



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE CUENCA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**EL MANEJO DE LA GESTIÓN DE CRÉDITOS EN LAS MEDIANAS EMPRESAS
EN EL SECTOR DE COMERCIALIZACIÓN DE MATERIALES DE
CONSTRUCCIÓN EN LA CIUDAD DE CUENCA**

Trabajo de titulación previo a la obtención del
título de Licenciada en Administración de Empresas

AUTORA: MARCIA XIMENA MOROCHO SUQUI
TUTOR: ING. DIEGO SANTIAGO ÁLVAREZ PINOS, MBF.

Cuenca - Ecuador
2024

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Marcia Ximena Morocho Suqui con documento de identificación N° 0106824238, manifiesto que:

Soy la autora y responsable del presente trabajo; y, autorizo a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Cuenca, 18 de enero del 2024

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink that reads "Ximena" with a stylized flourish at the end.

Marcia Ximena Morocho Suqui

0106824238

**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, Marcia Ximena Morocho Suqui con documento de identificación N° 0106824238, expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autora del Artículo académico: “El manejo de la gestión de créditos en las medianas empresas en el sector de comercialización de materiales de construcción en la ciudad de Cuenca”, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciada en Administración de Empresas, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Cuenca, 18 de enero del 2024

Atentamente,



Marcia Ximena Morocho Suqui

0106824238

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Diego Santiago Álvarez Pinos con documento de identificación N° 0104033436, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: EL MANEJO DE LA GESTIÓN DE CRÉDITOS EN LAS MEDIANAS EMPRESAS EN EL SECTOR DE COMERCIALIZACIÓN DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN LA CIUDAD DE CUENCA, realizado por Marcia Ximena Morocho Suqui con documento de identificación N° 0106824238, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Artículo académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Cuenca, 18 de enero del 2024

Atentamente,



Ing. Diego Santiago Álvarez Pinos, MBF.

0104033436

El manejo de la gestión de créditos en las medianas empresas en el sector de comercialización de materiales de construcción en la ciudad de Cuenca.

Resumen

El trabajo de investigación realizado, el manejo de la gestión de créditos en las medianas empresas en el sector de comercialización de materiales de construcción tiene el propósito de determinar si existe una buena gestión de créditos. Para lo cual se utilizó el método analítico - sintético ya que es el adecuado en donde permite establecer mentalmente la combinación de las partes previamente analizadas y posibilita descubrir relaciones y características generales entre los elementos de la realidad, principalmente basándose en los enfoques de la gestión de créditos. La investigación tiene como principal objetivo analizar las principales variables de la gestión de créditos como son los procesos para otorgar un crédito, políticas de crédito, las 5 C's del crédito, elementos a considerar para una venta a crédito, procesos para determinar las políticas de crédito. Como caso de estudio se tomó en cuenta la ciudad de Cuenca, se hizo encuestas estructuras donde sus preguntas eran de opción múltiple, así como también de escoger solo una respuesta, las cuales nos ayudan a recabar información de su entorno. Finalmente, de acuerdo con los datos obtenidos de las variables tomando la misma importancia para cada una de ellas, tienen una calificación de 37,60/100; es decir que se debe seguir todos los procesos planteados en esta investigación para obtener mejores resultados y una mejor organización para las empresas.

Abstract

The purpose of the research work carried out, the handling of credit management in medium-sized companies in the construction materials marketing sector, is to determine whether there is a good credit management. For this purpose, the analytical-synthetic method was used, since it is the appropriate one where it allows to mentally establish the combination of the parts previously analyzed and makes it possible to discover relationships and general characteristics among the elements of reality, mainly based on the approaches of credit management. The main objective of the research is to analyze the main variables of credit management such as the processes to grant a credit, credit policies, the 5 C's of credit, elements to consider for a credit sale, processes to determine credit policies. As a case study, the city of Cuenca was taken into account, and surveys were conducted with multiple choice questions, as well as a single answer choice, which help us to gather information about their environment. Finally, according to the data obtained from the variables taking the same importance for each one of them, they have a rating of 37.60/100; that is to say that all the processes proposed in this research should be followed to obtain better results and a better organization for the companies.

Palabras clave

Gestión, Crédito, Comercialización, Empresas, Políticas.

Keywords

Management, Credit, Marketing, Business, Policies.

1.Introducción

Con respecto a la gestión, (Westreicher, 2020) manifiesta que se trata de una serie de procedimientos y acciones que se llevan a cabo para lograr un objetivo específico además la gestión está relacionada principalmente con los negocios e involucra las acciones de las empresas.

Según (Sabogal, 2016) propone pasos a seguir para la gestión de créditos en la que conlleva: *Orientación financiera*: consiste en un plan anticipado en donde los ingresos y gastos esperados de las personas durante un periodo de tiempo. *Evaluación de la voluntad de pago*: Las agencias de crédito pueden medir esta tendencia verificando el historial crediticio de un cliente. *Evaluación de la capacidad de pago*: se basa en los ingresos menos los gastos operativos. *Comité de crédito*: es un elemento en el cual se encarga de la gerencia de riesgos integrante de la organización.

Según (Nuguer, 2018) , Las empresas de los países desarrollados dependen en una gran medida de los préstamos bancarios. Pero para las empresas en los países en desarrollo, especialmente en América Latina, depende de una gran medida de crédito comercial, es decir, el crédito de los proveedores lo que tienen un gran impacto en las decisiones sobre la inflación y en la fijación de precios. Mientras que para (Alviarez, 2018) en los países en desarrollo las empresas dependen de gran medida del crédito comercial porque tienen un acceso más limitado a los mercados crediticios formales, especialmente en el extranjero. Entonces, en lugar de obtener financiamiento principalmente con los bancos, confían más en el crédito del proveedor (compre ahora-pague después) sin interés siempre que los pagos se realicen a tiempo.

Para (Christiansen, 2023) la gestión de créditos de clientes le permite administrar los límites de créditos durante el proceso de registro y el control del flujo de pedidos de venta de acuerdo con sus términos de créditos establecidos.

Según (Peruguachi, Jaramilli, & Flores, 2022) el crédito comercial se utiliza a menudo como herramienta para aumentar las ventas. Por otro lado, las entidades económicas rechazan la idea de vender productos a créditos por los riesgos que implica al momento de hacer este tipo de venta.

Para (BRACHFIELD, 2015) La gestión del crédito de clientes se convierte en un elemento clave de la administración de las empresas. Muchos empresarios han vivido en carne propia que en épocas de crisis no basta con vender y facturar, sino que es primordial que el giro comercial se convierta en *cash* al vencimiento de las facturas.

1.1 La importancia de la gestión de créditos

Para (Pedroza, 2017) la correcta gestión de la política de riesgos se ha convertido en una cuestión de mucha importancia para las empresas ya que es uno de los pilares fundamentales por su impacto transversal en ellas. Pero la reciente crisis económica mundial nos ha enseñado que no eran las políticas correctas tanto en su definición como su aplicación y correcta supervisión. La capacidad tanto de identificar y cuantificar los

riesgos, así como su gestión, es uno de los principales retos dentro de la gestión de las empresas.

