de Bolivia S.A.”

1.5. Operacionalización de variables

Variable independiente	Dimensiones	Indicadores	Técnica a utilizar
Microcréditos otorgados para capital de trabajo y activo fijo	Necesidades de financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> - Créditos aprobados - Financiamiento con entidad intermediadora - Fin del crédito 	Encuesta
	Mejora de capacidad productiva	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento de capital - Factores para el crecimiento de su actividad - Ventas - Costo de producción - Cantidad de producción - Diversificación de producto 	
Variable dependiente	Dimensiones	Indicadores	Técnica a utilizar
Actividades económicas sostenibles	Bienestar social	<ul style="list-style-type: none"> - Personal contratado antes del crédito - Personal contratado después del crédito 	Encuesta
	Calidad de vida	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento de ahorro - Mejoramiento de calidad de vida 	

1.5. Objeto de estudio

Se estableció el análisis de la influencia del microcrédito otorgado para capital de trabajo y activo fijo por las agencias Central La Paz, Villa Fátima y San Miguel del Banco de Crédito de Bolivia S.A. de la ciudad de La Paz, enfocándose a los clientes en relación al desarrollo de sus actividades económicas.

1.6. Alcance o Campo de acción de la investigación

1.6.1. Alcance Temático

El presente trabajo de investigación tiene como alcance temático al microcrédito otorgado para capital de trabajo y activo fijo por el Banco de Crédito de Bolivia S.A.

1.6.2. Alcance Geográfico

El alcance geográfico del presente trabajo se llevó a cabo en el Banco de Crédito de Bolivia S.A. específicamente en 3 de las agencias de la ciudad de La Paz: Agencia Central La Paz, Agencia Villa Fátima y la Agencia San Miguel.

1.6.3. Alcance Temporal

El alcance temporal del presente trabajo de investigación estuvo definido en la gestión 2020, ya que se realizara las encuestas a clientes con microcrédito.

1.7. Objetivo de la investigación

1.7.1. Objetivo General

Analizar el impacto de los microcréditos otorgados en tres agencias del Banco de Crédito de Bolivia S.A. de la Central La Paz, Villa Fátima y San Miguel en el desarrollo de las actividades económicas de los prestatarios.

1.7.2. Objetivos Específicos

- Analizar la situación financiera anterior y actual de los clientes, después de haber solicitado un microcrédito para el financiamiento de capital de trabajo y activos fijos.

- Conocer la percepción de los clientes sobre su calidad de vida, después de haber solicitado el microcrédito.
- Determinar el grado de beneficio de los microcréditos en el desarrollo de actividades económicas y en el mejoramiento de la calidad de vida de los clientes.

CAPÍTULO 2

DESARROLLO ESTRUCTURAL TEÓRICO DE LA TESIS

2.1. Referencias conceptuales

2.1.1. El microcrédito

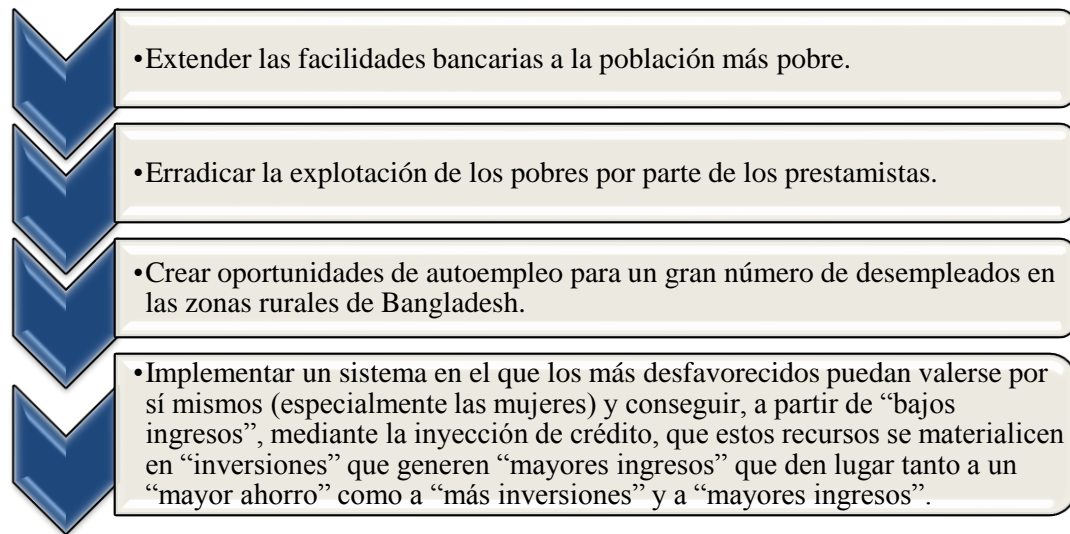
2.1.1.1. Origen

Concretamente fue Muhammad Yunus, conocido como el “banquero de los pobres” y galardonado con el Premio Nobel de la Paz en el año 2006, profesor de economía en la universidad de Chittagong (Bangladesh), quien después de doctorarse en Estados Unidos y volver a su país, comenzó a preocuparse por los elevadísimos niveles de pobreza y por la situación económica que empeoraba cada día. (Calderon, 2011)

En los años 60 Muhammad Yunnus, Jefe del Programa Económico Rural de la Universidad de Chittagong, al observar la realidad que le rodeaba y darse cuenta de las necesidades de la población más pobre, decidió inicialmente prestar a 42 personas dispuestas a trabajar los 27 dólares que necesitaban, dinero que recuperó íntegramente. Esta iniciativa de carácter experimental la repitió durante nueve años con el objetivo de poder perfeccionar la metodología. A pesar de la evidencia de que los pobres devolvían el dinero, no logró obtener la confianza de los bancos tradicionales para que fueran ellos quienes prestaran directamente a los pobres que carecieran de garantías reales o avalistas, sino que, inicialmente, para poder conseguir los créditos él tenía que figurar como avalista. Entonces surgió la idea de crear un banco independiente para los pobres, que se dedicaría a la concesión de microcréditos, primando los objetivos de índole social sobre los beneficios financieros.

La fundación del Banco Grameen tuvo lugar en Bangladesh, en el año 1976, a raíz de un proyecto de investigación con el propósito de poder poner a disposición de los más necesitados los recursos financieros que necesitaban para poner en marcha sus pequeños negocios en unas condiciones que se adecuaran a sus posibilidades.

Figura N° 1: Objetivos de los proyectos de la Fundación Banco Grameen



Fuente: Elaboración propia en base a datos extraídos de Calderón Salazar, “Microcrédito, opción de desarrollo”, 2011, pág. 26.

2.1.1.2. Concepto

“El microcrédito no se trata solamente de dar unos cuantos dólares para ayudar a que las personas inicien pequeños negocios, la idea consiste en ayudar a que las personas salgan de la pobreza”. Esta es la base de la proposición alpha en el método planteado en la presente investigación (ledgerwood, 1999)

Según la ex Superintendencia de Bancos y Entidades Financieras Bolivia definía a los microcréditos de la siguiente forma: Todo crédito concedido a un prestatario, sea persona natural o jurídica, o a un grupo de prestatarios con garantía mancomunada o solidaria, destinado a financiar actividades en pequeña escala, de producción, comercialización o servicios, cuya fuente principal de pago lo constituye el producto de las ventas e ingresos generados por dichas actividades, adecuadamente acreditados.

Según la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero – ASFI indica que es “Crédito a personas con actividades de autoempleo, microempresas y pequeñas unidades económicas, con la aplicación de tecnologías crediticias especializadas para este tipo de

clientes y cuya fuente de repago son los ingresos generados por dichas actividades.”
(asfi.gob.bo, 2010, s/p)

2.1.1.3. Clasificación

Según Yunus, clasifica a los microcréditos en diez, donde señala lo siguiente:

1. El microcrédito informal tradicional (como pueden ser el crédito de los prestamistas, las casas de empeño, los préstamos de los amigos y los parientes, los créditos al consumo en el mercado informal, etc.)
2. El microcrédito basado en grupos informales tradicionales.
3. El microcrédito destinado a un tipo de actividad determinada y contratado a través de bancos convencionales o especializados (como el crédito agrícola, el ganadero, el pesquero, el textil, etc.)
4. El crédito rural realizado a través de bancos especializados.
5. El microcrédito cooperativo (crédito cooperativo, cooperativas de crédito, sociedades de ahorro y préstamo, cajas de ahorro, etc.)
6. El microcrédito al consumo.
7. El microcrédito basado en acuerdos de colaboración entre bancos y ONG.
8. El microcrédito de Grameen.
9. Otros tipos de microcréditos de ONG.
10. Otros tipos de microcréditos no gestionados por ninguna ONG pero que tampoco requieren garantía o aval.

2.1.1.4. Características

Las principales características del microcrédito provienen de su propio nombre y son las siguientes:

- La reducida cuantía de los préstamos. Se trata de pequeñísimas cantidades de dinero.
- Se conceden a muy corto plazo, normalmente por un periodo de un año o inferior a un año.

- Los periodos de reposición son muy pequeños y las cantidades devueltas en cada reembolso son, asimismo, muy reducidas. Lo más frecuente es que la devolución del principal más los intereses sea semanal o mensual.
- Por último, los recursos prestados, se invierten en actividades escogidas de antemano por los propios prestatarios.

Se incrementa la confianza y autoestima de los prestatarios al descubrir que pueden adquirir, invertir y devolver un préstamo siendo este el resultado de la prestación de estos servicios financieros.

2.1.1.5. Beneficios

El acceso a mercados financieros y el apoyo a pequeñas actividades emprendedoras ha sido una de las herramientas de desarrollo más utilizadas en el mundo durante los últimos años. La otorgación de créditos a micro y pequeñas unidades económicas ha sido una estrategia ampliamente utilizada para el alivio de la pobreza.

“Desde aquellos programas más conocidos como el Grameen Bank en Bangladesh o los implementados en Hyderabad (India), se han realizado diversos programas de microcréditos en todo el mundo...” (Villarroel & Hernani-Limarino, 2015, pág. 213)

Littlefield, Murdugh y Hashemi afirman que el microcrédito reduce la pobreza y sus efectos:

- Incrementando el ingreso de la familia,
- Aumentando sus activos,
- Reduciendo su vulnerabilidad a las crisis,
- Mejorando la salud y la nutrición,
- Incrementando la escolaridad de los niños y
- Haciendo a las mujeres más asertivas para enfrentar los problemas de género.

2.1.2. Crédito al sector productivo.

Acceso al crédito bajo las condiciones de apoyo financiero a personas naturales dedicadas a actividades productivas.

Créditos de tipo empresarial, microcrédito o PYME cuyo destino corresponde a las siguientes categorías del código de actividad económica y destino del crédito (CAEDEC) utilizado por la autoridad de supervisión del sistema financiero: agricultura, ganadería caza, silvicultura y pesca extracción de petróleo crudo y gas natural, minerales metálicos y no metálicos industria manufacturera; producción y distribución de energía eléctrica construcción, comprende también las operaciones otorgadas a actividades económicas comprendidas en los sectores turismo y propiedad intelectual.

2.1.3. Modalidad de créditos para el sector productivo

2.1.3.1. Crédito para activos fijos

Crédito obtenido por el deudor destinado a cubrir necesidades de financiamiento para el pago por concepto de maquinaria y equipo u otros bienes duraderos, para incrementar o mejorar la capacidad productiva o de ventas.

Es característica que el financiamiento con este propósito sea de mediano y largo plazo.

2.1.3.2. Crédito para capital de trabajo

Crédito obtenido por el deudor destinado a cubrir necesidades de financiamiento para el pago por concepto de insumos, materia prima, mano de obra y otros necesarios para ejecutar sus operaciones.

Es característica que el financiamiento con este propósito sea de corto plazo.

2.1.4. Características de los microcréditos para el sector productivo

2.1.4.1. Destino

Existen varios destinos de los créditos, el microcrédito al ser un préstamo de bajos montos el alcance de los mismos se ven limitados, sin embargo, entre los cuales se puede citar son los siguientes:

- Capital de Trabajo
 - Comprar materia prima.
 - Comprar mercadería.
 - Aumentar tus ventas en épocas festivas
- Activo Fijo
 - Comprar maquinaria.
 - Adquirir equipos.
 - Obtener vehículos destinados a apoyar la actividad de tu negocio.
 - Comprar tu local comercial.
 - Refaccionar, ampliar y/o remodelar tu local comercial.
 - Anticréticos para tu local comercial.
- Industria manufacturera.
- Producción de minerales metálicos y no metálicos.
- Construcción

2.1.4.2. Tasas de interés

Existen diferentes clases de tasa de interés, entre los cuales se puede citar los siguientes:

- a) De mercado. La tasa que se carga a una firma por préstamo de capital.
- b) Activa. Intereses que cobra la institución financiera por los créditos concedidos.
- c) Pasiva. Intereses que paga la institución financiera por las captaciones en cuentas corrientes, depósitos o cuentas de ahorro.
- d) Spread. Es la utilidad esperada, ganancia o margen que tiene la institución por las colaboraciones, es la diferencia entre la tasa activa menos la pasiva tomando en cuenta los gastos administrativos, organizativos y la utilidad de la empresa.
- e) Líbor (London Inter-Bank Offered Rate). Tasa de interés de punto de referencia usada en un swap de tasa de interés y en acuerdo de tasas de interés promediadas (Torrez & Tumiri, 2000, pág. 23).

Las tasas máximas para el sector productivo según Decreto Supremo N° 2055 es de:

Cuadro N° 1: Tasas máximas para el sector productivo

Tamaño de la Unidad Productiva	Tasa de Interés Anual Máxima
Micro	11,5%
Pequeña	7%
Mediana	6%
Grande	6%

Fuente: Decreto Supremo N° 2055 “Tasas de Interés Mínimas y Máximas”, 2014, pág. 4.

2.1.4.3. Monto

Es el monto que recibe el cliente al momento de realizar el contrato del préstamo.

De acuerdo con la Recopilación de Normas para Bancos y Entidades Financieras, indica lo siguiente:

En el caso de microcréditos dirigidos al sector productivo el monto otorgado no exceda al monto resultante de la aplicación de la siguiente fórmula o su equivalente:

$$\text{Límite CMSDGSP} = 150\% * \text{Límite CIDGSP}$$

Dónde:

Límite CMSDGSP = Límite para microcréditos con garantía mancomunada o solidaria, debidamente garantizados, que se destinen al sector productivo

Límite CIDGSP = Límite para microcréditos a prestatarios individuales, debidamente garantizados, que se destine al sector productivo.

En el caso del Crédito Productivo Individual (CPI) indican dos límites según el tipo de beneficiario:

Cuadro N° 2: Rangos de montos de Crédito Productivo Individual

Monto	Descripción
24,000 Bolivianos	Para aquellos emprendedores de un negocio
80,000 bolivianos	Para empresas ya establecidas con un cierto número de años de experiencia.

Fuente: Datos extraídos de Hernani, W. & Villarroel, P. “Evaluando el impacto de microcréditos en Bolivia evidencia del crédito productivo individual Banco de Desarrollo Productivo”, 2015, pág. 11.

2.1.4.4. Plazos

Los “plazos” es el tiempo de los préstamos que las entidades otorgan. Se puede indicar que los plazos de microcréditos se encuentran en un rango de 3 a 6 años de plazo, una característica propia de los microcréditos. Así también aclaran que existe una variabilidad en los plazos otorgados a los créditos.

“Si bien, los créditos de mayor monto suelen tener plazos de pago mucho más largos, existe una reducción considerable especialmente en los créditos ente 24,000 Bs. y 80,000 Bs. (...) de estos créditos con un plazo entre 9 y 12 años...” (Hernani & Villarroel, 2015, pág. 221)

2.1.4.5. Garantía

Se entiende por garantía “Bienes o derechos propios o provenientes de terceros entregados por el deudor de una operación crediticia al acreedor, para respaldar la cancelación del préstamo de deuda y cubrir el riesgo de un eventual incumplimiento de la obligación.

De acuerdo con la Recopilación de Normas para Bancos y Entidades Financieras, indica que se entenderá por microcrédito debidamente garantizado, aquél que se encuentre comprendido en alguna de las siguientes tres categorías:

1. Que el crédito sea concedido con garantías reales, sean hipotecarias, prendarias sujetas a registro o acciones populares, que posibiliten a la entidad prestamista una fuente alternativa de pago.
2. Que el crédito sea otorgado con garantía mancomunada o solidaria, siempre y cuando no exceda el equivalente a Bs 84.000 y cumpla las siguientes condiciones:
 - 2.1. Que el crédito sea concedido a un grupo de personas con la garantía cruzada, mancomunada o solidaria de sus miembros, por el total del microcrédito.
 - 2.2. Que el grupo esté conformado por tres (3) personas como mínimo.
 - 2.3. Que en forma individual los integrantes del grupo acrediten formalmente:
 - a. Que entre ellos se conocen, pero que no existe parentesco de consanguinidad o afinidad hasta el segundo grado, según el cómputo civil.
 - b. Que todos tienen una actividad independiente, sin relación comercial directa entre codeudores.
 - 2.4. Que la aprobación de estos créditos esté respaldada por una verificación y análisis de la situación financiera del (los) prestatario (s) que demuestre su capacidad de pago, considerando las posibilidades reales de honramiento de la garantía solidaria y mancomunada asumida, ante la eventualidad de mora o falencia de uno o más de sus codeudores. Dicho análisis incluirá, necesariamente, la consulta a la Central de Información de Riesgos de la SBEF y otras fuentes de información crediticia.
 - 2.5. Que la entidad prestamista cuente con mecanismos de control interno para monitorear lo establecido en los numerales anteriores y quede evidencia de su cumplimiento.
3. Que el crédito sea concedido a un prestatario individual con garantía prendaria de bienes muebles, sin desplazamiento y no sujetos a registro, siempre y cuando no exceda el equivalente de Bs 56.000 y la entidad prestamista:

3.1. Verifique previamente y deje constancia expresa en el expediente respectivo:

a. De que la aprobación de estos créditos esté respaldada por un análisis que demuestre la capacidad de pago del prestatario y su situación patrimonial y por una consulta a la Central de Información de Riesgos de la SBEF y otras fuentes de información crediticia.

b. De la existencia de los bienes objeto de la garantía prendaria.

c. De que el valor estimado del bien o de los bienes prendados, supere el total de la deuda del cliente con la entidad prestamista.