Para (Rabines, 2020) la gestión de créditos en las ventas, a todo ejecutivo comercial le ha pasado que quiere liberar algún pedido de algún cliente, sin embargo, este no cuenta con la línea de crédito necesaria, o ha demorado en pagar una factura, o no tiene garantías, entre otros motivos y recibe respuestas como "su pedido no va", "el cliente es de alto riesgo", "requiero que me envíe la documentación para reevaluar al cliente", entre otras. Como respuesta, es por eso que se debe tomar en cuenta tres elementos fundamentales, *la comunicación*: debe existir un diálogo constante entre la empresa y la parte crediticia la cual puede realizarse reuniones semanales o quincenales donde se debe analizar y acordar los objetivos comerciales. *Visitas a clientes por parte de área crediticia*: es muy fundamental que el departamento de crédito y cobranza visite a los clientes para fortalecer la relación y comprender mejor la situación actual de cada uno de ellos. *La búsqueda del objetivo común*: lograr crear mediciones para las áreas de ventas que estén relacionadas con el área de crédito.

El establecer políticas en la gestión de cartera de crédito en una empresa permitirá determinar qué tipo de clientes están en las condiciones económicas necesarias para cumplir con los abonos correspondientes, estas políticas medirán el riesgo por el cual atraviesan sus recursos financieros asignados a los clientes y de la misma manera se analizará el tipo de garantías que se exigirá por el otorgamiento de crédito (Peña, 2016).

Para (Hernández, 2021) una buena gestión comercial requiere de varias tareas y, desde las investigaciones y el análisis del mercado, la planificación hasta los métodos de la distribución.

1.2 Variables de la gestión de créditos

En cuanto a los procesos para otorgar un crédito con confianza las empresas deben seguir los siguientes procesos: *Investigación*: es el conocimiento de la capacidad financiera del cliente para contraer endeudamiento. *Análisis*: es la parte donde se analizan los hábitos de pago del cliente y su capacidad de pago para atender a sus compromisos. *Información del cliente*: Al terminar la investigación y el análisis, si se otorga la línea de crédito, se debe calcular un límite de tolerancia en función de su capacidad de pago a tiempo montos sugeridos (Sarría, 2021)

Por otra parte, las 5 C's del crédito muestran los elementos que deben investigarse para otorgar un crédito, los cuales son: *Carácter*: Historial Crediticio del solicitante para satisfacer sus obligaciones financieras, contractuales y morales, reputación y experiencia de pago. *Capacidad*: Es la disposición del solicitante de pagar una obligación precisa en dinero cuando se adeuda. La información para evaluar es: operación histórica y capacidad de generar flujos de efectivo. *Capital*: Es la solidez financiera del solicitante y se puede medir por su posición como propietario de activos. *Colateral*: Cantidad de activos que el solicitante tiene disponible como garantía de que pagará el crédito. *Factores para considerar*: cuentas alternas de pago, contratación de seguro. *Condiciones*: Términos de pago en función de la situación empresarial actual (Bea-Leyva, 2018).

Según (Brachfield, 2013) una política de créditos consiste en un conjunto de reglas desarrolladas por la gerencia de la empresa, adoptadas por los departamentos involucrados en el proceso comercial, que determinan lo que se debe hacer con respecto al crédito. Este conjunto de reglas permite armonizar y homogenizar las ofertas de créditos a los clientes en base a criterios claros e inequívocos.

Para determinar los procesos de las políticas de crédito se debe considerar los siguientes elementos; establecer los estándares de crédito: se debe decidir cómo se llevará a cabo el proceso de análisis para otorgar crédito a los solicitantes , establecer las condiciones del crédito: es la parte donde se decide acerca de la extensión del período, antes de efectuarse el pago además el establecer la política de Cobranza : consiste en decidir respecto al cobro, las estrategias de cobranza, como, por ejemplo, cartas de cobro, llamadas telefónicas, mensajes de texto, etc. (Sarria, 2021)

2. Materiales y Métodos

Con la presente investigación se utilizó el método analítico - sintético, debido a que éste permite establecer mentalmente la unión o combinación de las partes previamente analizadas y posibilita descubrir relaciones y características generales entre los elementos de la realidad.

Para conseguir describir los enfoques sobre la gestión de créditos en las medianas empresas sobre la descripción de las principales variables se hizo un cuadro resumen detallado a continuación:

Tabla 1: Variables de la gestión de créditos

| VARIABLES | DEFINICIÓN |
|----------------------------------|--|
| Procesos para otorgar un crédito | Son los procesos que se debe tomar en cuenta al momento de otorgar un crédito. |
| Políticas de crédito | Son lineamientos en la que disponen las empresas. |
| Las 5 C's del crédito | Son una combinación de factores, al momento de otorgar el crédito. |
| | |

| | |
|--|---|
| Elementos para considerar para una venta a crédito | Son muy importantes, estos elementos al momento de hacer una venta a crédito. |
| Procesos para determinar las políticas de crédito. | Es fundamental, tener en cuenta estos procesos en el momento, para determinar unas políticas de créditos. |

Elaboración propia

Fuente: (Bea-Leyva, 2018) ; (Sarria, 2021) ; (Brachfield, 2013).

Para conseguir determinar la situación de la gestión de créditos de las medianas empresas dedicadas a la comercialización de materiales de construcción en la ciudad de Cuenca., se tomó la población de las empresas medianas que se dedican a la comercialización de materiales de construcción en la ciudad Cuenca; según la Superintendencia de Compañías, de las 59 empresas registradas, se presenta una encuesta a todas ellas, de las que 42 empresas responden, mientras que 17 no proporcionaron información por considerar información confidencial. Se aplicó una encuesta estructurada considerando principalmente 5 variables que se encuentran detalladas en la tabla 1.

Para las 5 principales variables de la gestión de créditos se determinó dando una puntuación de 20/100 puntos, para cada una de estas variables se tomaron en cuenta las preguntas de la encuestadas realizadas, de las cuales fueron argumentadas por las empresas que se dedican a la comercialización de materiales de construcción de la ciudad de Cuenca.

Para (Silva, 2023) la escala de Likert es una técnica de investigación que utiliza una escala de calificación la cual está compuesta por los siguientes elementos: mala, regular, buena, muy buena, excelente, para conocer el nivel de acuerdo y desacuerdo de las personas sobre un tema.

La escala de Likert es una herramienta muy importante, misma que ayudó a entender de una manera más asertiva la calificación obtenida al final de la investigación.

Tabla 2: Escala de Likert

| | |
|--------|-----------|
| 0-20 | Mala |
| 21-40 | Regular |
| 41-60 | Buena |
| 61-80 | Muy buena |
| 81-100 | Excelente |

Elaboración propia

Fuente: (Silva, 2023)

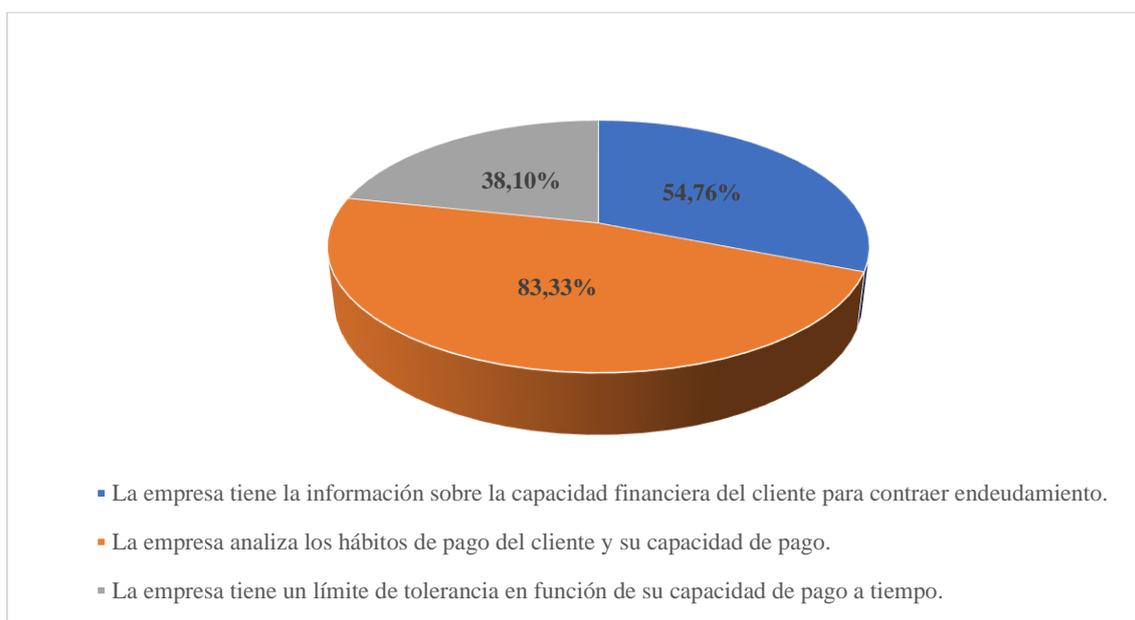
3.Resultados

En la actualidad en la ciudad de Cuenca existen varias empresas que se dedican a la distribución de materiales de construcción, cada una de ellas sostienen diferentes ideologías distintos procesos, elementos, documentación para la gestión de créditos; además se caracterizan todas ellas por sus productos tanto en los precios, calidad y el sistema de entrega a domicilio.

Con respecto a los resultados obtenidos se pudo verificar que las 42 empresas encuestadas que se dedican a la comercialización de materiales de construcción, cada una de ellas mantiene diferente política de crédito, es decir que al momento de realizar una venta pueden pedir a sus clientes un solo documento como también 2 o 3 adicionales, es decir todas tienen una política de crédito.

3.1 Variable 1: Procesos para otorgar un crédito

Figura 1: Componentes para otorgar un crédito



Elaboración propia

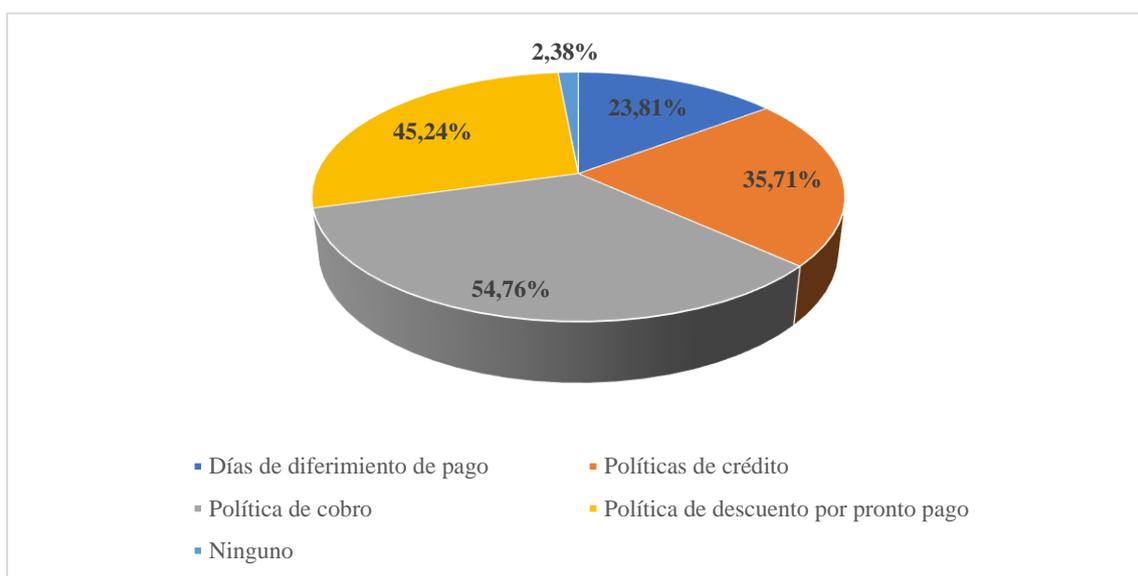
Fuente: Investigación de campo (2023)

Las empresas que se dedican a la comercialización de materiales de construcción, para otorgar un crédito, el 19% de los encuestados (8 empresas) utilizan los 3 elementos completos que propone (Anaya, 2019), mientras que alrededor del 38% de los encuestados toman en cuenta solo 2 elementos y finalmente existe aproximadamente un 43% de empresas que toman en cuenta solo un elemento para conceder créditos.

Cerca del 83% de las empresas del sector de comercialización de materiales de construcción analizan los hábitos de pago de su cliente, así mismo el 54% tienen la información sobre la capacidad para contraer endeudamiento, mientras que el 38% las empresas mantienen un límite de tolerancia de su capacidad de pago.

3.2.1 Variable 2: Políticas de crédito

3.2.2 Figura 2: Tipos de políticas dentro de la gestión de créditos



Elaboración propia

Fuente: Investigación de campo (2023)