3.2. Cuento con mecanismos de control interno para monitorear lo establecido en el numeral anterior y quede evidencia de su cumplimiento.

2.1.4.6. Seguros

Desgravamen y Seguro de la Garantía. es decir que los seguros de los créditos cubre el riesgo del impago, es decir cubre la morosidad de los clientes (prestatarios).

2.1.5. Actividades económicas beneficiadas por el microcrédito

2.1.5.1. Sector Manufactura

La Industria Manufacturera es la actividad económica con mayor participación en el Producto Interno Bruto del país. En la década de los noventa participó, en promedio, con el 17% del PIB, 18% de la población ocupada urbana y 31% del valor total de las exportaciones. Sin embargo, en comparación con otros países sudamericanos, Bolivia presenta la tasa más baja de participación de la industria respecto al PIB.

La industria en Bolivia crea productos con bajo valor agregado, cuenta con recursos humanos poco calificados (la mayoría de los obreros no han terminado el bachillerato) y son pocas las empresas que desarrollan economías a escala y alcance y que invierten en el mejoramiento de sus procesos productivos.

Niveles de Desarrollo: en cuanto a los sectores más desarrollados de la industria manufacturera según el indicador de eficiencia operativa para el año 2001 fueron los

subsectores de químicos, alimentos, bebidas y tabaco e industrias metálicas básicas. Asimismo, los subsectores que menos desarrollaron fueron madera y textiles.

Unidad Productividad: la evaluación del impacto sobre los indicadores de la unidad productiva para el sector de manufactura sugiere un impacto directo sobre su producción, inversión y gastos. Los resultados estimados muestran un aumento considerable de la producción que podría ser resultado de una fuerte inversión en maquinarias dentro de la unidad productiva. Por otra parte, se puede observar que estos resultados se traducen en aumentos dentro de los costos y gastos de la unidad, que podría ser tanto causa como consecuencia del impacto observado en los demás indicadores.

De acuerdo con Hernani & Villarroel indican sobre el impacto de las microfinanzas en el sector manufacturero lo siguiente:

El sector de manufactura muestra un aumento de 60 a 80 mil bolivianos anuales en el valor de producción, lo que representa entre 21% y 28% del valor medio de producción. Este resultado es estadísticamente significativo.

2.1.5.2. Sector Agropecuaria

El sector agropecuario en Bolivia, durante las últimas décadas ha tenido una tendencia de subida y bajada, entre otras razones. No obstante las micro finanzas, préstamos dirigidos a personas con pocos medios económicos, donde se incluyen las microempresas, además que es el segmento de mercado más elevado del crédito agropecuario, en Bolivia es uno de los más desarrollados y competitivos que mantiene un entorno regulatorio sólido y favorable para las micro finanzas.

En la agricultura se registró un fenómeno interesante de mejora en los rendimientos. El valor bruto de producción agropecuaria (VBPA), en 2014, creció un 14 por ciento en relación al 2013, impulsado principalmente por la mejora en los rendimientos, ya que la producción creció mucho más rápidamente que la superficie cultivada (1,5 por ciento) en los rubros agroindustriales y cereales. Estos componen en conjunto el 58 por ciento del VBPA.

2.1.5.3. Comerciantes

La economía de Bolivia se ha ampliado y consolidado como una economía de comerciantes y productores de mínima cuantía, que se extiende por todos los rincones del territorio, continuando su crecimiento diario, y además de organizarse en poderosos gremios corporativos. En la actualidad solo La Paz cuenta con 10.000 pequeñas “empresas industriales” activas, dato genérico que solo es una aproximación a la realidad, ya que el 80% de esa masa está formado por “empresas” pequeñas y unipersonales, el 19 % por medianas y solo el uno por ciento por grandes. Datos similares se registra, con agravantes, para poblaciones del interior. En Santa Cruz creció en 6,64%, en Potosí en 7,49%, en Cochabamba en 5,54%. (El Diario, 2018, s/p)

Dichas referencias cuantitativas indican que estos pequeños capitalistas están organizados en gremios a nivel local, departamental y nacional. En últimos cinco años solo en El Alto se formaron 194 nuevas asociaciones de gremiales. Es más, hace cinco años eran solo 300 y ahora pasan de 500, con unos 50 mil afiliados. El 39% de la población activa de La Paz se dedica al comercio, transporte, almacenes, a otros servicios el 17,3 % y a la industria manufacturera artesanal 21%. La población obrera asalariada es insignificante.

2.1.6. Calidad de vida

La calidad de vida según la Organización de las Naciones Unidas (ONU) a través del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) ha determinado el Índice de desarrollo Humano como un indicadores de la calidad de vida, lo que comprende la esperanza de vida, educación salud, acceso a vivienda.

La calidad de vida comprende factores tanto subjetivos como objetivos. Entre los factores subjetivos se encuentra la percepción de cada individuo de su bienestar a nivel físico, psicológico y social. En los factores objetivos, por su parte, estarían el bienestar material, la salud y una relación armoniosa con el ambiente físico y la comunidad.

El índice de desarrollo humano es una medida agregada que refleja logros en capacidades básicas, en tres dimensiones: salud, educación y nivel de vida.

El IDH abarca tres dimensiones básicas del desarrollo humano:

- Una vida larga y saludable (salud). Esta dimensión mide según la esperanza de vida al nacer, salud en los hogares como la protección de salud a través de un seguro, número de personas por dormitorio, tipo de acceso a agua y saneamiento.
- Acceso a la educación. Mide la perseverancia educativa en niñas y niños, así también la escolaridad alcanzada por adultos mayores de 25 años.
- Nivel de vida digna. Se mide a través del ingreso laboral y no laboral familiar, ajustado a precios internacionales (en dólares PPA per cápita) per cápita según PNUD.

2.1.7. Enfoque de la exclusión social

El concepto de exclusión social se desarrolló a partir del Instituto Internacional de Estudios Sociales (IIES) de la OIT en el año 1993 con el objetivo de generalizar el concepto, tomaba en cuenta la falta de activos y la falta de reconocimiento de derechos.

Otro de los problemas para la exclusión social es el mercado de trabajo y el desempleo a través del análisis del salario mínimo en el que se encuentran, el nivel del empleo, salarios reales y las ganancias, las magnitudes del excedente laboral por la oferta; donde los excluidos del mercado laboral y/o los trabajadores con los más bajos activos culturales son más propensos a convertirse en los más pobres.

Los autores concluyen que el mecanismo esencial del mercado que genera la desigualdad de ingresos en esta economía opera a través del mercado laboral. La teoría sostiene que la solución de los precios y cantidades en el mercado laboral implica una cierta distribución del ingreso entre las ganancias, los salarios y los ingresos de los trabajadores independientes, también explica la exclusión de un segmento de la fuerza laboral del empleo asalariado y de los demás mercados no “walrasianos”.

2.2. Contexto referencial

2.2.1. Historia

El Banco de Crédito BCP opera en el Perú desde 1889 como Banco Italiano y a partir de 1941 como Banco de Crédito del Perú. El BCP es una institución sólida cuya vocación y principios la han hecho líder indiscutible del mercado peruano a lo largo de sus más de 115 años de impecable trayectoria.

Desde 1995 forma parte del grupo Credicorp, uno de los conglomerados financieros más importantes de Latinoamérica, que combina los negocios bancarios del BCP y del Atlantic Security Bank con los negocios de seguros de Pacífico Peruano Suiza, la empresa más grande del Perú en su rubro. Las acciones de Credicorp están inscritas en la Bolsa de Valores de Nueva York, lo que le permite acceder con facilidad a los mercados de capitales internacionales.

El Banco de Crédito de Bolivia S.A. es una empresa 100% subsidiaria del Banco de Crédito BCP. Iniciamos nuestras operaciones en el mercado boliviano en 1994 después de que adquirimos el Banco Popular, institución que se ubicaba en el puesto número trece del sistema financiero nacional.

Esta primera apuesta por Bolivia fue muy exitosa, lo que alentó a seguir invirtiendo en el país, adquiriendo en 1998 el Banco de La Paz y un año más tarde la cartera del Banco Boliviano Americano. Con estas compras, y en base al empuje de un excelente equipo de profesionales, fue ganando la preferencia y confianza de clientes hasta ubicarse entre los principales bancos del país.

En el año 2000, comenzaron un proceso de renovación tecnológica sin precedentes con el fin de sentar las bases necesarias para otorgar a los clientes el mejor servicio de la banca boliviana. Se trajo la más moderna tecnología bancaria disponible, interconectando a los sistemas informáticos con los del Banco de Crédito BCP en Perú e introdujeron el Servimatic, un innovador sistema de filas virtuales, que revolucionó el concepto de atención al cliente no sólo en la banca sino también en otras industrias del país.

Desarrollaron modernos canales electrónicos como la Banca por Teléfono y la Banca por Internet para llevar al Banco a cualquier lugar del mundo donde los clientes esten.

Asimismo, se invirtió más de dos millones de dólares para ampliar la red de canales de atención al público, consolidándola como la más grande del país con 45 oficinas y 125 cajeros automáticos a nivel nacional.

En la actualidad, los esfuerzos han hecho del Banco de Crédito de Bolivia S.A. una institución moderna, innovadora y con excelente calidad de atención. Teniendo la cartera más sana y con una de las mayores coberturas del sistema, lo que aunado al sólido respaldo internacional del BCP, los pone en las mejores condiciones para seguir avanzando hacia el liderazgo indiscutible del sistema financiero nacional.

La apuesta del Banco de Crédito por Bolivia es definitiva y por ello se ha renovado la imagen institucional, haciéndola más moderna y cercana. El nuevo logotipo es el símbolo que pone el sólido respaldo internacional al servicio del país, con el compromiso de otorgar a los clientes una experiencia bancaria simple y eficiente.

La primera oficina en relación al microcrédito fue aperturada en la ciudad de El Alto Zona 16 de Julio, dos meses más tarde se apertura la segunda oficina en la zona 12 de Octubre más conocida como “La Ceja”. Posteriormente se definió crecer en la ciudad de La Paz con dos oficinas en Villa Fátima y en el centro de la ciudad.

2.2.2. Organización

2.2.2.1. Misión

Ofrecer soluciones financieras a personas naturales y jurídicas en Bolivia con la mejor tecnología, calidad y servicio al cliente construyendo relaciones de largo plazo. (Banco de Crédito de Bolivia S.A., 2018, pág. 41)

2.2.2.2. Visión

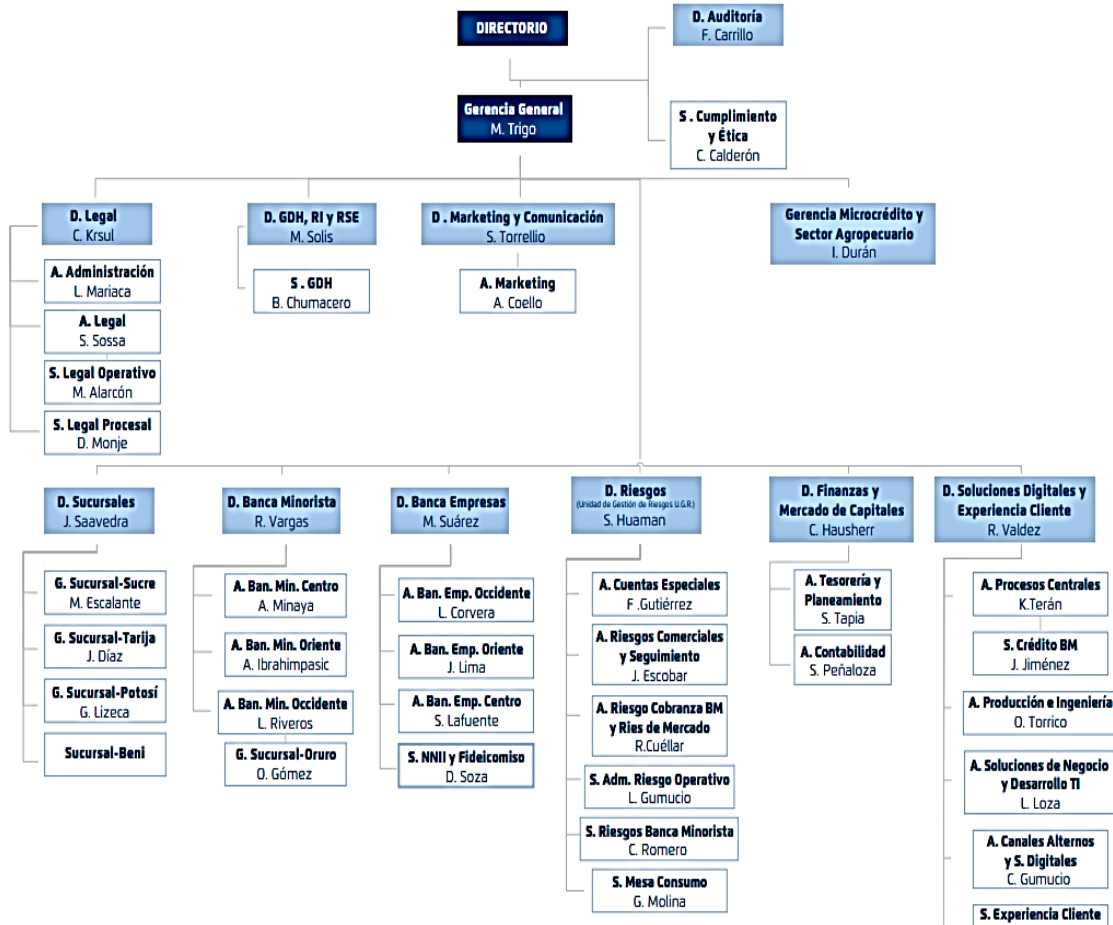
Ser la Primera opción para el Cliente del Sistema Financiero Boliviano. (Banco de Crédito de Bolivia S.A., 2018, pág. 41)

2.2.2.3. Principios

- Satisfacción del cliente, Ofrecer a nuestros clientes una experiencia de servicio positiva a través de nuestros productos, servicios, procesos y atención.
- Pasión por las metas, Trabajar con compromiso y dedicación para exceder nuestras metas y resultados y lograr el desarrollo profesional en el BCP.
- Eficiencia, Cuidar los recursos del BCP como si fueran los propios.
- Gestión al riesgo, Asumir el riesgo como elemento fundamental en nuestro negocio y tomar la responsabilidad de conocerlo, dimensionarlo y gestionarlo.
- Transparencia, Actuar de manera abierta, honesta y correcta con tus compañeros y clientes y brindarles información confiable para establecer con ellos relaciones duraderas.
- Disposición al cambio, Tener una actitud positiva para promover y adoptar los cambios y mejores prácticas.
- Disciplina, Ser ordenado y estructurado para aplicar consistentemente los procesos y modelos de trabajo establecidos.

2.2.2.4. Estructura organizacional

Figura N° 2: Estructura organizacional BCP



Fuente: Informe de Responsabilidad Social de Empresarial 2019 del Banco de Crédito de Bolivia S.A., pág. 18.

2.2.3. Productos y servicios

Cuadro N° 3: Productos y servicios BCP

	Banca minorista	Banca empresas
Productos del activo	Tarjeta de crédito y débito Crédito hipotecario de vivienda social Crédito hipotecario Crédito vehicular Crédito personal Crédito negocios - capital de trabajo Crédito negocios - activo fijo Créditos comerciales Microcréditos Cuenta corriente Boletas de garantía	Créditos comerciales Tarjetas VISA empresarial Boletas de garantía
Productos del pasivo	Cuentas de ahorro Cuentas a plazo fijo	Cuentas corrientes Cuentas de ahorro Cuentas a plazo fijo
Servicios	Seguros Banca por internet Agentes BCP	Recaudaciones Credinet web Pago a proveedores Débito automático Factura electrónica Comercio exterior Pago de haberes
Servicios de tesorería y cambio	Plataforma Forex Transferencias Compra y venta de monedas Forwards de tipo de cambio Administración de tesorería	

Fuente: Elaboración propia en base a datos del “Informe de Responsabilidad Social de Empresarial 2019” del Banco de Crédito de Bolivia S.A., pág. 11.

2.2.4. Cartera de microcréditos

- Microcrédito Capital de Trabajo y Activo Fijo
- Microcrédito de Libre Disponibilidad
- Microcrédito Mejoramiento de Vivienda.

2.2.4.1. Microcrédito capital de trabajo y activo fijo

El Fondo de Garantía de Créditos para el Sector Productivo está destinado a garantizar operaciones de microcrédito y de crédito PyME para capital de operaciones y/o capital de inversión. En 2019, 3,183 clientes accedieron a créditos productivos para mejorar sus ingresos y de sus familias por un valor de \$us.- 998,424 millones.

Cuadro N° 4: Destino microcrédito BCP

Capital de Trabajo	Activo Fijo
Comprar materia prima. Comprar mercadería. Aumentar tus ventas en épocas festivas	Comprar maquinaria. Adquirir equipos. Obtener vehículos destinados a apoyar la actividad de tu negocio. Comprar tu local comercial. Refaccionar, ampliar y/o remodelar tu local comercial. Anticréticos para tu local comercial.

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la página web www.bcp.com.bo, (2018).

Cuadro N° 5: Características microcrédito BCP

Capital de Trabajo	Activo Fijo
Monto: Desde Bs. 35.000 hasta Bs. 1.050.000 o su equivalente en dólares. Plazo: Hasta 36 meses según corresponda. Garantías: A sola firma (hasta Bs. 350.000 o su equivalente en dólares). Hipotecaria	Monto: Desde Bs. 105.000 hasta Bs. 2.100.000 o su equivalente en dólares. Plazo: Hasta 12 años plazo según corresponda. Garantías: Hipotecaria.

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la página web www.bcp.com.bo, (2018).

Cuadro N° 6: Requisitos microcrédito BCP

Capital de Trabajo - Activo Fijo
<ul style="list-style-type: none">• Antigüedad mínima del negocio: 12 meses (respaldar).• Ventas de US\$ 30.000 a US\$ 1.000.000 (respaldar).• Llenar el formulario de Solicitud de Crédito.• Adjuntar fotocopias de:<ul style="list-style-type: none">- C.I. de solicitante y cónyuge.- Respaldo del patrimonio declarado.- NIT del negocio (si corresponde).- Últimos 3 meses de pago del IVA (si corresponde).• Llenar formulario de Declaración de Salud (para créditos mayores a Bs. 700.000 o su equivalente en dólares).• Presentar croquis de domicilio y negocio (respaldar con factura de luz)

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la página web www.bcp.com.bo, (2018).

2.2.4.2. Microcrédito libre disponibilidad

El crédito es de libre disponibilidad del cliente, es decir que cuenta con un plan libre, se refiere a la libre disponibilidad de dinero donde y cuando el cliente lo necesite.

2.2.4.3. Microcrédito vivienda social

El objetivo del crédito de vivienda de interés social es que todas las entidades financieras reguladas por la ASFI otorguen el financiamiento destinado a satisfacer las necesidades de las personas de menores ingresos, estableciéndose tasas piso y tasas techo de interés anual, que oscilan entre los 5,5% y 6,5%, establecida a partir del valor comercial de la vivienda que debe estar en un rango de 80.000 y 144.000 dólares.

2.2.5. Tasas de Interés microcrédito

Cuadro N° 7: Tasas de Interés microcrédito BCP

Detalle	Tasas
Microcrédito (Tasa fija)	27,00%
Sector Productivo- Micro Empresa No incluyen el costo de seguros, formularios ni ningún otro recargo	11.50%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la página web www.bcp.com.bo, (2018).

2.3. Estudios previos del objeto de estudio

2.3.1. Estudios previos a nivel internacional

“Los microcréditos: un nuevo instrumento de financiación para luchar contra la pobreza” es una investigación desarrollada por Maricruz Lacalle Calderón en el año 2006

Es un artículo donde realiza un análisis para validar a los microcréditos como instrumento para reducir los niveles de pobreza en el mundo, la conclusión a la que llego es que a nivel agregado todavía no se ha conseguido demostrar que los programas de microcréditos tengan alguna influencia sobre la tasa de crecimiento nacional, es preciso reconocer que dicha realidad no disminuye la importancia que los mismos poseen en su labor de reducción de la pobreza.

Los microcréditos se han convertido en una popular aunque controvertida herramienta para permitir el desarrollo de millones de personas.

2.3.2. Estudios previos a nivel nacional

“Impacto del microcrédito en el mercado central de Tarija”, es un artículo de investigación desarrollada por Ana Marcela Rivera Perales y Jaime Rodrigo Cardozo Romero el año 2019 en la Universidad Católica Boliviana "San Pablo".

La conclusión a la que se llega tras la investigación evidencia que el microcrédito ha tenido un impacto que va más allá del destino principal que es mejorar las condiciones de los negocios o puestos de venta, el hecho que hayan podido también mejorar las condiciones de sus hogares para brindar una mejor calidad de vida a sus familias, muestra que se ha

logrado un bienestar en dos lugares fundamentales en la vida de cualquier persona, lugar de trabajo y lugar de vivienda.

De acuerdo a Yujra (2018) la influencia del microcrédito en el crecimiento económico: un enfoque regional interno”, es un análisis desarrollada por Ignacio Garrón Vedia y Martín Villegas Tufiño, analistas financieros sénior del Banco Central de Bolivia, en el año 2014. El objetivo del estudio es determinar el impacto de la profundización del microcrédito en el crecimiento económico desde un punto de vista regional, es decir, a nivel de los departamentos que conforman Bolivia. A la conclusión a la que llegan es que en el país existe evidencia sobre la contribución positiva de la profundización del microcrédito sobre el desarrollo económico departamental.

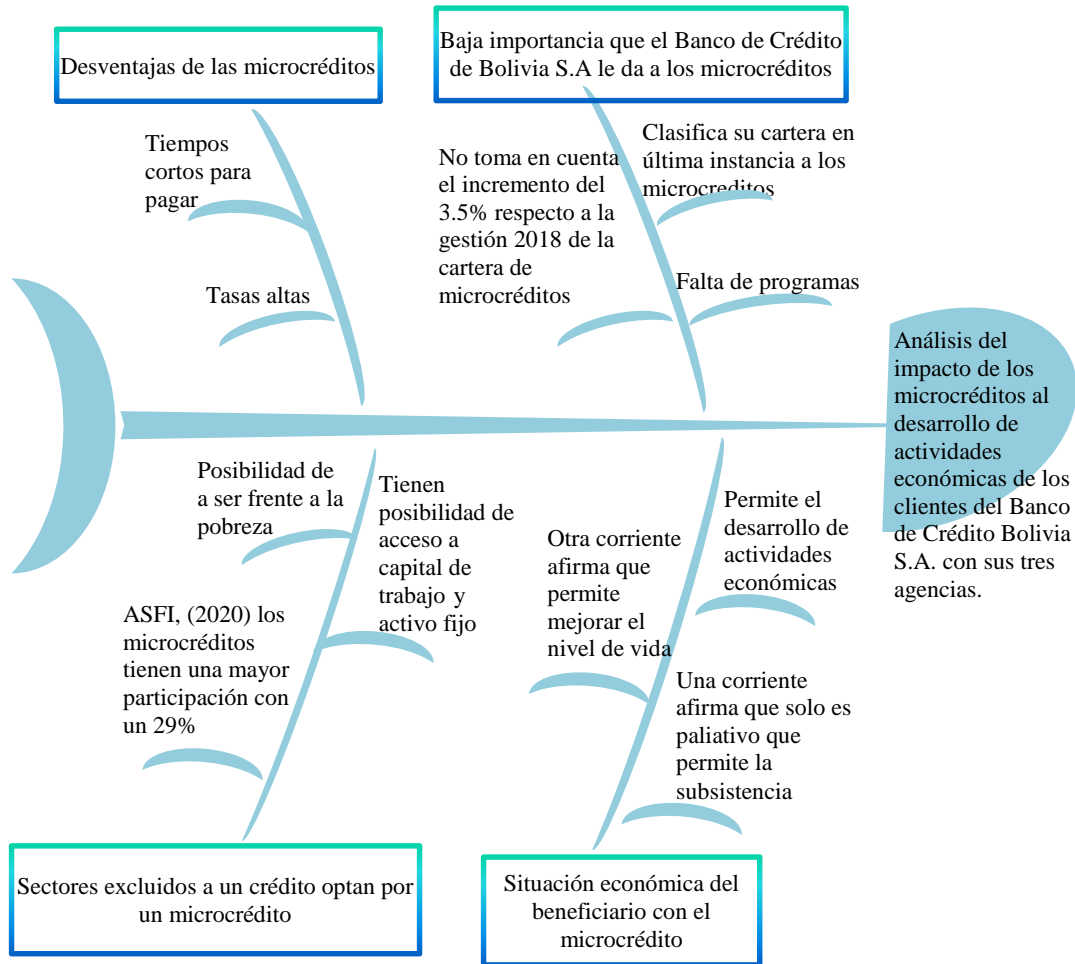
El acceso al crédito es fundamental para el nacimiento, desarrollo y subsistencia de toda unidad económica productiva. No obstante, muchas microempresas enfrentan limitaciones para el acceso al crédito, lo cual se convierte en un factor de exclusión financiera. Al igual que en muchos países de Latinoamérica, las entidades especializadas en micro finanzas posibilitaron el acceso al crédito de sectores que antes se encontraban excluidos. Sobre el tema, existen opiniones encontradas respecto al efecto del desarrollo del microcrédito sobre el bienestar económico sostenible. Por una parte se señala que las microfinanzas ayudan a erradicar la pobreza, y otra corriente señala que el microcrédito no ayuda a las personas a salir de la pobreza y que es tan sólo un paliativo que permite su subsistencia.

En este sentido, el objetivo del estudio es determinar el impacto del microcrédito en el crecimiento económico de la ciudad más joven de Bolivia, la ciudad de El Alto, Para este cometido se aplicó una estimación de datos, que relaciona el crecimiento per cápita regional y la presencia de microcréditos en la región. Mediante los resultados se mostró que si existe una relación positiva entre el crecimiento del PIB per cápita y la otorgación del microcrédito porque mediante el recojo de información se logró evidenciar que muchos microempresarios acceden y mejoran su calidad de vida gracias al microcrédito

lo cual explicaría que la expansión de las entidades especializadas en micro finanzas tuvo un importante aporte en la ilustración del crecimiento económico de la región.

2.4. Diagnóstico del problema

Figura N° 3: Diagrama de Ishikawa



Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO 3

DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Universo o Población de Estudio

Se define a la población como “el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”.

Para la determinación de la población se tiene a los clientes que cuentan con un microcrédito en el Banco de Crédito de Bolivia S.A., específicamente en una agencia de negocios, para lo cual se escoge a la Agencia Central La Paz por ubicación; otra del barrio de la ciudad de La Paz y posteriormente de la Zona Sur.

Para lo cual se tiene, Agencia Central La Paz con una población de 1633 clientes, Agencia Villa Fátima con 1322 clientes y la Agencia San Miguel con 790 clientes, haciendo un total de 3745 de población, datos de acuerdo al Informe de Responsabilidad Social de Empresarial del primer semestre de la gestión 2020 del Banco de Crédito de Bolivia S.A.

3.2. Determinación del tamaño y diseño de la Muestra

Para Hernandez et al 2014 la muestra no probabilística es: “Muestra no probabilística o dirigida Subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación.”

Para la determinación de la muestra se utiliza la fórmula de Fisher y Navarro.

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

3.2.1. Cálculo del tamaño de la muestra (muestreo simple y sistemático) para la Agencia Central La Paz

El tamaño de la muestra para la Agencia Central La Paz se obtiene de acuerdo al total de la población el cual asciende a 1633 clientes.

Dónde:

n : Tamaño de muestra

z : Valor que depende del nivel de confianza, si es 95%. $Z = 1,96$

e : Error estimado en la encuesta (0,05)

p : Probabilidad de éxito. (0,95)

q : Probabilidad de fracaso (0,5)

N : Tamaño de la población 1633

$$n = \frac{1.96^2 * 0.95 * 0.5 * 1633}{0.05^2(1633 - 1) + 1.96^2 * 0.95 * 0.5} = 312$$

La muestra involucrada para la Agencia de Central La Paz es de 312 clientes.

3.2.2. Cálculo del tamaño de la muestra (muestreo simple y sistemático) para la Agencia Villa Fátima

El tamaño de la muestra para la Agencia Villa Fátima se obtiene de acuerdo al total de la población el cual asciende a 1322 clientes.

Dónde:

n : Tamaño de muestra

z : Valor que depende del nivel de confianza, si es 95%. $Z = 1,96$

e : Error estimado en la encuesta (0,05)

p : Probabilidad de éxito. (0,95)

q : Probabilidad de fracaso (0,5)

N : Tamaño de la población 1322

$$n = \frac{1.96^2 * 0.95 * 0.5 * 1322}{0.05^2(1322 - 1) + 1.96^2 * 0.95 * 0.5} = 298$$

La muestra involucrada para la Agencia de Villa Fátima de la ciudad de La Paz es de 298 clientes.

3.2.3. Cálculo del tamaño de la muestra (muestreo simple y sistemático) para la Agencia San Miguel

El tamaño de la muestra para la Agencia San Miguel se obtiene de acuerdo al total de la población el cual asciende a 790 clientes.

Dónde:

n : Tamaño de muestra

z : Valor que depende del nivel de confianza, si es 95%. $Z = 1,96$

e : Error estimado en la encuesta (0,05)

p : Probabilidad de éxito. (0,95)

q : Probabilidad de fracaso (0,5)

N : Tamaño de la población 790

$$n = \frac{1.96^2 * 0.95 * 0.5 * 790}{0.05^2(790 - 1) + 1.96^2 * 0.95 * 0.5} = 259$$

La muestra involucrada para la Agencia de San Miguel de la ciudad de La Paz es de 259 clientes.

Por tanto, acorde a las tres agencias Central La Paz, Villa Fátima y San Miguel del Banco de Crédito de Bolivia S.A., se determina que se tiene una muestra de **869** clientes con préstamos en microcréditos, los cuales serán encuestados.

3.3. Selección de métodos y técnicas.

El método del presente trabajo es deductivo ya que ira de lo general a lo particular, es decir que se realizara un análisis del contexto del microcrédito en el país, posteriormente el análisis de las cartera de créditos de la entidad y finalmente el análisis del impacto del microcrédito sobre las familias con respecto al financiamiento y desarrollo de sus actividades y mejoramiento de calidad de vida.

En consecuencia, la indagación científica no puede efectuarse sólo por medio del razonamiento deductivo, pues es difícil establecer la verdad universal de muchos enunciados que tratan de fenómenos científicos. El razonamiento deductivo puede organizar lo que ya se conoce y señalar nuevas relaciones conforme pasa de lo general a lo específico, pero sin que llegue a constituir una fuente de verdades nuevas.

El enfoque del presente trabajo de investigación es cuantitativa y cualitativa, el cual puede aplicarse conjuntamente, según las exigencias de la situación investigadora, si bien, aunque se pueden utilizar cualesquiera de los métodos, la animación sociocultural para el estudio de la realidad tenderá a optar por planteamientos de carácter más observacional que experimental, la ciencia se vale de ambos métodos, pues le proporcionan una visión más amplia de la realidad. Esto significa que, como antes decíamos, se complementan.

Asimismo, lo cualitativo extraerá significados de los datos y no necesitara reducirlos a números ni analizarlos estadísticamente (aunque el conteo puede utilizarse en el análisis).

3.4. Instrumentos de Relevamiento de Información

El instrumento a utilizar son:

- Datos proporcionados por la Autoridad de Supervisión de Sistema Financiero ASFI.

- Encuestas realizadas a los clientes de la Agencia Central La Paz, Agencia Villa Fátima y la Agencia San Miguel del “Banco de Crédito de Bolivia S.A.” de la ciudad de La Paz.

La encuesta nos permitirá conocer las respuestas de los clientes con respecto al uso de los microcréditos en financiamiento de sus actividades y el mejoramiento de su calidad de vida, por lo que se realizara preguntas mediante una encuesta.

CAPÍTULO 4

RESULTADOS

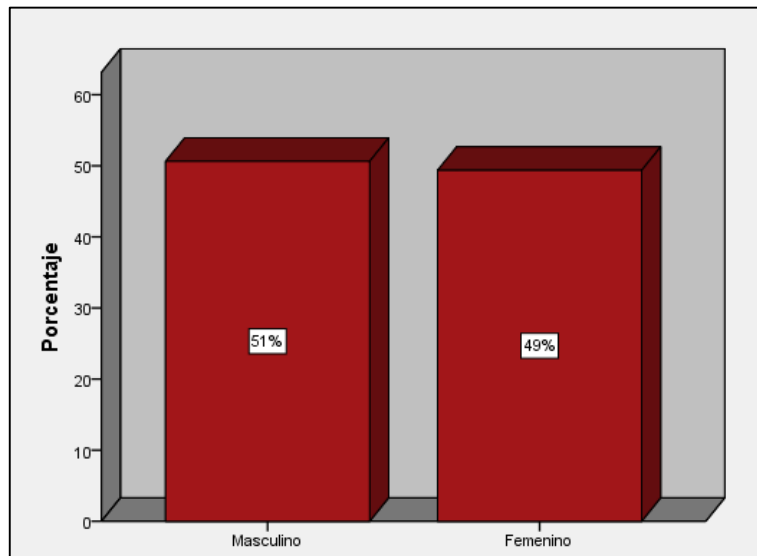
A continuación se presentan los resultados considerando la metodología de investigación:

4.1. Análisis Univariado

¿Cuál es su sexo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	440	50,6	50,6	50,6
	Femenino	429	49,4	49,4	100,0
	Total	869	100,0	100,0	

Gráfico N° 1 ¿Cuál es su sexo?