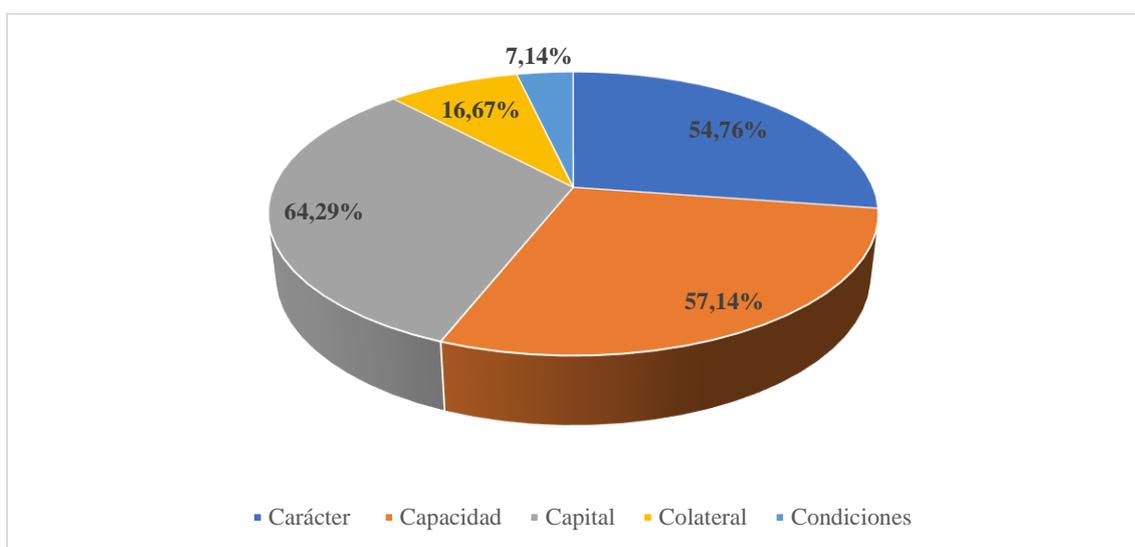
Las empresas que se dedican a la comercialización de materiales de construcción dentro de la gestión de créditos el 2% manejan 4 tipos de políticas en su empresa es decir que la empresa tiene una buena gestión, por otro lado, el 17% mantienen 3 tipos de políticas en sus empresas, así mismo el 29% sujetan 2 tipos de política para las empresas, mientras que el 52% de los encuestados (22 empresas) apenas tienen un solo un tipo de política para la gestión de créditos.

Para las empresas que se dedican a la comercialización de materiales de construcción el 54% tienen políticas de cobros dentro de su empresa, mientras que el 45% mantienen con la política de descuento por pronto pago, y el 35% sostienen con las políticas de crédito,

el 23% solo tienen los días de diferimiento de pago, por último, el 2% no manejan ningún tipo de políticas.

3.3 Variable 3: Las 5 C's del crédito

Figura 3: Factores de 5 C's del crédito



Elaboración propia

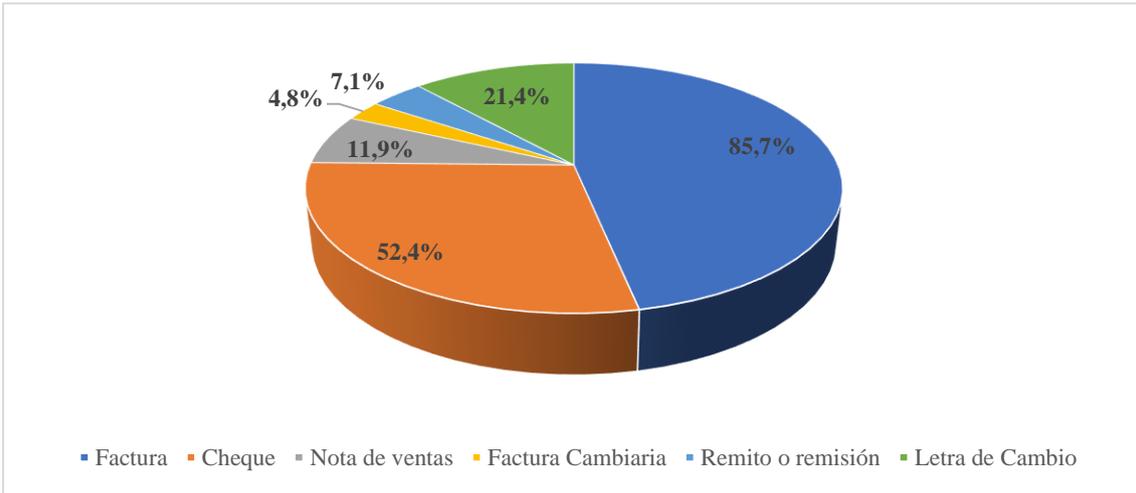
Fuente: Investigación de campo (2023)

Las empresas del sector de comercialización de materiales de construcción, al momento que desean otorgar un crédito las empresas toman en cuenta las principales 5`C; el 24% de los encuestados (10 empresas) contemplan 3 de las 5`C, por otra parte, el 50% (21 empresa) consideran 2, el 26% mantiene con una sola 5`C.

Las empresas que se dedican a la comercialización de materiales de construcción se fijan en las 5`C s, es decir que el 61% toman en cuenta el capital, luego de ello el 57% sostiene la capacidad que tiene sus clientes, del mismo modo el 54% aprecian el carácter, el 16 % se basan en el colateral y el 7% no toman en cuenta las condiciones.

3.4 Variable 4: Elementos para considerar para una venta de crédito

Figura 4: Tipos de documentación para una venta a crédito



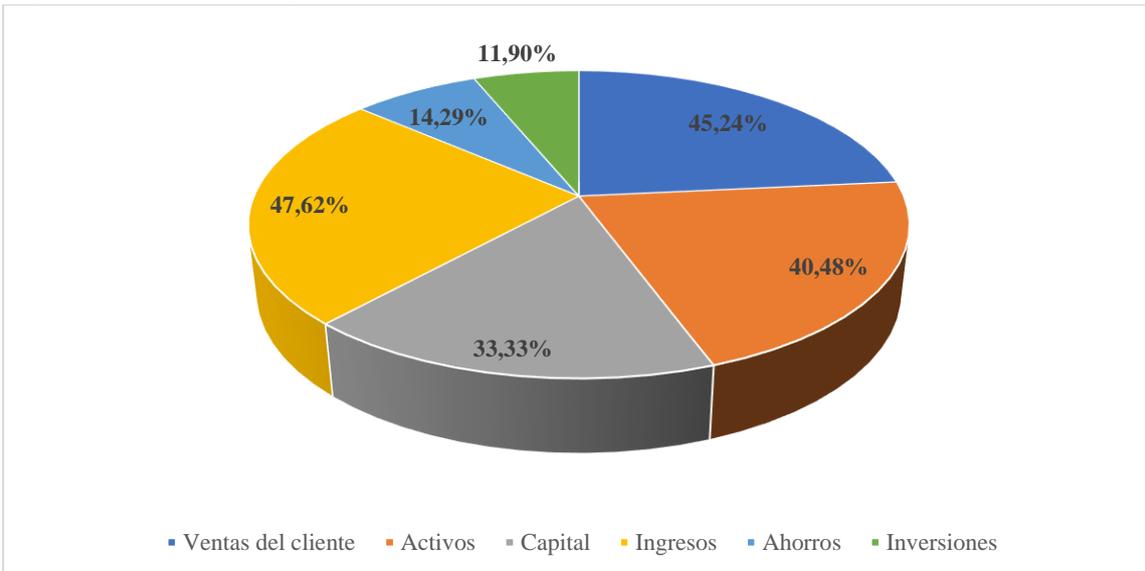
Elaboración propia

Fuente: Investigación de campo (2023)

Las organizaciones del sector de comercialización de materiales de construcción el 40% de los encuestados (17 empresas) tienen un solo tipo de documentación, de la misma forma el 38% (16 empras) consideran 2 tipos de certificación para la venta a crédito, luego el 19% de los entrevistados (8 empresa) emplean 3 factores en su venta de crédito, mientras tanto el 2% (1 empresa) sostiene 4 tipos de documentación.