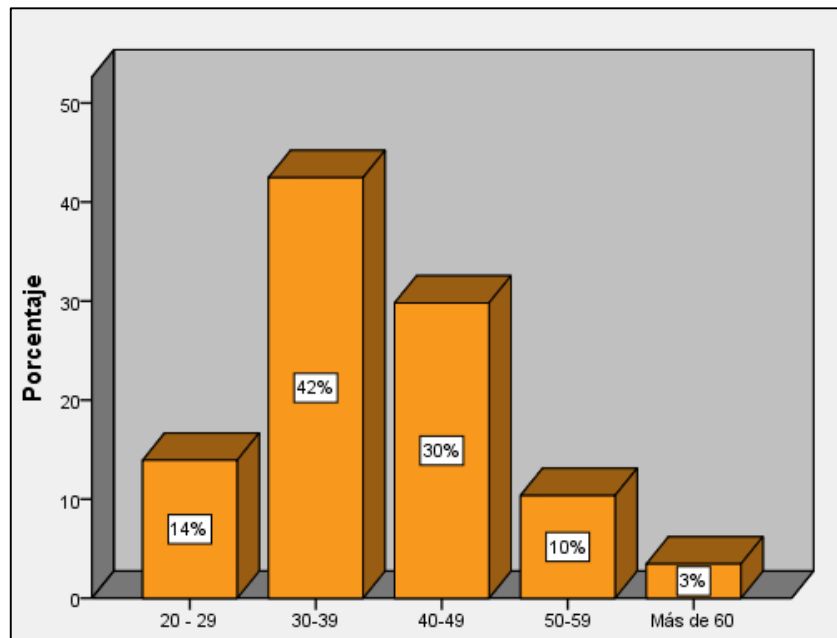
Fuente: Elaboración propia

En el gráfico anterior se presenta los resultados de genero de los encuestados, donde el 51 % de los encuestados son del género masculino, y el 49% de encuestadas son del género femenino; en los resultados se encuentra una brecha de diferencia del 2% aproximadamente la cual no es tan distante, en ese sentido la encuesta aplicada no tuvo mucha diferencia en cuanto al género.

Indique al grupo de edad que pertenece

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	20 - 29	121	13,9	13,9	13,9
	30-39	369	42,5	42,5	56,4
	40-49	259	29,8	29,8	86,2
	50-59	90	10,4	10,4	96,5
	Más de 60	30	3,5	3,5	100,0
	Total	869	100,0	100,0	

Gráfico N° 2 Indique el grupo de edad al que pertenece



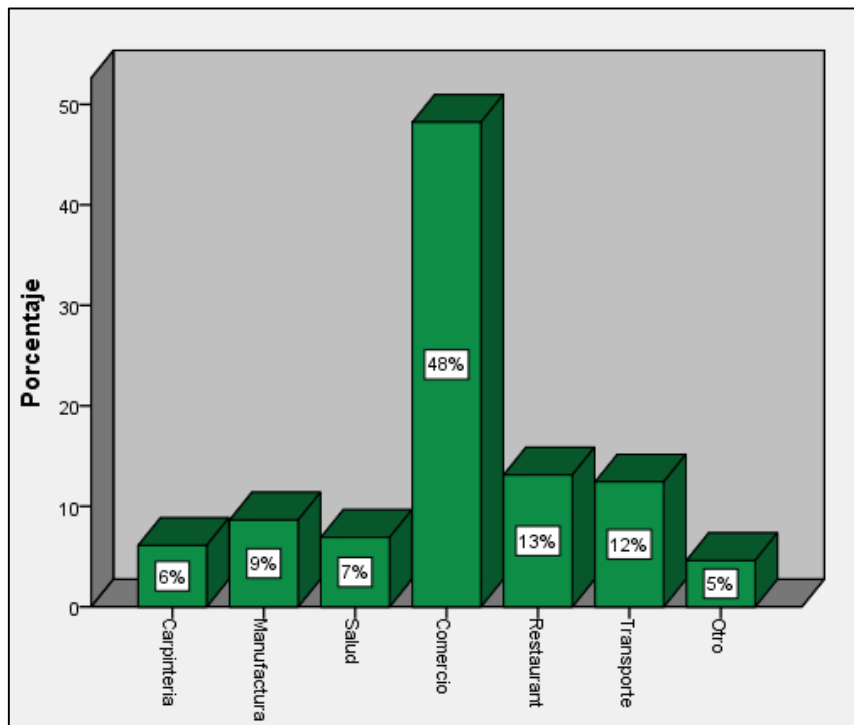
Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica anterior se presentan el grupo de edad de los encuestados, donde se observa que el 42% pertenecen al rango de edad de 30 a 39 años, el 30% de los encuestados pertenecen al rango de edad comprendido de 40 a 49 años, el 14% de los encuestados pertenecen al rango de edad de 20 a 29 años, el 10% de los encuestados pertenecen al rango de edad comprendido entre 50 a 59 años, y el 3% de los encuestados pertenecen a la edad de más de 60 años.

¿A qué sector económico pertenece?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Carpintería	53	6,1	6,1	6,1
	Manufactura	75	8,6	8,6	14,7
	Salud	60	6,9	6,9	21,6
	Comercio	419	48,2	48,2	69,9
	Restaurant	114	13,1	13,1	83,0
	Transporte	108	12,4	12,4	95,4
	Otro	40	4,6	4,6	100,0
	Total	869	100,0	100,0	

Gráfico N° 3 ¿A qué sector económico pertenece?



Fuente: Elaboración propia.

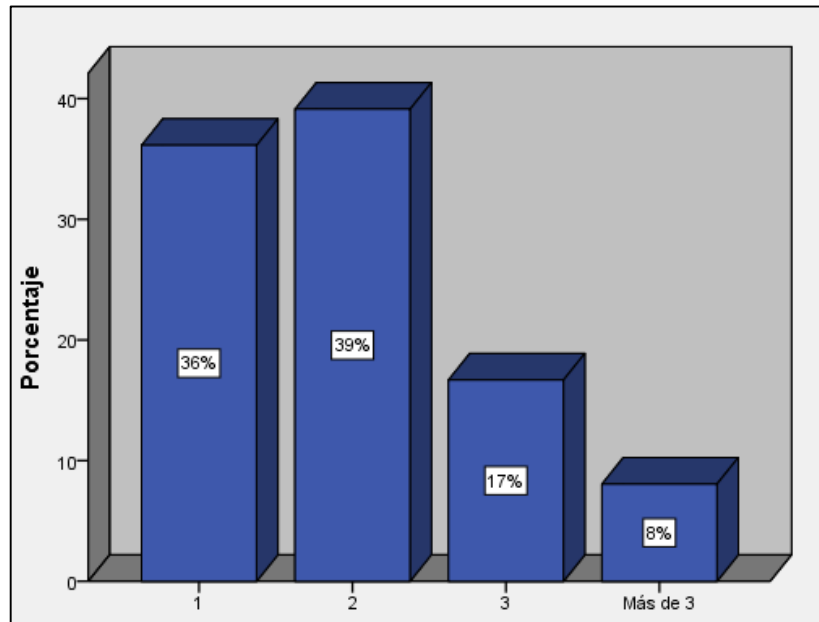
En la gráfica anterior se presenta el sector económico al que pertenecen los encuestados, el 48% pertenece al comercio, el 13% pertenece a restaurantes, el 12% pertenece a

transporte, el 9% pertenece a manufacturas, el 7% pertenece a salud, el 6% pertenece a carpintería y el 5% pertenece a otro.

¿Cuántos créditos fueron aprobados para su actividad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	314	36,1	36,1	36,1
	2	340	39,1	39,1	75,3
	3	145	16,7	16,7	91,9
	Más de 3	70	8,1	8,1	100,0
	Total	869	100,0	100,0	

Gráfico N° 4 ¿Cuántos créditos fueron aprobados para su actividad?



Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica anterior se presenta el número de créditos que les fue aprobados para la actividad de los encuestados, el 39% de los encuestados manifestaron que les aprobaron 2 créditos, el 36% manifestó que se les aprobó 1 crédito, el 17% manifestó que se les

aprobó 3 créditos, y el 8% de los encuestados manifestaron que se les aprobó más de 3 créditos.

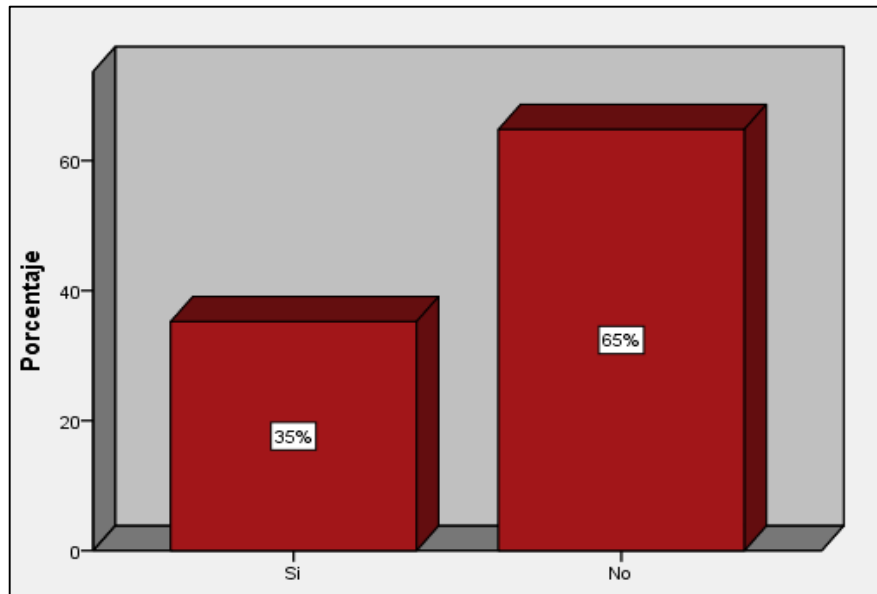
De acuerdo a las normas establecida por la ASFI, las entidades bancarias pueden otorgar más de 1 crédito siempre y cuando el cliente no tenga mora y pueda sustentar con capital ya sea sueldo fijo, ingresos altos en caso de ser independientes o bienes inmuebles que permitan realizar el pago de manera consecuyente y este no entre en mora y en el sistema de mora a nivel nacional.

Además de que la institución tiene una calificación para sus clientes de microcrédito, donde los que son clientes pueden acceder a más de un crédito debido a que estos pagan a tiempo las cuotas establecidas en el plan de pagos que se les otorga al momento del inicio del préstamo.

¿Se financia con alguna otra entidad de intermediación financiera, además del Banco de Crédito de Bolivia S.A.?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	306	35,2	35,2	35,2
	No	563	64,8	64,8	100,0
	Total	869	100,0	100,0	

Gráfico N° 5 ¿Se financia con alguna otra entidad de intermediación financiera además del Banco de Crédito de Bolivia S.A?



Fuente: Elaboración propia.

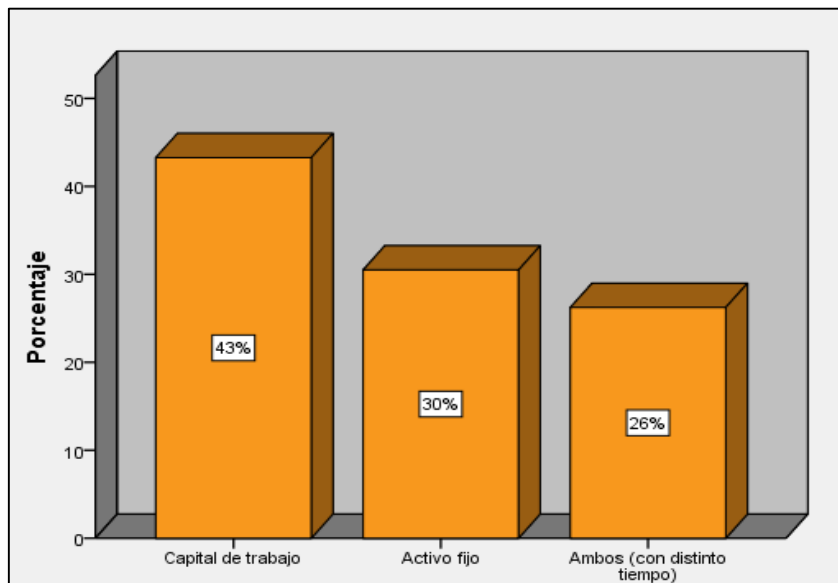
En la gráfica anterior se presenta el resultado de los encuestados si se financian con otras entidades de intermediación financiera además del Banco de Crédito de Bolivia S.A., se observa que el 65% no se financia con otra entidad de intermediación financiera y el 35% si se financia con otras entidades de intermediación financieras.

Según la ASFI esto es debido a la posibilidad de pago que pueden tener los clientes al momento de solicitar el préstamo, además de ver el historial crediticio que estos poseen. Por este motivo existen clientes que tienen deudas crediticias en otras entidades financieras.

El crédito otorgado por el Banco de Crédito de Bolivia S.A tuvo como fin:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Capital de trabajo	376	43,3	43,3	43,3
	Activo fijo	265	30,5	30,5	73,8
	Ambos (con distinto tiempo)	228	26,2	26,2	100,0
	Total	869	100,0	100,0	

Gráfico N° 6 El crédito otorgado por el Banco de Crédito de Bolivia S.A. tuvo como fin:



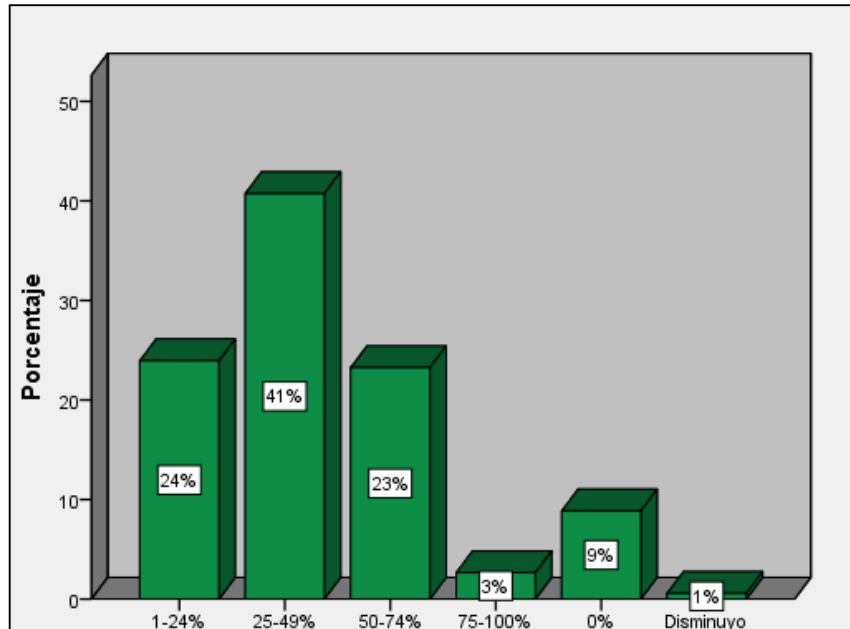
Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico anterior se presenta el fin del crédito, se observa que el 43,3% de los encuestados manifestaron que el crédito fue para capital de trabajo, el 30,5% manifestaron que el crédito tuvo como activo fijo, y el 26,2% manifestaron que el crédito fue para ambos en distinto tiempo.

En porcentaje ¿Cuánto aumento su capital? Después del crédito

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1-24%	208	23,9	23,9	23,9
	25-49%	354	40,7	40,7	64,7
	50-74%	202	23,2	23,2	87,9
	75-100%	23	2,6	2,6	90,6
	0%	77	8,9	8,9	99,4
	Disminuyo	5	,6	,6	100,0
	Total	869	100,0	100,0	

Gráfico N° 7 En porcentaje ¿Cuánto aumenta su capital? Después del crédito



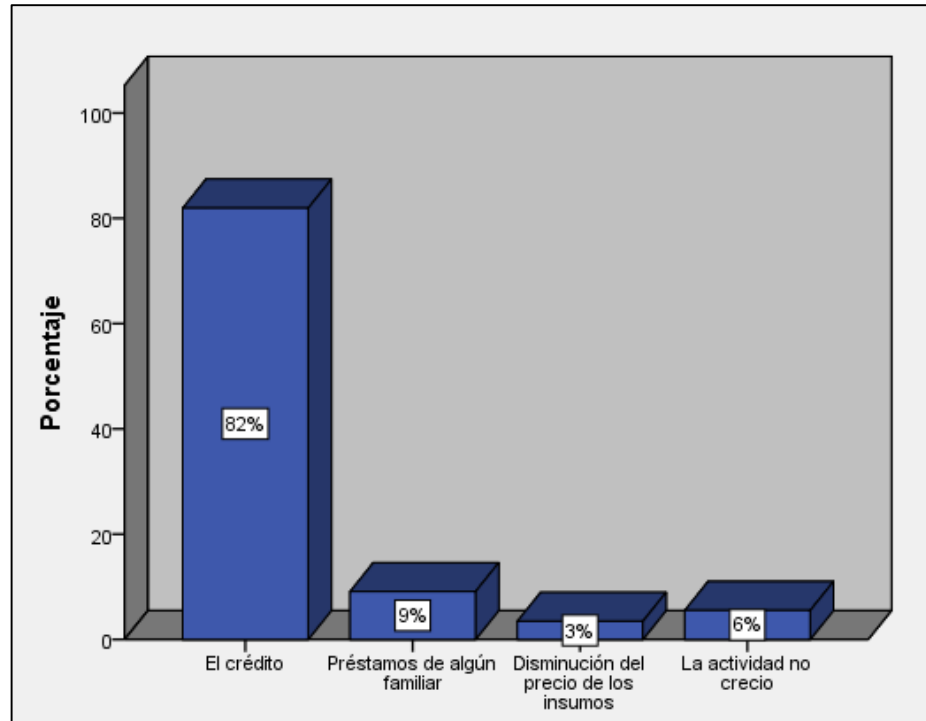
Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica se presenta el aumento de capital después del crédito, se observa que el 41% de los encuestados manifestaron que su capital creció entre 25 – 49%, el 24% de los encuestados manifestaron que su capital creció entre 10 -24%, el 23% de los encuestados manifestaron que su capital creció entre 50-74%, el 9% manifestó que no creció su capital (0%), el 3% manifestó que su capital creció entre 75-100% y finalmente en 1% indica que disminuyo.

¿Qué factores influyeron en el crecimiento de su actividad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	El crédito	712	81,9	81,9	81,9
	Préstamos de algún familiar	79	9,1	9,1	91,0
	Disminución del precio de los insumos	30	3,5	3,5	94,5
	La actividad no creció	48	5,5	5,5	100,0
	Total	869	100,0	100,0	

Gráfico N° 8 ¿Qué factores influyeron en el crecimiento de su actividad?



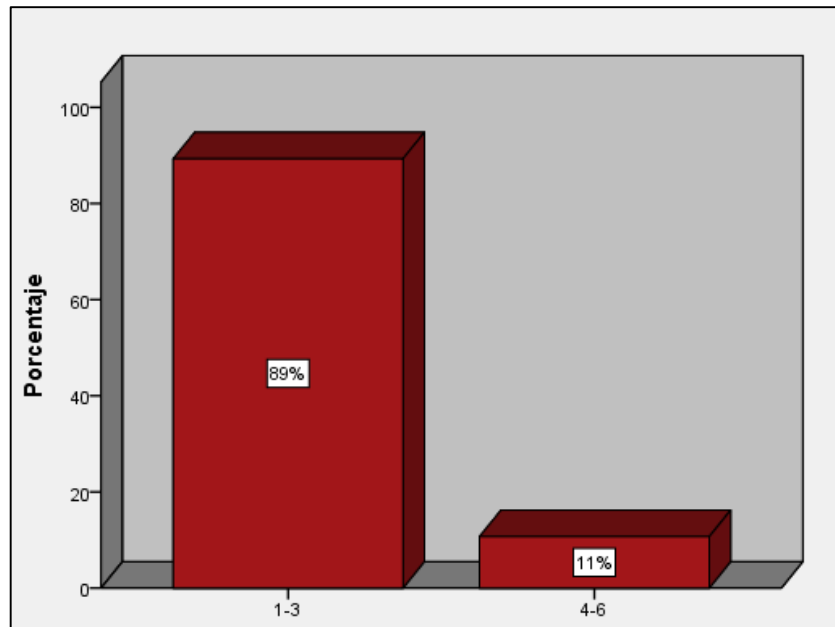
Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica expuesta se presentan los factores de crecimiento de la actividad de los encuestados, se observa que el 82% manifiesta que el factor que influye en el crecimiento de su actividad es el crédito, el 9% de los encuestados manifestaron que el crecimiento de su actividad se debe al prestamos de algún familiar, el 6% manifiesta que el crecimiento de la actividad se debe a la disminución del precio de los insumos y el 3% manifiesta que su actividad no creció.

¿Cuál era el número de personal contratado antes del crédito?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1-3	776	89,3	89,3	89,3
	4-6	93	10,7	10,7	100,0
	Total	869	100,0	100,0	

Gráfico N° 9 ¿Cuál era el número de personal contratado antes del crédito?



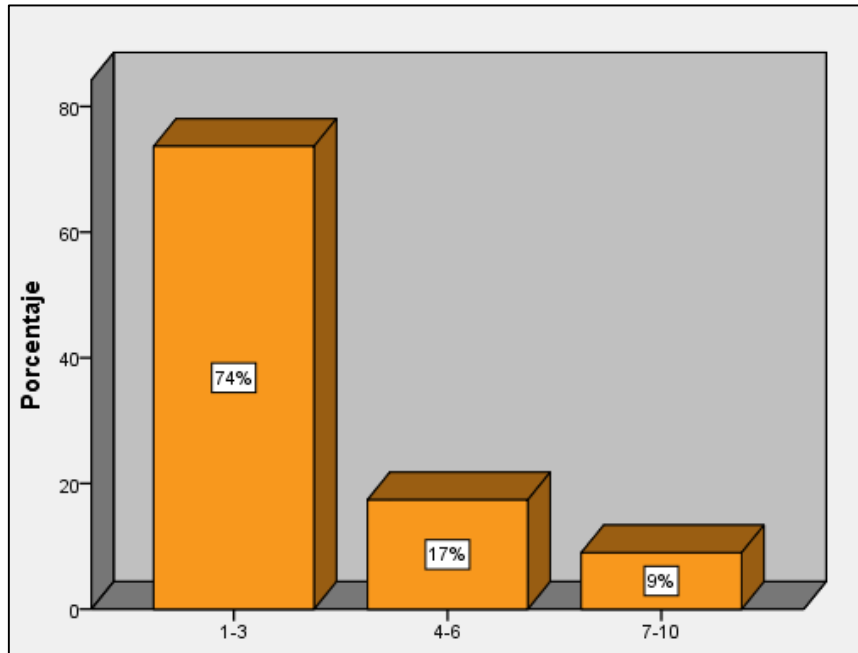
Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica anterior se presenta el número de personas contratadas en la actividad económica de los encuestados, en la misma se observa que el 89% manifiesta que de 1– 3 personas, y el 11% manifiesta que de 4 - 6 personas.

¿Cuál es el número de personal contratado después del crédito?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1-3	640	73,6	73,6	73,6
	4-6	151	17,4	17,4	91,0
	7-10	78	9,0	9,0	100,0
	Total	869	100,0	100,0	

Gráfico N° 10 ¿Cuál es el número de personal contratado después del crédito?



Fuente: Elaboración propia.

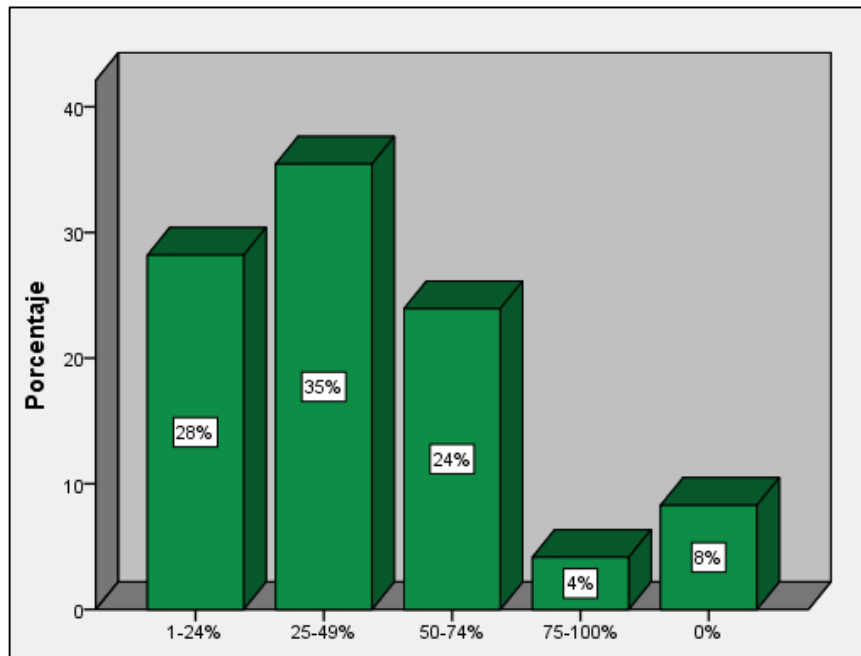
En la gráfica se presenta el número de personal contratado después del crédito de las actividades económicas de los encuestados, el 74% de los encuestados manifiesta que tienen de 1 – 3 personas, el 17% de los encuestados manifiestan que tienen de 4 – 6 personas, y 9% manifiestan que tienen de 7 – 10 personas.

Después de obtener el crédito para capital de trabajo permite el incremento de personal, u obtener personal más especializado y capacitado para elaborar las tareas correspondientes. (americas, 2021)

En porcentaje ¿Cuánto aumentó su venta? Después del crédito

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1-24%	245	28,2	28,2	28,2
	25-49%	308	35,4	35,4	63,6
	50-74%	208	23,9	23,9	87,6
	75-100%	36	4,1	4,1	91,7
	0%	72	8,3	8,3	100,0
	Total	869	100,0	100,0	

Gráfico N° 11 En porcentaje ¿Cuánto aumentó su venta? Después del crédito



Fuente: Elaboración propia.

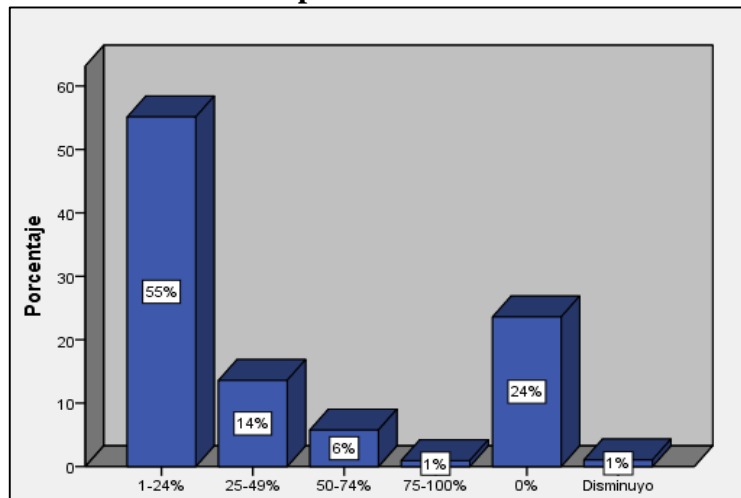
En la gráfica se presenta el aumento de la venta después del crédito, se observa que el 35% manifiesta que su actividad tuvo aumento de su venta de 25 – 49%, el 28% manifiesta que tuvo aumento de su venta de 10 – 24%, el 24% manifestó que su actividad tuvo aumento de su venta de 50 – 74%, el 9% manifestó que su actividad no aumento su venta (0%), y el 4% manifiesta que su venta creció de 75 – 100%.

El crédito por lo general permite el incremento de mercadería para aquellas empresas comerciales, e incremento de producción para aquellas empresas industriales, mismo que permite el incremento de los ingresos por medio del incremento de las ventas debido al incremento en stock que estos poseen y la variedad de productos que pueden ofrecer al cliente final (Kotler, 2012)

En porcentaje ¿Cuánto disminuyó el costo de producción unitario? Después del crédito

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1-24%	479	55,1	55,1	55,1
	25-49%	118	13,6	13,6	68,7
	50-74%	50	5,8	5,8	74,5
	75-100%	8	,9	,9	75,4
	0%	205	23,6	23,6	99,0
	Disminuyo	9	1,0	1,0	100,0
	Total	869	100,0	100,0	

Gráfico N° 12 En porcentaje ¿Cuánto disminuyó el costo de producción unitario? Después del crédito



Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica se presenta, cuanto disminuyó el costo de producción unitario después del crédito, el 55% de los encuestados manifiesta que el costo unitario disminuyó de 10 – 24%, el 24% manifiesta que no disminuyó el costo de producción de su costo unitario (0%), el 14% de los encuestados manifiestan que disminuyo de 25 - 49% el costo unitario

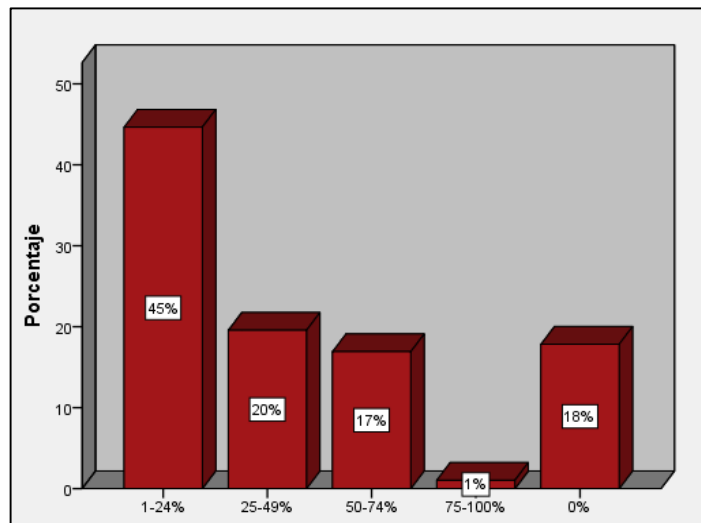
de producción, el 6% de los encuestados manifiestan que disminuyó de 50 – 74% el costo unitario de producción, y el 1% de los encuestados manifiestan que disminuyó el costo unitario de producción, por último en el 1% indica de 75 a 100%.

La reducción de los costos unitarios, según (Aquilano, 2015) indica que a medida que se incrementa la cantidad de producción el costo unitario disminuye esto debido a las economías de escala, donde indica que los costos de producción son divididas en la cantidad producida.

En porcentaje ¿Cuánto aumentó su ahorro? Después del crédito

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1-24%	241	27,7	27,7	27,7
	25-49%	310	35,7	35,7	63,4
	50-74%	218	25,1	25,1	88,5
	0%	90	10,4	10,4	98,8
	Disminuyo	10	1,2	1,2	100,0
	Total	869	100,0	100,0	

Gráfico N° 13 En porcentaje ¿Cuánto aumentó su cantidad de producción?



Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica anterior se presenta el aumento de la producción de las actividades económicas de los encuestados, se observa que el 45% de los encuestados manifiestan que

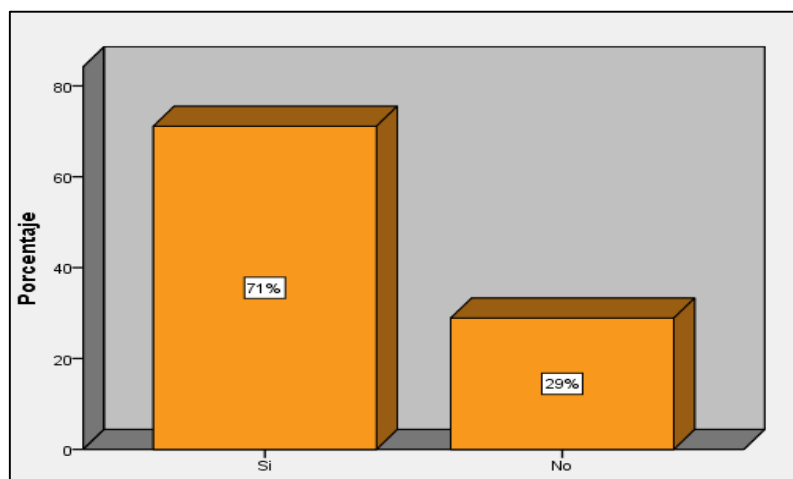
la cantidad la cantidad de ahorro incremento de 10 – 24%, el 20% manifiesta que la cantidad de ahorro incremento de 25 – 49%, el 18% manifiesta que la cantidad de producción no aumentó (0%), el 17% manifiesta que la cantidad de ahorro aumentó de 50 – 75% y solo en 1% aumento de 75 a 100%.

Debido al incremento de las ventas y la reducción de los costos unitarios de producción, los ingresos incrementaron, lo que permite a los clientes generar mayor ahorro, mismo que permitirá cubrir las deudas tanto con el banco como con terceros, además, de generar reinversión dentro la empresa. (americas, 2021)

¿Diversifico su producto o servicio? Después del crédito

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	618	71,1	71,1	71,1
	No	251	28,9	28,9	100,0
	Total	869	100,0	100,0	

Gráfico N° 14 ¿Diversificó su producto o servicio? Después del crédito



Fuente: Elaboración propia.

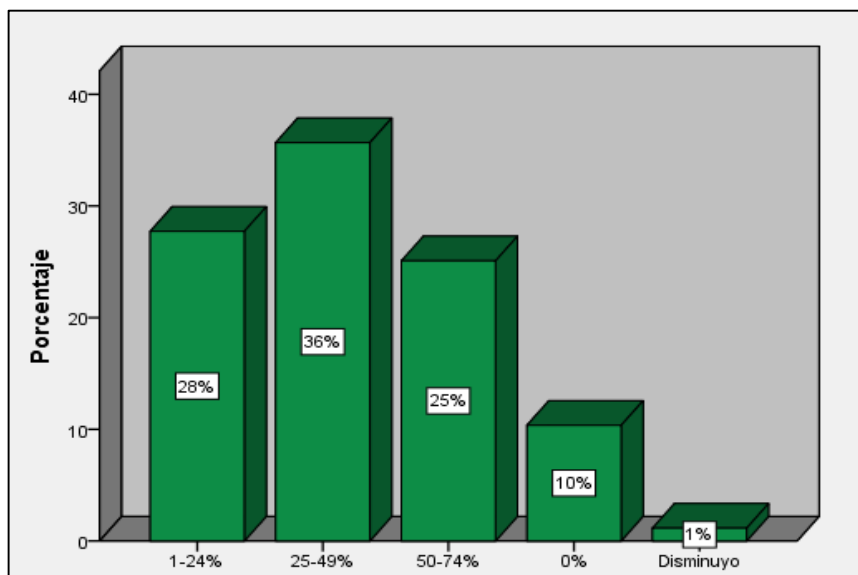
En la gráfica anterior se presenta si los encuestados diversificaron su producto o servicio de su actividad económica, se observa que el 71% manifiesta que, si diversificó su producto, y el 29% manifiesta que no diversificó su producto.