Alrededor del 85% las empresas que se dedican a la comercialización de materiales de construcción utilizan el tipo de documentación “factura”, el 54% tienen el tipo de documentación “cheque”, así mismo también el 21% usan “la letra de cambio”, el 11% emplean “las notas de ventas”, es muy poco que utilizan “la remisión” es del 7%.

Figura 5: Elementos para establecer sus montos de créditos



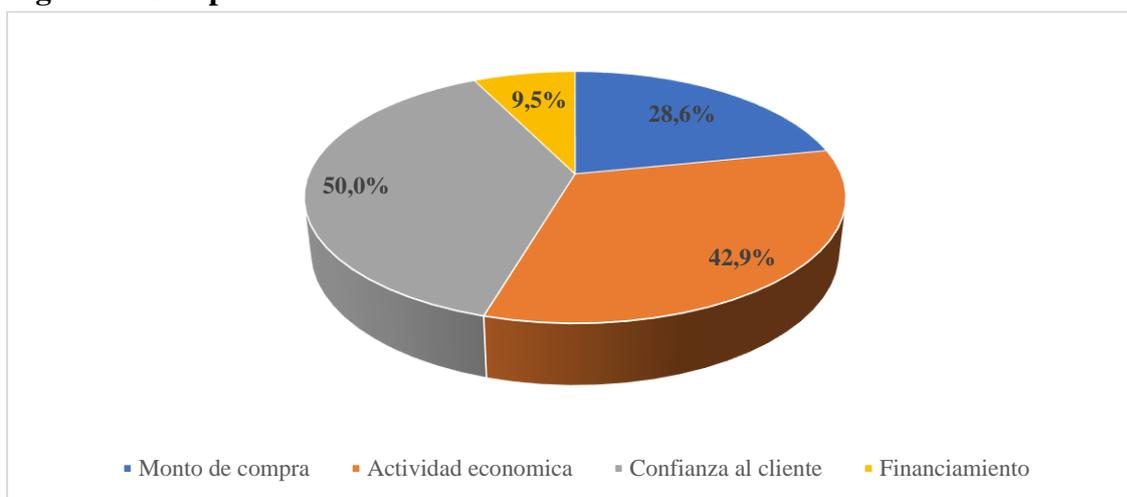
Elaboración propia

Fuente: Investigación de campo (2023)

Las empresas que se dedican a la comercialización de materiales de construcción el 5% de los entrevistados (2 empresas) se basan en 4 elementos para un monto a crédito, del mismo modo el 19 % de los encuestados (8 empresas) consideran 3 componentes al momento del estable los montos, por otra parte, el 45% toma en cuenta 2 aspectos, de igual forma el 31% estiman un solo factor para los montos.

Cerca de 45% las empresas del sector de comercialización de materiales de construcción se basan para establecer sus montos a créditos en las ventas del cliente, así como también en sus ingresos, el 40% se fijan en los activos que poseen, así mismo el 33% se basan en el capital, el 14% en los ahorros de los clientes, y el 11% en las inversiones.

Figura 5: Componentes al momento de establecer los montos máximos de crédito



Elaboración propia

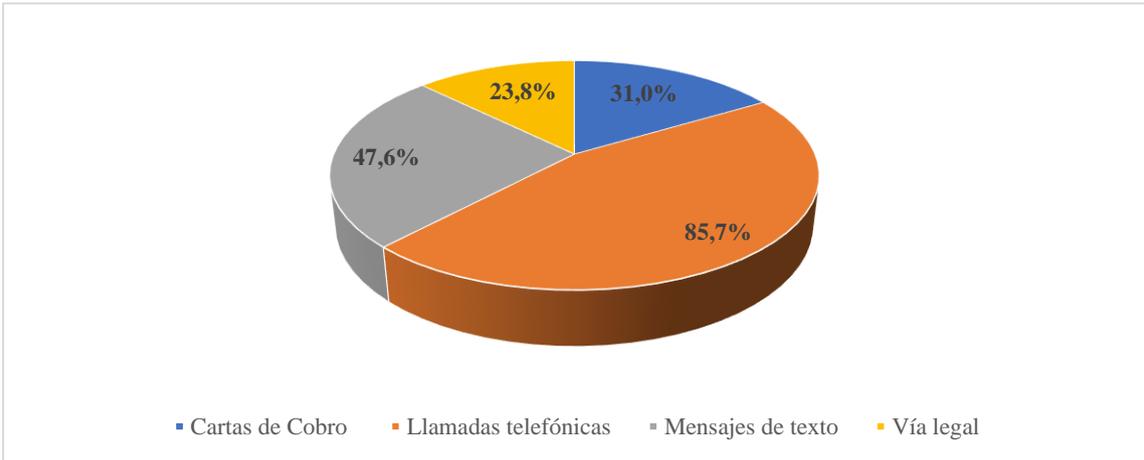
Fuente: Investigación de campo (2023)

En las empresas de sector de la comercialización de materiales de construcción, al momento que se otorga el crédito se basan en elementos, es decir que el 29% de los encuestados (12 empresas) toman en consideración 2 factores, del mismo modo el 71% de los encuestados (30 empresas) tienen la importancia de un solo elemento.

Aproximadamente el 41% de las empresas del sector de comercialización de materiales de construcción, establecen montos máximos para un crédito basándose en la confianza de sus clientes, el 31% se fijan en la actividad económica, mientras que el 28 % determinan en su actividad económica, y el 9% en el financiamiento que tienen con sus clientes.

3.5 Variable 5: Proceso para determinar las políticas de crédito

Figura 6: Estrategias de cobranza



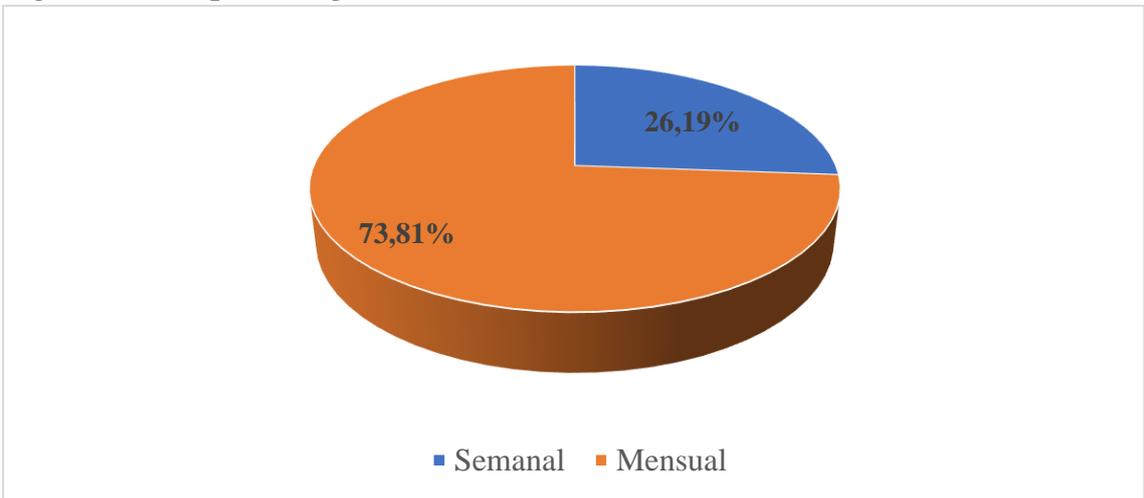
Elaboración propia

Fuente: Investigación de campo (2023)

Con relación a las estrategias de cobranza, las organizaciones, del sector de la comercialización de materiales de construcción el 42 de empresas que fueron encuestadas, el 10% tienen 3 estrategias dentro de su empresa para la cobranza de una venta a crédito, mientras tanto que el 69% mantiene con 2 métodos, del mismo modo el 21% conserva una sola estrategia.

El 85% de las empresas que se dedican a la comercialización de materiales de construcción utilizan estrategias de cobranza, en llamadas telefónicas, el 47% mantiene la estrategia los mensajes de texto, y el 31% usan los correos electrónicos, el 23% toman como vía legal.

Figura 7: Tiempo del seguimiento de los saldos a los clientes

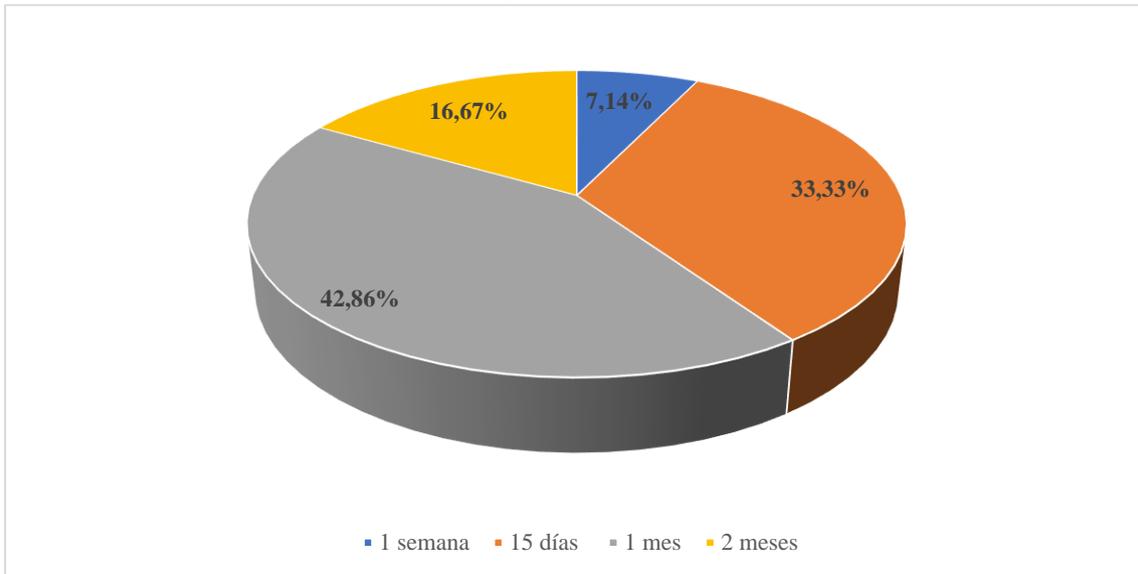


Elaboración propia

Fuente: Investigación de campo (2023)

Para las empresas dedicadas a la comercialización de materiales de construcción el 73% hacen un seguimiento de los saldos a sus clientes mensualmente es decir que dan un tiempo requerido, mientras que el 27% lo hacen semanalmente.

Figura 8: En promedio cada cuanto pagan sus clientes

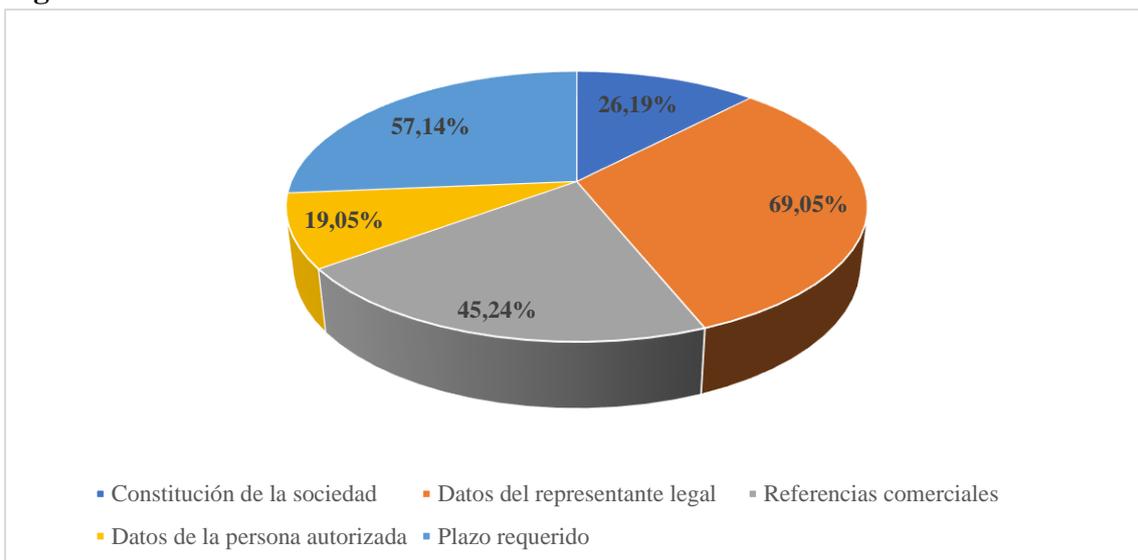


Elaboración propia

Fuente: Investigación de campo (2023)

En el sector de la comercialización de los materiales de construcción, los clientes pagan a las empresas en promedio, mensualmente con el 42%, de la misma forma dentro de 15 días, algunas empresas piden cancelar a sus clientes es del 33%, y el 16% piden a los 2 meses, y la semana es del 7 % que de cumplir la clientela.