Debido a que los préstamos que se realizan a los clientes tienen como objetivo la reinversión dentro la empresa misma que permite la diversificación de productos o servicios que ofrecen al mercado. Sin embargo, no siempre estos créditos tienen este objetivo. (correa, 2021)

En porcentaje ¿Cuánto aumentó su ahorro? Después del crédito

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1-24%	241	27,7	27,7	27,7
	25-49%	310	35,7	35,7	63,4
	50-74%	218	25,1	25,1	88,5
	0%	90	10,4	10,4	98,8
	Disminuyo	10	1,2	1,2	100,0
	Total	869	100,0	100,0	

Gráfico N° 15 En porcentaje ¿Cuánto aumentó su ahorro? Después del crédito

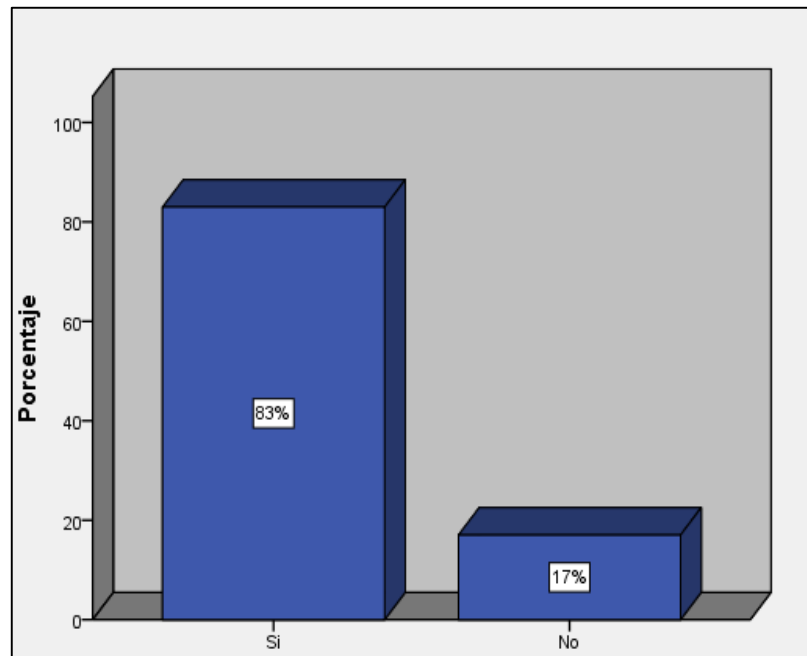


Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica anterior se presenta el aumento de ahorro de los encuestados después del crédito, se observa que el 36% de los encuestados aumentaron su ahorro de 25 – 49%, el 28% de los encuestados aumentaron su ahorro de 10 – 24%, el 25% de los encuestados aumentaron su ahorro de 50 – 74%, el 10% de los encuestados manifiestan que no aumentó su ahorro (0%), y el 1% manifiesta que sus ahorros disminuyeron.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	721	83,0	83,0	83,0
	No	148	17,0	17,0	100,0
	Total	869	100,0	100,0	

Gráfico N° 16 ¿Considera que mejoro su calidad de vida? Después del crédito



Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica anterior se presentan los resultados de que, si los encuestados mejoraron o no su calidad de vida después del crédito, se observa que el 83% de los encuestados si consideran que mejoro su calidad de vida, el 17% no considera que mejoro su calidad de vida después del crédito.

Debido al incremento de los ingresos, ventas, reducción de costos, permite generar mayor rentabilidad lo que permite que los clientes tengan una mejor calidad de vida. (americas, 2021)

4.2. Análisis Bivariado

A continuación se realiza un análisis bivariado de la información obtenida:

Tabla N° 1 Análisis bivariado entre sexo y el grupo de edad al que pertenece

			ii. Indique al grupo de edad que pertenece					Total
			20 a 29 años	30 a 39 años	40 a 49 años	50 a 59 años	más de 60 años	
¿Cuál es su sexo?	masculino	Recuento % dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	71 16,1%	167 38,0%	134 30,5%	46 10,5%	22 5,0%	440 100,0%
	femenino	Recuento % dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	50 11,7%	202 45,1%	125 29,1%	44 10,37%	8 1,9%	429 100,0%
Total		Recuento % dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	121 13,9%	369 42,5%	259 29,8%	90 10,4%	38 3,5%	869 100,0%

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla anterior se presenta el análisis bivariado entre el sexo de los encuestados y el grupo de edad al que pertenecen.

Se observa que del género masculino la mayoría de los encuestados se encuentra en la edad comprendida entre 30 a 39 años, representando 38.6%, en segundo lugar se encuentran entre la edad comprendida de 40 a 49 años, representado 29.1%. En el caso de las mujeres, la mayoría de las encuestadas se encuentra en la edad comprendida entre 30 a 39 años, representando 45.1%, y en segundo lugar se encuentran entre la edad comprendida entre 40 a 49 años, representando 28.8%. En cuanto al total la mayoría de los encuestados y encuestados se encuentran entre la edad comprendida entre 30 a 39 años.

Tabla N° 2 Análisis bivariado entre género y actividad económica

			¿A qué sector económico pertenece?						Total	
			Carpintería	Manufactura	Salud	Comercio	Restaurant	Transporte		Otro
¿Cuál es su sexo?	Masculino	Recuento	44	46	13	185	35	95	22	440
		% dentro de ¿Cuál es su sexo?	10,0%	10,5%	3,0%	42,0%	8,0%	21,6%	5,0%	100,0%
	Femenino	Recuento	9	29	47	234	79	13	18	429
		% dentro de ¿Cuál es su sexo?	2,1%	6,8%	11,0%	54,5%	18,4%	3,0%	4,2%	100,0%
Total		Recuento	53	75	60	419	114	108	40	869
		% del total	6,1%	8,6%	6,9%	48,2%	13,1%	12,4%	4,6%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla anterior se presenta el género y la actividad económica de los encuestados.

Se observa que en el caso de los clientes masculinos la mayoría tiene la actividad de comercio, representado un 43.3%, en segundo lugar se tiene la actividad de transporte un 21.7%. En el caso de las clientes mujeres la mayor parte de ellas se centra en la actividad de comercio, representado un 54.4%, en segundo lugar se encuentran en restaurantes, representado un 18.5%.

Tabla N° 3 Análisis bivariado entre género y créditos aprobados

			1. ¿cuantos créditos fueron aprobados para su actividad?				Total
			1	2	3	más de 3	
¿Cuál es su sexo?	masculino	Recuento	142	159	99	40	440
		% dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	32,3%	36,1%	22,5%	9,1%	100,0%
	femenino	Recuento	172	181	46	30	429
		% dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	40,1%	42,2%	10,7%	7,0%	100,0%
Total		Recuento	314	340	145	70	869
		% dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	36,1%	39,1%	16,7%	8,1%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

En la anterior tabla se realiza un análisis bivariado entre el género y el número de créditos que fueron aprobados

En la tabla se observa que en el caso de los clientes hombres tuvieron mayormente 2 créditos aprobados, que representan el 36.8%, en segundo lugar tuvieron 1 crédito aprobado representan 28.2%. En el caso de las clientes mujeres en su mayoría fueron aprobados 2 créditos que representan 40.6%, y en segundo lugar 1 crédito que representa 39.9%.

Tabla N° 4 Análisis bivariado entre género y finalidad del crédito

			3. El crédito otorgado por el BCP tuvo como fin:			Total
			Capital de trabajo	activo fijo	ambos (en distinto tiempo)	
i. ¿Cuál es su sexo?	masculino	Recuento % dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	160 36,4%	159 36,1%	121 27,5%	440 100,0%
	femenino	Recuento % dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	216 50,3%	106 24,7%	107 24,9%	429 100,0%
Total		Recuento % dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	376 43,3%	265 30,5%	228 26,2%	869 100,0%

En la tabla anterior se observa que el 37% de los clientes hombres manifiestan que su crédito fue para activo fijo, y el 50.1% de las clientes mujeres manifiestan que su crédito fue para capital de trabajo. En general la mayoría de los clientes, 42.8%, destinaron su crédito a capital de trabajo.

Tabla N° 5 Análisis bivariado entre género y crecimiento del capital

			4. En porcentaje ¿cuánto aumento su capital? Después del crédito						Total
			10-24%	25-49%	50-74%	75-100%	0%	disminuyó	
i. ¿Cuál es su sexo?	masculino	Recuento % dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	106 24,1%	176 40,0%	99 22,5%	14 3,2%	40 9,1%	5 1,1%	440 100,0%
	femenino	Recuento % dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	102 23,8%	178 41,5%	103 24,0%	9 2,1%	37 8,6%	0 0,0%	429 100,0%
Total		Recuento % dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	208 23,9%	354 40,7%	202 23,2%	23 2,6%	77 8,9%	5 0,6%	869 100,0%

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla anterior se presenta el género de los clientes y el crecimiento de su capital en rangos de porcentaje. En el caso de los clientes hombres, 38 clientes manifestaron que su capital creció entre 25-49%; en el caso de las clientes mujeres, 39 clientes manifestaron que su capital creció entre 25-49%. Y en general la mayoría de los clientes, 77 de ellos manifestaron que su capital creció entre 25-49%.

Tabla N° 6 Análisis bivariado entre género y factores que influyeron en el crecimiento de la actividad

			5. ¿Qué factores influyeron en el crecimiento de su actividad?				Total
			El crédito	prestamos de algún familiar	disminución del precio de los insumos	la actividad no creció	
i. ¿Cuál es su sexo?	masculino	Recuento % dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	384 87,3%	31 7,0%	142 2,7%	13 3,0%	440 100,0%
	femenino	Recuento % dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	328 76,5%	48 11,2%	18 4,2%	35 8,2%	429 100,0%
Total		Recuento % dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	712 81,9%	79 9,1%	30 3,5%	48 5,5%	869 100,0%

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla anterior se presenta el género y los factores que influyeron en el crecimiento de la actividad. El 86.7% de los clientes hombres manifestaron que el factor que influyó en el crecimiento de su actividad fue el crédito. El 75.8% de las clientes mujeres manifestaron que el factor que influyó en el crecimiento de su actividad fue el crédito. En general la mayoría de los clientes, el 81.4% manifestaron que el crecimiento de su actividad debía al crédito.

Tabla N° 7 Análisis bivariado entre género y número de personal contratado antes del crédito

			6. ¿cuál era el número de personal contratado antes del crédito?		Total
			1-3	4-6	
i. ¿Cuál es su sexo?	masculino	Recuento	386	54	440
		% dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	87,7%	12,3%	100,0%
	femenino	Recuento	390	39	429
		% dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	90,9%	9,1%	100,0%
Total		Recuento	776	93	869
		% dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	89,3%	10,7%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla anterior se presenta el género de los clientes y el número de personal contratado antes del crédito. El 88.9% de los clientes hombres manifestaron que tenían entre 1 – 3 personas contratadas. El 92.4% de las clientes mujeres manifestaron que tenían entre 1 – 3 personas contratadas. En general la mayoría manifestó que tenían entre 1 – 3 personas contratadas.

Tabla N° 8 Análisis bivariado entre género y número de personal contratado después del crédito

			7. ¿cuál es el número de personal contratado después del crédito?			Total
			1-3	4-6	7-10	
i. ¿Cuál es su sexo?	masculino	Recuento	333	58	49	440
		% dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	75,7%	13,2%	11,1%	100,0%
	femenino	Recuento	307	81	29	429
		% dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	71,6%	19,2%	6,8%	100,0%
Total		Recuento	640	151	78	869
		% dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	73,6%	17,4%	9,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla anterior se presenta el género de los clientes y el número de personal contratado después del crédito. El 78.3% de los clientes hombres manifestaron que tenían entre 1 – 3 personas contratadas. El 75.1% de las clientes mujeres manifestaron que tenían entre 1 – 3 personas contratadas. En general la mayoría manifestó que tenían entre 1 – 3 personas contratadas, pero es importante notar que se incrementó el rango de personas contratadas, considerando que se tenía el 7.4% de quienes contrataban entre 7-10 personas después de ser aprobado el crédito.

Tabla N° 9 Análisis bivariado entre género y porcentaje de aumento de venta después del crédito

			8. En porcentaje ¿cuánto aumentó su venta?					Total
			Después del crédito					
			1-24%	25-49%	50-74%	75-100%	0%	
i. ¿Cuál es su sexo?	masculino	Recuento	147	163	73	14	43	440
		% dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	33,4%	37,0%	16,6%	3,2%	9,8%	100,0 %
	femenino	Recuento	98	145	135	22	29	429
		% dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	22,8%	33,8%	31,5%	5,1%	6,8%	100,0 %
Total		Recuento	245	308	208	36	72	869
		% dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	28,2%	35,4%	23,9%	4,1%	8,3%	100,0 %

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla anterior se presenta el género y el porcentaje de aumento de venta después del crédito. El 38.4% de los clientes hombres manifiestan que su venta creció entre 25–49%. El 36.6% de las clientes mujeres manifiestan que su venta creció entre 25–49%. Y en general de la mayoría de los clientes su venta creció entre 25 – 49 %.

Tabla N° 10 Análisis bivariado entre género y porcentaje de disminución del precio unitario después del crédito

			9. En porcentaje ¿cuánto disminuyó el costo de producción unitario? Después del crédito						Total
			1-24%	25-49%	50-74%	75-100%	0%	aumentó	
i. ¿Cuál es su sexo?	masculino	Recuento % dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	206 46,8%	68 15,5%	33 7,5%	8 1,8%	121 27,5%	4 0,9%	440 100,0%
	femenino	Recuento % dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	273 63,6%	50 11,7%	17 4,0%	0 0,0%	84 19,6%	5 1,2%	429 100,0%
Total		Recuento % dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	479 55,1%	118 13,6%	50 5,8%	8 0,9%	205 23,6%	9 1,0%	869 100,0%

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla anterior se presenta el género y el porcentaje de disminución del precio unitario después del crédito. El 45.9% de los clientes hombres manifestaron que su precio unitario disminuyó entre 1-24%. El 62.2% de las clientes mujeres manifestaron que su precio unitario disminuyó entre 1-24%. Y en general de la mayoría de los clientes disminuyó su precio unitario entre 1-24%.

Tabla N° 11 Análisis bivariado entre género y porcentaje de aumento de cantidad de producción

			10. En porcentaje ¿cuánto aumentó su cantidad de producción?					Total
			1-24%	25-49%	50-74%	75-100%	0%	
i. ¿Cuál es su sexo?	masculino	Recuento	162	110	73	5	90	440
		% dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	36,8%	25,0%	16,6%	1,1%	20,5%	100,0%
	femenino	Recuento	226	60	74	4	65	429
		% dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	52,7%	14,0%	17,2%	0,9%	15,2%	100,0%
Total		Recuento	388	170	147	9	155	869
		% dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	44,6%	19,6%	16,9%	1,0%	17,8%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla anterior se presenta el género y el porcentaje de aumento de la cantidad de producción. El 36.5% de los clientes hombres manifestaron que su cantidad de producción creció entre 1-24%. El 53.1% clientes mujeres manifestaron que su cantidad de producción creció entre 1-24%. En general los clientes manifestaron que su actividad creció entre 1-24%.

Tabla N° 12 Análisis bivariado entre género y diversificación de producto o servicio

			11. ¿Diversifico su producto o servicio? Después del crédito		Total
			si	no	
i. ¿Cuál es su sexo?	masculino	Recuento	283	157	440
		% dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	64,3%	35,7%	100,0%
	femenino	Recuento	335	94	429
		% dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	78,1%	21,9%	100,0%
Total		Recuento	618	2351	869
		% dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	71,1%	28,9%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla anterior se presenta el género y si diversifico su producto o servicio. El 66.1% de los clientes hombre manifiestan que si diversificaron su producto. El 78.4% de las clientes mujeres manifiestan que si diversificaron su producto. Y en general el 72.3% de los clientes manifiestan que diversificaron su producto.

Tabla N° 13 Análisis bivariado entre género y porcentaje de aumento de ahorro

			12. En porcentaje ¿cuánto aumentó su ahorro?					Total
			Después del crédito					
			1-24%	25-49%	50-74%	0%	disminuyó	
i. ¿Cuál es su sexo?	masculino	Recuento	146	163	91	35	5	440
		% dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	33,2%	37,0%	20,7%	8,0%	1,1%	100,0%
	femenino	Recuento	95	147	127	55	5	429
		% dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	22,1%	34,3%	29,6%	12,8%	1,2%	100,0%
Total		Recuento	241	310	218	90	10	869
		% dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	27,7%	35,7%	25,1%	10,4%	1,2%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla anterior se presenta el género y el porcentaje de aumento de su ahorro. El 37.2% de los clientes hombres manifiestan que en porcentaje su ahorro aumentó entre 25-49%. El 33.9% de las clientes mujeres manifiestan que su ahorro aumentó entre 25-49%. En general la mayoría de los clientes manifiestan que su ahorro aumentó entre 25-49%.

Tabla N° 14 Análisis bivariado entre género y si considera que mejoro su calidad de vida a partir del crédito

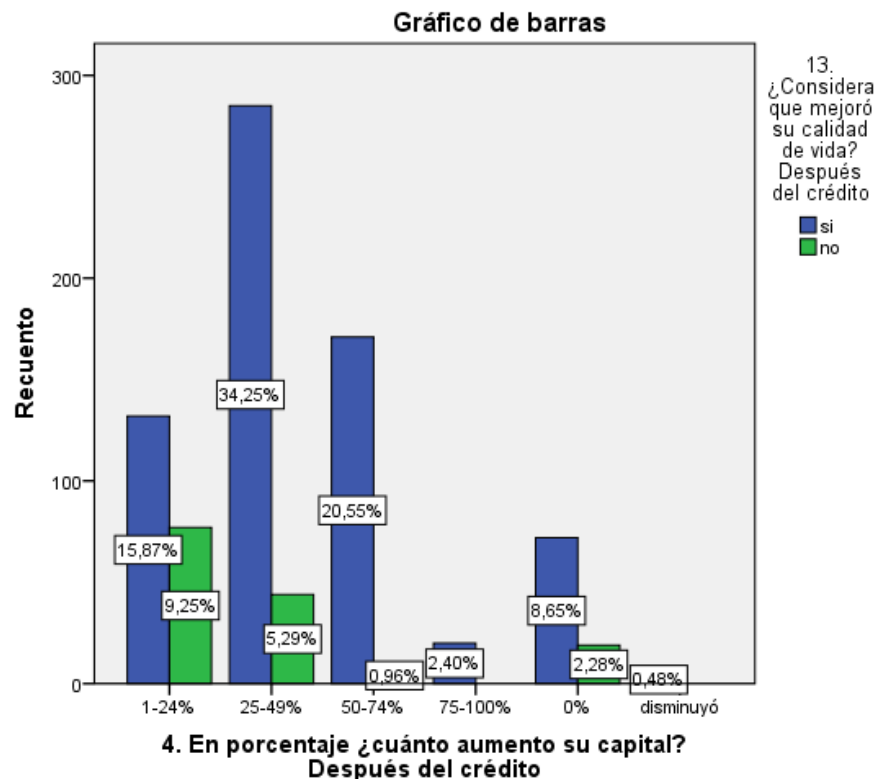
			13. ¿Considera que mejoró su calidad de vida? Después del crédito		Total
			si	no	
i. ¿Cuál es su sexo?	masculino	Recuento % dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	378 85,9%	62 14,1%	440 100,0%
	femenino	Recuento % dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	343 80,0%	86 20,0%	429 100,0%
Total		Recuento % dentro de i. ¿Cuál es su sexo?	721 83,0%	148 17,0%	869 100,0%

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla anterior se presenta el género y si consideran que mejoro su calidad de vida después del crédito. El 86.5% de los clientes hombres consideran que si mejoro su calidad de vida. El 78.6% de las clientes mujeres consideran que si mejoro su calidad de vida. En general la mayoría de los clientes manifiesta que mejoro su calidad de vida.

4.3. Cruce de variables

Gráfico N° 17 Cruce de Variables: aumento de su capital – mejora de la calidad de vida



Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica, se observa la percepción de los clientes en los siguientes resultados: el 15.87% de los encuestados que tuvieron aumento de su capital del 1-24% si consideran que mejoró su calidad de vida; el 34.25% de los encuestados que tuvieron aumento de su capital del 25-49% si consideran que mejoró su calidad de vida; el 20.55% de los encuestados que tuvieron aumento de su capital del 50-74% si consideran que mejoró su calidad de vida; el 2.40% de los encuestados que tuvieron aumento de su capital del 75-100% si consideran que mejoró su calidad de vida; y el 8.65% los encuestados que no tuvieron aumento de su capital (0%) si consideran que mejoró su calidad de vida.

A continuación se presenta la prueba de Pearson:

Tabla N° 15: Prueba Pearson: aumento de su capital – mejora de la calidad de vida

Pruebas de Pearson			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Pearson	83,769 ^a	5	,000
Razón de verosimilitud	86,456	5	,000
Asociación lineal por lineal	23,339	1	,000
N de casos válidos	832		

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se presenta la prueba de Pearson en la cual al 99% de significancia se tiene una asociación del 83.77%.

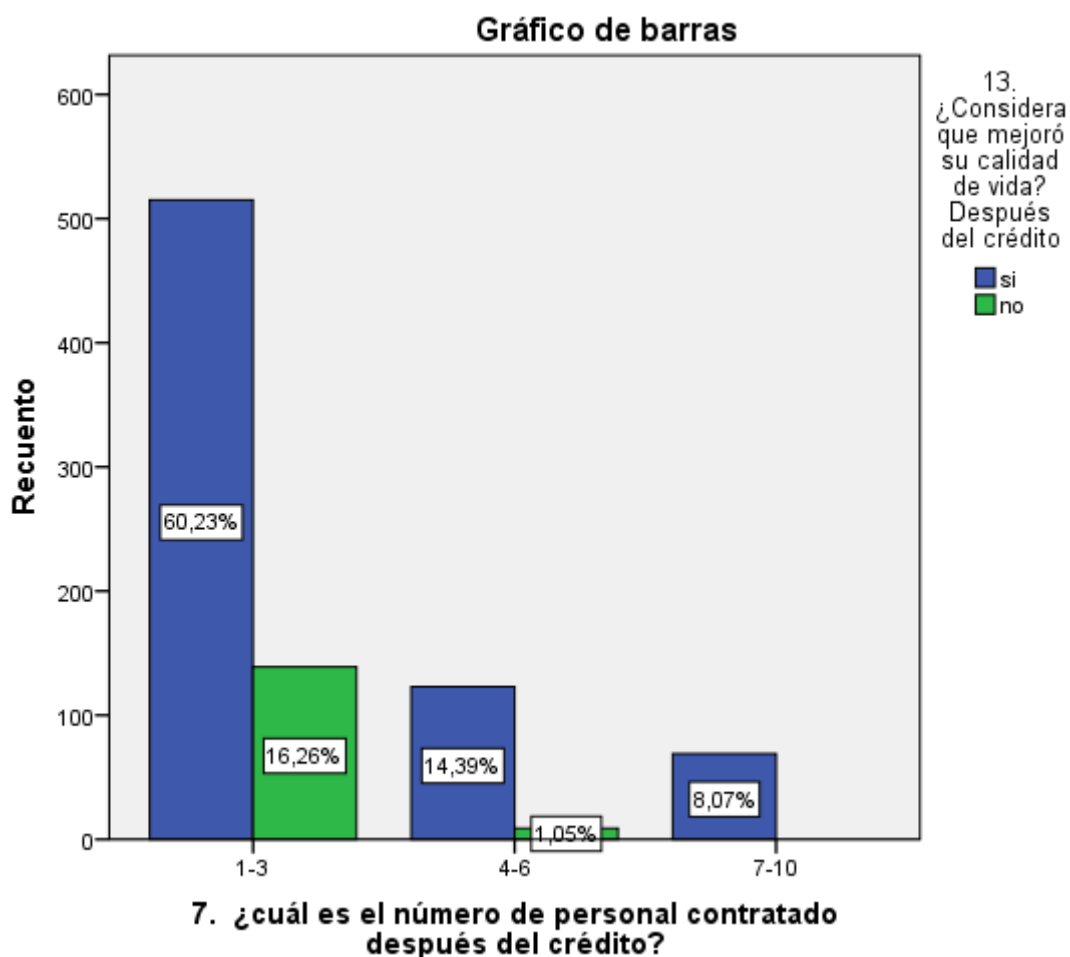
Considerando los anteriores resultados es importante fortalecer la gestión de los clientes, para que el crédito tenga impactos de mejora en su capital y posteriormente esto se traduzca en la mejora de la calidad de vida de los clientes.

Por tanto, “el mejoramiento económico, implica un incremento notable de los ingresos, y de la forma de vida de un individuo en una sociedad, cuando se produce un crecimiento de la clase media, en la que están insertos la mayoría de los sujetos que sostienen el sistema económico - productivo basado en el consumo permanente de bienes y servicios, muchas veces mediante mecanismos de crédito” (Grupo Eumed, 2015)

Al respecto, se puede manifestar que de acuerdo al microcrédito otorgado por la entidad financiera se establece que al aumentar el capital también aumenta la calidad de vida de la persona beneficiaria y de su entorno familiar. Aspecto que se denota “debido al dinamismo de la actividad económica, los créditos otorgados a pequeños, medianos y grandes productores, se logró que la tasa de desocupación en el área urbana del país al

tercer trimestre del año 2019 se reduzca hasta el 4,3%” (Ministerio de Economía y Finanzas Públicas, 2021).

Gráfico N° 18 Cruce de Variables: Número de personal contratado después del crédito – mejora de la calidad de vida



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica anterior, se observa los siguientes resultados: el 60.23% de los encuestados que tuvieron de 1 a 3 personas contratadas si consideran que mejoró su calidad de vida; el 14.39% de los encuestados que tuvieron de 4 a 6 personas contratadas si consideran que

mejoró su calidad de vida; y el 8.07% de los encuestados que tuvieron de 7 a 10 personas contratadas si consideran que mejoró su calidad de vida.

A continuación se presenta la prueba de Pearson:

Tabla N° 16 Prueba Pearson: Número de personal contratado después del crédito – mejora de la calidad de vida

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Pearson	31,702 ^a	2	,000
Razón de verosimilitud	45,570	2	,000
Asociación lineal por lineal	30,791	1	,000
N de casos válidos	855		

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se presenta la prueba de Pearson en la cual al 99% de significancia se tiene una asociación del 31.70%.

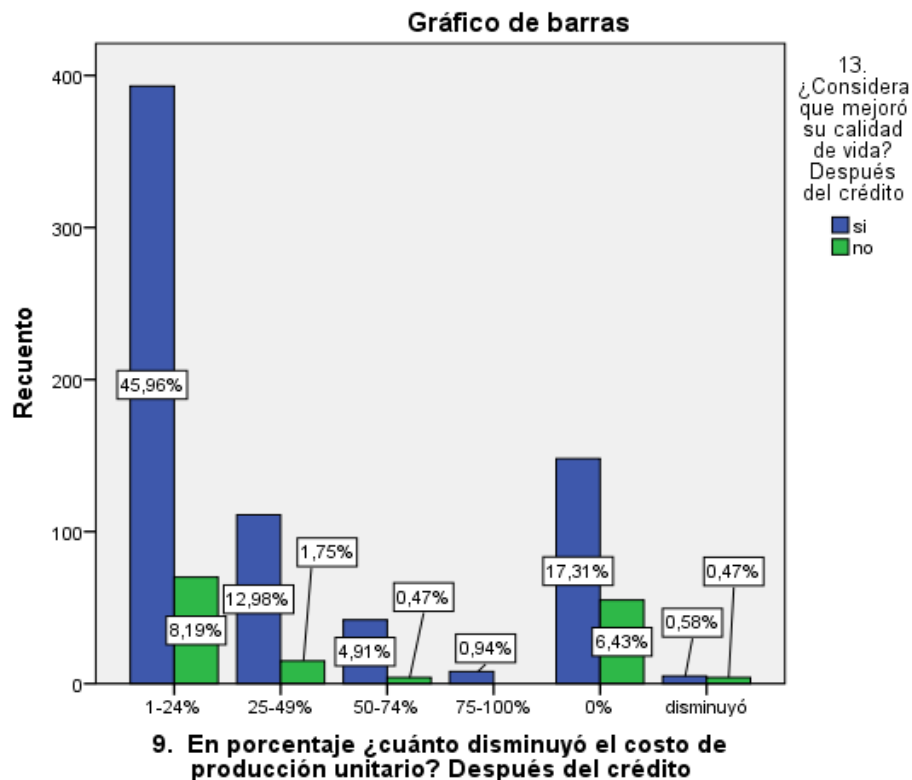
Considerando los anteriores resultados es importante que se fortalezca el crecimiento de la empresa mediante el personal contratado, considerando que el capital humano es quien genera valor agregado a la producción. Así mismo este resultado demuestra que hay crecimiento de personas contratadas a partir del crédito, además que son quienes también consideran que mejoró su calidad de vida.

Al respecto, se denota una semejanza con el estudio de Morales Cristian titulado “La Influencia del microcrédito en el Crecimiento Económico de la ciudad de El Alto del Sector Comercio”, al igual que los datos presentados indica que las personas que adquirieron el microcrédito y lo emplearon para mejorar, ampliar, contratar más personal para hacer crecer el negocio, generalmente mejoraron su calidad de vida de ellos, como de sus familias como factores preponderantes la vivienda y la alimentación que mejoraron con el pasar los años (Morales, 2018), esto responde también a reportes estadísticos que

la ciudad de El Alto si bien no están todos sus problemas resueltos, el micro financiamiento sirve como medio para poder salir adelante.

De acuerdo a Garrón y Villegas (2014) del Banco Central de Bolivia, denotan la importancia del microcrédito mismo que tuvo elementos como la atención a hogares de bajos ingresos así como de pequeños negocios locales. La percepción de banca local que las microfinancieras proyectan a la población, hace posible que los recursos crediticios fluyan hacia los hogares y a microempresas de manera más concreta, que desde los grandes bancos centralizados ubicados en grandes ciudades. En este sentido, con la profundización del microcrédito a nivel regional interno de cada país se establece un fortalecimiento del aparato productivo del territorio, mayores empleos y mejor calidad de vida de la población.

Gráfico N° 19 Cruce de variables: disminución del costo de producción unitario – mejora de la calidad de vida



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica anterior, se observa los siguientes resultados: el 45.96% de los encuestados que tuvieron de 1-24% de disminución del costo unitario, si consideran que mejoró su calidad de vida; el 12.98% de los encuestados que tuvieron de 25-49% de disminución del costo unitario, si consideran que mejoró su calidad de vida; el 4.91% de los encuestados que tuvieron de 50-74% de disminución del costo unitario, si consideran que mejoró su calidad de vida; el 0.94% de los encuestados que tuvieron de 75-100% de disminución del costo unitario si consideran que mejoró su calidad de vida; el 17.31% de los encuestados que no tuvieron disminución del costo unitario, si consideran que mejoró su calidad de vida; y el 0.58% de los encuestados que tuvieron aumento del costo unitario, si consideran que mejoró su calidad de vida.

A continuación se presenta la prueba de Pearson:

Tabla N° 17 Prueba de Pearson: disminución del costo de producción unitario – mejora de la calidad de vida

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Pearson	26,389 ^a	5	,000
Razón de verosimilitud	25,868	5	,000
Asociación lineal por lineal	15,127	1	,000
N de casos válidos	855		

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se presenta la prueba de Pearson en la cual al 99% de significancia se tiene una asociación del 26.39%.

Al respecto por los datos presentados se denota que las empresas que tienen éxito, están en la búsqueda de maneras de aminorar el costo unitario, para ello tienen que tener la capacidad de poder administrar los costos fijos y variables de su producción. Los costos fijos son los gastos de producción normales en que se incurren y que no dependen de la cantidad de unidades producidas (Prieto, 2001).

En este sentido, considerando los anteriores resultados es importante el crédito que se otorga porque se tiene como fin la mejora de calidad de vida, además tiene impacto positivo en el negocio de los clientes porque se tiene disminución del costo unitario, esto puede ser debido al crecimiento a escala.

4.4. Comprobación de la hipótesis

Para la prueba de hipótesis se establece a partir del procedimiento que utiliza SPSS, la cual es la Prueba T para una muestra que contrasta si la media de una población difiere de una constante especificada.

Cuando en la columna de significación (2 colas) recae en menor de 0,5 se rechaza siempre la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, en caso de que sea contrario y sea mayor a 0,5 se acepta la hipótesis nula y se rechaza la alternativa.

Estadísticos para una muestra

	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
MICROCREDITOS PARA CAPITAL FIJO Y ACTIVO FIJO	869	17,23	4,355	,148
ACTIVIDADES ECONÓMICAS SOSTENIBLES	869	5,96	1,613	,055

Prueba de una muestra

	Valor de prueba					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
MICROCREDITOS PARA CAPITAL FIJO Y ACTIVO FIJO	116,670	869	,000	17,235	16,94	17,52
ACTIVIDADES ECONÓMICAS SOSTENIBLES	108,931	869	,000	5,961	5,85	6,07

Se muestra los resultados del contraste de la t de Student con un intervalo de confianza para la diferencia entre el valor observado y el valor teórico (contrastado).

El valor del estadístico de contraste en referencia a la muestra aplicada de 869 clientes de las agencias de estudio del Banco de crédito de Bolivia S.A. en microcréditos para el capital fijo y variable, actividades económicas tiene una probabilidad de 000 estableciendo que es menor a 0,5 lo que demuestra que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa: “Los microcréditos otorgados para capital de trabajo y activo fijo por las agencias Central La Paz, Villa Fátima y San Miguel del Banco de Crédito de Bolivia S.A. influyen de manera positiva en el desarrollo de actividades económicas sostenibles de los clientes”.

Por lo tanto, existe una alta influencia entre las variables de microcréditos otorgados para capital de trabajo y activo fijo con sus dimensiones así como la variable actividades económicas sostenibles de los clientes con sus dimensiones de satisfacción en las condiciones de trabajo y satisfacción en la motivación.

Considerando los resultados obtenidos al más del 95% de significancia se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa con una asociación/ relación fuerte entre las variables.

CAPÍTULO 5

PROPUESTA

La presente sección considera la información descrita en el capítulo anterior, la misma que ayuda con la elaboración de estrategias acorde a los clientes atendidos en el Banco de Crédito de Bolivia S. A.

5.1. Objetivos

- Coadyuvar en la gestión empresarial de las actividades de los clientes a objeto de obtener buenos resultados y se traduzca en mejora de la calidad de vida.
- Difundir los beneficios del crédito.
- Capacitar en tópicos de marketing para el buen resultado de ventas y producción.

5.2. Acciones

5.2.1. Gestión empresarial

La gestión empresarial es importante para las microempresas, porque sin la misma pueden quebrar o fracasar. En efecto la gestión empresarial son medidas y estrategias que buscan mejorar la productividad y competitividad de la empresa.

En cuanto a las acciones por parte de los funcionarios estas pueden ser dirigidas al compartimiento de conocimientos en cuanto a gestión empresarial, en cada visita o seguimiento; las cuales consideren la **planificación** la cual consiste en formulación de metas a corto, mediano y largo plazo; la **coordinación** donde se estructura el tiempo del proceso; la **dirección** orientada a los líderes del trabajo; el **control**, el cual implica la coordinación y el seguimiento del trabajo.

A continuación se presenta un afiche, el cual puede ser usado para ser compartido acerca de la gestión empresarial:

Figura N° 4 Afiche de Gestión Empresarial



Fuente: Elaboración propia.