Figura 9: Documentación al momento de solicitar una línea de crédito

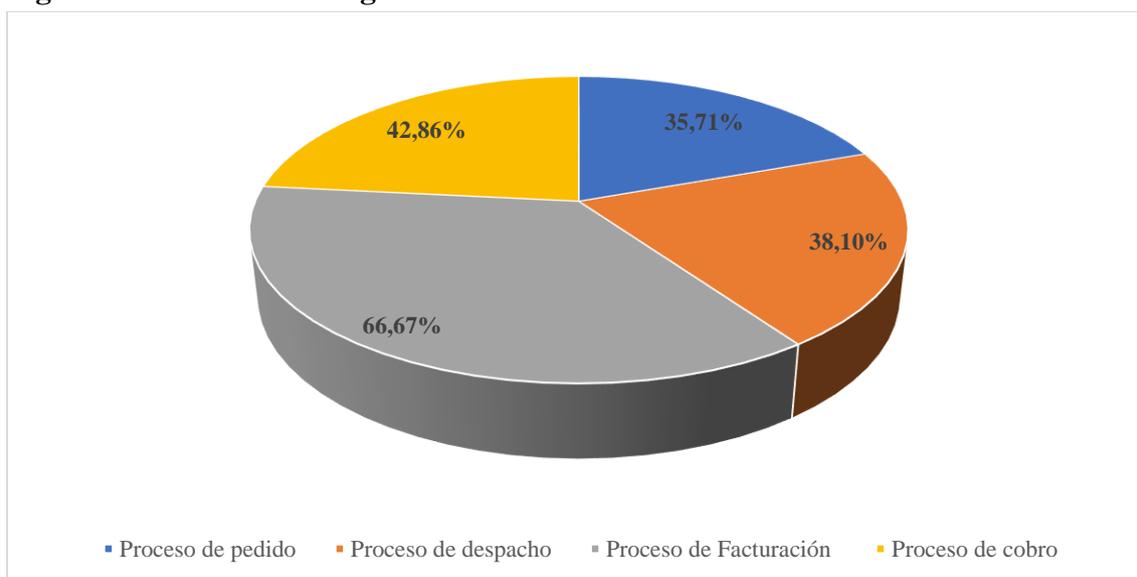


Elaboración propia

Fuente: Investigación de campo (2023)

Al momento de solicitar una línea de créditos, el cliente debe presentar documentos, para las empresas que se dedican a la comercialización de materiales de construcción el 10% de los entrevistados (4 empresas) toman en consideración que se debe presentar 4 tipos de documentación, por otro lado, el 24% solo deben mostrar 3 factores de documentación, el 40% da conocer que debe presentar 2 tipos de documentación, de igual forma el 26% únicamente se dar una sola documentación. Cerca del 69% de las empresas que se dedican a la comercialización de materiales de construcción al momento de solicitar una línea de créditos, deben presentar datos del representante legal, el 57% se basan en los plazos requeridos, mientras que el 45% en las referencias comerciales, y el 26% piden la constitución de la sociedad.

Figura 10: Procesos de la gestión de crédito



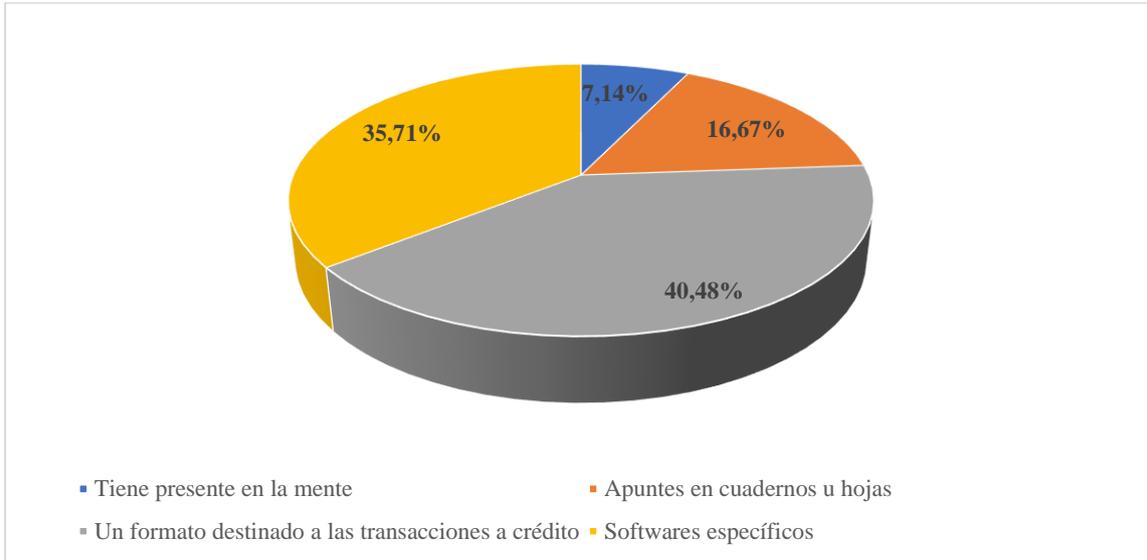
Elaboración propia

Fuente: Investigación de campo (2023)

En las organizaciones del sector de la comercialización de materiales de construcción, manejan procesos para la gestión de créditos que el 5% de los encuestados 2 (empresas) utilizan 4 procesos de créditos, mientras que el 12% solamente tienen 3 procesos, de esta forma el 45% mantienen solo con 2 de elementos, el 38% posee un proceso para la gestión de créditos.

Aproximadamente el 66% de las empresas que se dedican a la comercialización de materiales de construcción, manejan procesos de la gestión de créditos, el proceso de facturación, el 42% el proceso de cobro, de la misma forma el 38% el proceso de despacho, finalmente el 35% el proceso de pedido.

Figura 11: Formas de registrar una venta a crédito

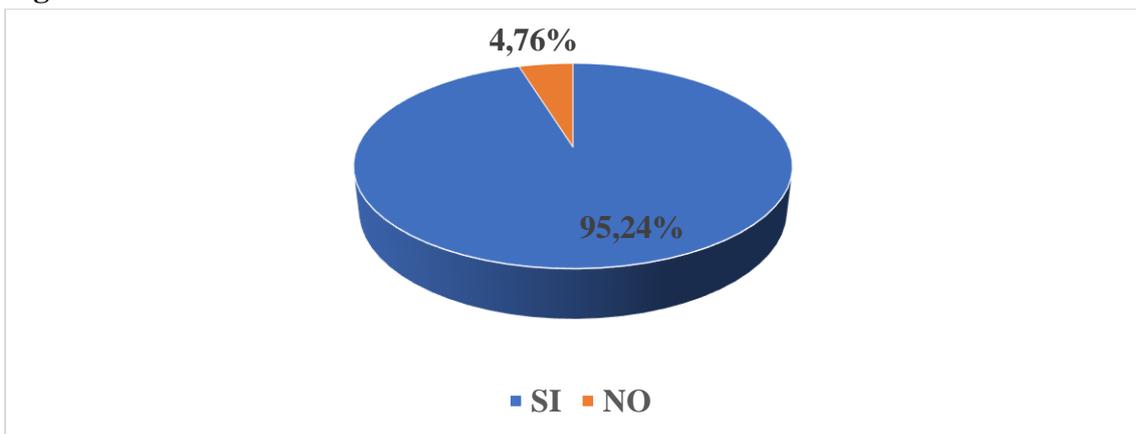


Elaboración propia

Fuente: Investigación de campo (2023)

Las empresas que se dedican a la comercialización de materiales de construcción, para registrar una venta a crédito, toman en cuenta los principales elementos, el 40% registran con un formato destinado a las transacciones a crédito, mientras tanto que el 35% utiliza un software específico, del mismo modo el 16% tiene apuntes en la mente, el 7% tienen presente en la mente.