5.2.2. Difusión de los beneficios del crédito

El beneficio principal del crédito es la mejora de la calidad de vida de los clientes, pero tiene beneficios adicionales complementarios o secundarios, entre los cuales se encuentra la planeación de los gastos, mantención de un registro organizado de los movimientos económicos, generación de un buen historial crediticio que permitirá acceder a mejores préstamos y oportunidades a largo plazo, entre otros.

Esta estrategia puede ser difundida mediante imágenes o videos en su página web o Facebook del Banco de Crédito de Bolivia S. A.

A continuación se presenta una imagen que puede ser incluida en la página web o Facebook:

Figura N° 5 Beneficios del Crédito



Fuente: Elaboración propia.

5.2.3. Capacitación en tópicos de marketing

El marketing es importante en el manejo de empresas, porque el marketing considera las necesidades que pueden satisfacer las empresas, la forma de comunicación de las empresas, las ventas de las empresas y el desarrollo y mejora de los productos.

En ese sentido la estrategia puede considerar la capacitación en tópicos de marketing, la misma que incluye en formar a los clientes, cuando los funcionarios se encuentren con ellos, esto a objeto de potenciar sus actividades, y de esa forma puedan mejorar su calidad de vida.

A continuación se presenta un afiche que puede ser usado para la capacitación en tópicos de marketing:

Figura N° 6 Beneficios del marketing



Fuente: Elaboración propia.

Vemos que el banco mientras más cartera de clientes posea generara mayores ingresos, sin embargo también debe analizar que el cliente posea la capacidad de pago y que este pueda cumplir con las cuotas mencionadas en el plan de pagos.

5.2.4. Clientes

Figura N° 7 Beneficios del microcrédito en microempresas

The slide is titled "Capital de Trabajo y Activo Fijo" and is divided into two sections. The first section, "Crédito Negocios - Capital de Trabajo", lists three purposes: "Comprar materia prima.", "Comprar mercadería.", and "Aumentar tus ventas en épocas festivas.". The second section, "Crédito Negocios - Activo Fijo", lists five purposes: "Comprar maquinaria.", "Adquirir equipos.", "Obtener vehículos destinados a apoyar la actividad de tu negocio.", "Comprar tu local comercial.", and "Refaccionar, ampliar y/o remodelar tu local comercial.", and "Anticréditos para tu local comercial.". To the right of the text is a photograph of a smiling woman wearing a white hairnet and an orange apron, standing in what appears to be a kitchen or food service area.

Fuente: Elaboración Banco de Crédito de Bolivia SA.

Por lo tanto, se puede indicar que el crédito realizado a las empresas genera un beneficio para el cliente, ya que permite mejorar la calidad de vida, ingresar a nuevos mercados,

reducción de costos e incrementar las ventas mismo que generara unas mayores ganancias para el cliente.

5.2.4.1. Beneficios para los clientes de microcréditos

Si bien los créditos permiten el crecimiento de la microempresa por medio del incremento de capital, incremento de insumos, entre otros.

El banco puede ofrecer los siguientes beneficios

- **60 meses para pagar:** El Banco de Crédito de Bolivia S.A., ha diseñado un crédito que se adapta a tus necesidades como microempresario. Comprendemos la importancia de los plazos y hemos buscado facilitar las cosas lo más posible para ti. Elige el plazo que mejor responda a tus circunstancias.
- **Hasta 120 días para cubrir tu primera cuota:** El Banco de Crédito de Bolivia S.A. a diferencia de otras instituciones, en el crédito microempresa (microcrédito) te da período de gracia para que cubras tu primera cuota. También, entendemos que el tiempo es un factor crucial y queremos brindar las condiciones más favorables para tu crecimiento económico.
- **Flexibilidad para elegir fecha de pago.** El cliente puede determinar las fechas de pago para que este no entre en mora, esto se realiza al momento de la elaboración del plan de pagos

CAPÍTULO 6

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

6.1.1. Conclusión General:

A objeto de dar cumplimiento al objetivo general del presente trabajo de investigación se realizó una revisión teórica en la cual se incluyó referencias conceptuales como: el microcrédito, crédito al sector productivo, modalidad de créditos, características del microcrédito, actividades económicas y calidad de vida; posteriormente se realizó una revisión referencial en la cual se incluyó la historia, organización, productos, cartera de microcréditos y tasas de interés de los microcréditos del Banco de Crédito de Bolivia S.A. Consiguientemente se realizó la estructuración del diseño metodológico de la investigación donde se definió la población, el tamaño de muestra y la selección de métodos y técnicas de investigación.

Posteriormente se realizó la estructuración de los resultados, para tener un análisis completo se realizó un análisis univariado, bivariado, cruce de variables, para finalmente validar una hipótesis considerando la guía de trabajo de investigación. En efecto se acepta la hipótesis: **“Los microcréditos otorgados para capital de trabajo y activo fijo por las agencias Central La Paz, Villa Fátima y San Miguel del “Banco de Crédito de Bolivia S.A.” influyen de manera positiva significativamente en el desarrollo de actividades económicas sostenibles de los clientes”**.

Finalmente considerando todos los capítulos del presente trabajo de investigación se definieron las propuestas adecuadas al contexto y a los clientes de microcrédito del Banco de Crédito de Bolivia S.A. Las estrategias consideran la Gestión Empresarial, difusión de los beneficios del crédito, y capacitación en tópicos de marketing.

6.1.2. Conclusión Específica 1:

En cuanto a la situación económica de los clientes del Banco de Crédito de Bolivia S.A. esta fue medida por el capital, número de trabajadores, ventas, producción, costo unitario, y ahorro; en las mencionadas variables se obtuvieron los siguientes resultados:

- De la mayoría de los encuestados aumentó su capital después del crédito, pero del mayor porcentaje respecto al total (41%) su capital aumentó entre 25-49%.
- Antes del crédito de todos los encuestados el número de personal contratado se encontraba entre 1 a 3 personas, no obstante después del crédito esta situación cambió para algunos encuestados es así que considerando el global ya se tenía entre 1 a 10 personas contratadas. No obstante la mayoría de los encuestados tiene de 1 a 3 personas contratadas, pero la situación cambio en proporción, porque antes del crédito se tenía el 89% y después del crédito 74%.
- La mayoría de los encuestados manifestó el crecimiento de sus ventas, solo el 8% manifestó que no creció. En cuanto a la proporción mayor respecto al total se encuentra en el rango de crecimiento de 25-49%, representado el 35% del total.
- En cuanto a la disminución del costo de producción unitaria la mayoría de los encuestados manifestó que si disminuyó, siendo la minoría un 24% que manifiesta que no disminuyó su costo de producción y el 1% que manifiesta que su costo de producción aumentó. El 54% de los encuestados manifiesta que su costo unitario disminuyo de 10-24%, siendo este valor la proporción mayor respecto al total.
- La mayoría de los encuestados manifiesta que su cantidad de producción aumento, solo el 19% manifestó que su cantidad de producción no aumentó. El 55% de los encuestados manifestaron que su cantidad de producción aumentó en 10-24%, siendo este valor el mayor respecto al total.
- La mayoría de los encuestados manifestaron que su ahorro aumentó después del crédito, solo el 18% de los encuestados manifestaron que no aumentó su ahorro. Este indicador es importante porque representa la mejora en la planificación de sus recursos, además que su propensión marginal a consumir disminuyó, todo aquello

resultado al crédito otorgado por el Banco de Crédito de Bolivia S.A. el 20% de los encuestados manifestaron que su ahorro creció entre 25-49%, siendo este valor el mayor respecto al total.

6.1.3. Conclusión Específica 2:

En cuanto a la mejora de calidad de vida después del crédito, la mayoría de ellos considera que hubo mejora, representando el 83% de los encuestados, y solo el 17% de los encuestados considera que no mejoró su calidad de vida después del crédito, no obstante este resultado de la minoría principalmente tiene como motivo a la crisis sanitaria del Covid-19.

En cuanto al aumento del ahorro la mayoría del total de encuestados son del género femenino, representando el 37.2% de clientes mujeres que manifiestan que su ahorro incrementó entre 25-49%.

En cuanto a la mejora de la calidad de vida la mayoría del total de encuestados son del género femenino, representando 86.5% de clientes mujeres que manifiestan que su calidad de vida mejoró.

6.1.4. Conclusión Específica 3:

En cuanto al desarrollo de sus actividades y la mejora de calidad de vida, se encontraron los siguientes resultados:

- Hay una correlación positiva entre el aumento del capital y la mejora de la calidad de vida, producto del crédito, es así que hay una correlación del 83.77% a un 99% de confianza.
- Hay una correlación positiva entre el número de personal contratado después del crédito y mejora de la calidad de vida de 31.70% al 99% de confianza.
- Hay una correlación positiva entre la disminución del costo de producción unitario y mejora de la calidad de vida de 26.39% al 99% de confianza.

6.2. Recomendaciones

6.2.1. Recomendación General:

Se recomienda realizar el análisis en más agencias de Banco de Crédito de Bolivia S.A., a objeto de tener mejores conclusiones en cuanto a la mejora de calidad de vida y desarrollo de las actividades de los clientes.

Además se recomienda la aplicación de las propuestas del presente trabajo de investigación de Gestión Empresarial, difusión de los beneficios del crédito, y capacitación en tópicos de marketing. Las mismas que coadyuvaran en el desarrollo de actividades y mejoramiento de la calidad de vida de los clientes, considerando que las mismas fueron estructuradas conforme al estudio de la situación de los clientes del Banco de Crédito de Bolivia S.A.

6.2.2. Recomendación Específica 1:

Se recomienda el análisis de variables cualitativas las cuales comprende la mejora de la calidad de vida (además de las cuantitativas como el ingreso y ahorro) como ser la educación, salud, acceso a servicios básicos, vivienda y demás.

6.2.3. Recomendación Específica 2:

Se recomienda la concientización de la importancia de la mejora de la calidad de vida, considerando los beneficios que produce en su familia y a nivel macroeconómico coadyuvando con la reducción de la brecha de desigualdad.

6.2.4. Recomendación Específica 3:

Se recomienda la evaluación de las propuestas a objeto de realizar ajustes y mejoras para que sus efectos puedan tener más consecuencias positivas en aspectos como el desarrollo de sus actividades y mejora de su calidad de vida.

BIBLIOGRAFÍA

1. Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero. (s.f.). Recopilación de Normas para Bancos y Entidades Financieras. Título I Colocaciones y Servicios.
2. Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero-ASFI. (2010). asfi.gob.bo. Recuperado el 4 de Agosto de 2020, de <https://appweb.asfi.gob.bo/PaginasPublicas/Paginas/frmGlosario.aspx>
3. Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero-ASFI. (Enero de 2020). www.asfi.gob.bo. Recuperado el 2 de Julio de 2020, de Principales Variables del Sistema Financiero: https://www.asfi.gob.bo/images/INT_FINANCIERA/DOCS/Estad%C3%ADsticas/Indicadores/CifrasMensuales.pdf
4. Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero-ASFI y el Banco Central de Bolivia. (2015). Glosario de Términos Económicos Financieros.
5. Banco de Crédito de Bolivia S.A. (2016). Informe de Responsabilidad Social de Empresarial 2016.
6. Banco de Crédito de Bolivia S.A. (2018). www.bcp.com.bo. Obtenido de <https://www.bcp.com.bo>
7. Banco de Crédito de Bolivia S.A. (2019). www.bcp.com.bo. Recuperado el 1 de Agosto de 2020, de Informe de Responsabilidad Social de Empresarial 2019: <https://www.bcp.com.bo/NuestroBanco>
8. Calderon Salazar, J. (2011). Micro credito Opcion de Desarrollo. Cuenca, Ecuador: Gráficas Hernández Cía. Ltda.
9. Calderon, S. J. (2011). Micro credito Opcion de Desarrollo. Cuenca, Ecuador: Gráficas Hernández Cía. Ltda.
10. Capra, K., Urcullo, G., & Lazo , A. (2015). Sector industrial manufacturero.

11. El Diario. (4 de Abril de 2018). Bolivia, paraíso de pequeños comerciantes. Recuperado el 1 de Agosto de 2020, de m.eldiario.net: <https://m.eldiario.net/index.php?n=24&a=2018&m=04&d=04>
12. Euroinnova. (31 de diciembre de 2020). ¿Qué es la economía sostenible? Obtenido de <https://bo.euroinnova.edu.es/blog/que-es-la-economia-sostenible#iquestqueacute-son-las-actividades-econoacutemicas-sostenibles>
13. Fisher, L., & Navarro, A. (1996). Introducción a la investigación de Mercados. México: McGraw Hill.
14. Fundación para la superación de la pobreza & Goethe Institut. (Marzo de 2005). Microcréditos Contra la Pobreza. Santiago, Chile: Un diálogo interdisciplinario.
15. Garrón, V. I., & Villegas, T. M. (Diciembre de 2014). Influencia del microcrédito en el crecimiento económico: un enfoque regional interno. La Paz: Banco Central de Bolivia.
16. Hernandez. (2006). Metodología de la invetigacion .
17. Hernandez Sampieri, R. (2014). Metodología de la investigación. México.
18. Hernani , W., & Villarroel, P. (2015). Evaluando el impacto de microcréditos en Bolivia evidencia del crédito productivo individual Banco de Desarrollo Productivo. Bolivia.
19. Jimenez, H. (2011). Medición del clima organizacional con un enfoque de género.
20. Lacalle, C. M. (2006). Los Microcréditos: Un Nuevo Instrumento de Financiación para Luchar Contra la Pobreza. Barcelona.
21. ledgerwood. (1999). manual de finanzas una perspectiva institucional y financiera . washington.
22. Martinez, A. (2008). El microcrédito como instrumento para el alivio de la pobreza: Ventajas.

23. Martínez, A. (20 de octubre de 2008). El microcrédito como instrumento para el alivio de la pobreza: Ventajas y limitaciones. Recuperado el 10 de febrero de 2020, de <file:///C:/Users/Invitado/Downloads/1201-Texto%20del%20art%C3%ADculo-3731-1-10-20110405.pdf>
24. Ministro de Economía y Finanzas Públicas. (9 de Julio de 2014). Decreto Supremo N° 2055. Tasas de Interés Mínimas y Máximas. La Paz, Bolivia: Gaceta Oficial del Estado Plurinacional de Bolivia.
25. Peachey, S. (2007). Microfinance Institutions and Financial Access: The Double Bottom Line, in BARR, M., A. KUMAR, R. LITAN.
26. Pérez Serrano, G. (1994). Investigación cualitativa .Retos e interrogantes. España: La Muralla.
27. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2016). Más allá del conflicto, luchas por el bienestar. Informe Nacional de Desarrollo Humano 2015/2016,. Guatemala.
28. Reglamento de Evaluación y Calificación de la Cartera de Créditos. (15 de Noviembre de 2004). Resolución SB 115/2004. La Paz, Bolivia.
29. Superintendencia de Bancos y Entidades Financieras de Bolivia. (s.f.). Recopilación de Normas para Bancos y Entidades Financieras. Título V Cartera de Créditos.
30. Torrez, R., & Tumiri, N. (2000). Incidencia del microcredito en el sector manufacturero micro empresarial de la ciudad de El Alto. Bolivia.
31. Valverde, M. (2011). Calidad laboral .
32. Verdera, F. (2007). Colección CLACSO Coediciones. Serie Análisis Económico no. 24. Obtenido de <http://biblioteca.clacso.edu.ar:> "http://biblioteca.clacso.org.ar/clacso/coediciones/20130829033132/02enfoco.pdf" URL

33. Villarroel, P., & Hernani-Limarino, W. (1 de Marzo de 2015). Evaluando el Impacto de Microcréditos en Bolivia. Working paper .
34. Yujra, C. M. (2018). La Influencia Del Microcrédito En El Crecimiento Económico.
35. Zabaleta, G. (2013). El racionamiento del crédito agropecuario en las Entidades de Intermediación Financiera (Eifs) y su mercado.

ANEXOS

Anexo N° 1 Cronograma

Cronograma

N°	ACTIVIDADES	AÑO 2020							
		SEPTIEMBRE				OCTUBRE			
		s1	s2	s3	s4	s1	s2	s3	s4
	Elaboración del Perfil								
1	Planteamiento y formulación del Problema								
2	Planteamiento de Objetivos, Formulación de Hipótesis y determinación de las variables								
3	Justificación del tema de investigación, alcance								
4	Planteamiento del Marco Conceptual, y Marco Teórico								
5	Planteamiento de la metodología de investigación								

Fuente: Elaboración propia.

Anexo N° 2 Encuesta

ENCUESTA MICROCRÉDITOS

Datos generales

Marque con una "x" su respuesta

i. ¿Cuál es su sexo?	
a) Masculino	
b) Femenino	

ii. ¿Indique al grupo de edad al que pertenece?	
a) 20 a 29 años	
b) 30 a 39 años	
c) 40 a 49 años	
d) 50 a 59 años	
e) Más de 60 años	

ii. ¿A qué sector económico pertenece?	
a) Carpintería	
b) manufacturas	
c) salud	
d) comercio	
e) restaurantes	
f) transporte	
g) otro.....(especifique)	

f) aumentó

10. En porcentaje ¿cuánto aumentó su cantidad de producción?

a) 10-24% b) 25-49% c) 50-74% d) 75-100% e) 0%

f) aumentó

11. ¿Diversifico su producto o servicio? Después del crédito

a) Si b) no

12. En porcentaje ¿cuánto aumentó su ahorro? Después del crédito

a) 10-24% b) 25-49% c) 50-74% d) 75-100% e) 0%

f) disminuyó

13. ¿Considera que mejoró su calidad de vida? Después del crédito

a) Si b) no

¿Por qué?

R.