Figura 12: Control sobre las ventas a crédito



Elaboración propia

Fuente: Investigación de campo (2023)

Las empresas del sector de la comercialización de materiales de construcción tienen personal capacitado para el control de ventas a créditos, es decir que el 95% de los encuestados 40 empresas tienen la persona adecuada para el control, mientras tanto que el 5% de los entrevistados 2 empresas no tiene una persona para un registro de una venta.

4. Conclusión y discusión

La fundamentación teórica ayudó a sintetizar los conceptos básicos y los aspectos relevantes de los enfoques, así como también las variables para una buena gestión de créditos en las empresas del sector de comercialización de materiales de construcción.

Las empresas que se dedican a la comercialización de materiales de construcción en la ciudad de Cuenca, según el autor (Sarria, 2021) deberían, al momento de otorgar un crédito en sus ventas, investigar sobre la capacidad financiera del cliente para contraer endeudamiento, analizar adecuadamente los hábitos y su capacidad de pago de los clientes, controlar el límite de tolerancia en función de su capacidad de pago; sin embargo, lo que se pudo apreciar en este estudio, es que las empresas apenas obtuvieron una calificación de 10,48/20 que equivale a un 52% por lo que no cumple con los requisitos en cuanto a los procesos de control crediticio.

Con respecto a esta investigación se pudo focalizar algunas problemáticas que existen en las empresas dedicadas a la comercialización de materiales de construcción, evidenciando deficiencia en las políticas, mismas que generan instrumentos de control como son: días de diferimiento de pago, políticas de crédito, política de cobro, política de descuento pronto pago, el puntaje que obtuvo es el 4,87/20 siendo esto un valor regular, lo que conlleva a un riesgo para estas empresas por no tener definidas sus políticas.

Las comercializadoras de materiales de construcción no cuentan con el respectivo proceso referente a las 5C's del crédito según (Bea-Leyva, 2018), obteniendo como resultado el 5,13/20 que representa un valor regular, lo cual genera una inestabilidad para alcanzar los objetivos propuestos, por una alta variación de las empresas con respecto a las 5C's.

Las empresas con las que se realizó la investigación no disponen de una adecuada documentación para la venta de sus productos a crédito dando como resultado una calificación del 4,52/20 considerando también que algunas entidades no solicitan la documentación pertinente para el correcto análisis sobre los montos de créditos a establecer.

Con la fundamentación teórica, dentro de los procesos de las políticas de crédito se debe considerar los siguientes elementos: establecer los estándares de crédito; las condiciones de la política de cobranza; las estrategias de cobranza como, por ejemplo, cartas de cobro, llamadas telefónicas y mensajes de texto; en relación a las empresas que fueron indagadas obtuvieron un nivel bueno dando esto como resultado el 12,59/20 tomando en consideración se debe mejorar en el manejo del control de ventas a crédito.

Con los resultados expuestos de la presente investigación se ha podido constatar que las empresas dedicadas a la comercialización de materiales de construcción, las variables que obtuvieron un porcentaje bueno son: *procesos para otorgar un crédito, procesos para determinar las políticas de crédito*, como resultado final se obtuvo una calificación el 37,69/100 aproximadamente el 38 que es la suma de todas las variables obtenidas mencionadas anteriormente.

Bibliografía

- Alvarez, V. (06 de 11 de 2018). *BID Mejorando Vidas*. Obtenido de BID Mejorando Vidas: <https://blogs.iadb.org/ideas-que-cuentan/es/como-la-financiacion-de-las-empresas-afecta-los-precios/>
- Anaya, H. O. (25 de 11 de 2019). *CESA*. Obtenido de CESA: <https://www.cesa.edu.co/news/7-pasos-ineludibles-para-el-otorgamiento-de-credito/>
- Bea-Leyva. (08 de 07 de 2018). *UAM*. Obtenido de UMA: <https://posgrado.uam.edu.ni/gestion-del-credito-empresarial/>
- Brachfield, P. (03 de 08 de 2013). *Credit & Risk Consultants*. Obtenido de Credit & Risk Consultants: <https://perebrachfield.com/blog/riesgos-de-credito/como-establecer-una-politica-de-credito-y-cobro/>
- BRACHFIELD, P. (27 de 05 de 2015). *Món Empresarial* . Obtenido de Món Empresarial : <https://www.monempresarial.com/2015/05/27/la-gestion-del-credito-de-clientes-en-epocas-de-recesion-economica/>
- Christiansen, J. (07 de 03 de 2023). *Dynamics 365 Finance*. Obtenido de Dynamics 365 Finance: <https://learn.microsoft.com/es-es/dynamics365/finance/accounts-receivable/cm-credit-and-collections-overview>
- Cruz, J. A. (11 de 07 de 2011). *Empresa Actual*. Obtenido de Empresa Actual: <https://www.eldirectorfinanciero.com/project/la-gestion-del-credito-a-clientes/>
- DataCrédito. (17 de 09 de 2021). *SALUD FINANCIERA*. Obtenido de <https://www.datacreditoempresas.com.co/blog-datacredito-empresas/cuales-son-los-procesos-para-que-tu-empresa-otorgue-un-credito-con-confianza/>
- Gavilanes, P., & Valeria, E. (03 de 2018). *UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/27384/1/T4211i.pdf>
- González, A. D. (2019). *Gestión Clientes con Bitrix24*. Obtenido de <https://www.gestionar-facil.com/venta-a-credito/>
- Hernández, C. (21 de 02 de 2021). *PRIMAX*. Obtenido de PRIMAX: <https://es.pimex.co/blog/que-es-gestion-comercial/>
- Nuguer, V. (6 de 11 de 2018). *IDEAS QUE CUENTAN*. Obtenido de IDEAS QUE CUENTAN: <https://blogs.iadb.org/ideas-que-cuentan/es/como-la-financiacion-de-las-empresas-afecta-los-precios/>
- Pedroza, J. (15 de 11 de 2017). *Likedin*. Obtenido de Likedin: <https://es.linkedin.com/pulse/la-importancia-de-gesti%C3%B3n-del-riesgo-cr%C3%A9dito-en-las-sarria-pedroza>

- Peña, J. (16 de 07 de 2016). *eldirectorfinanciero.com*. Obtenido de eldirectorfinanciero.com: <https://www.eldirectorfinanciero.com/project/la-gestion-del-credito-a-clientes/>
- Peruguachi, L., Jaramilli, D., & Flores, E. (15 de 10 de 2022). *Revista Espacios*. Obtenido de Revista Espacios: <https://www.revistaespacios.com/a22v43n10/a22v43n10p06.pdf>
- Rabines, R. I. (20 de 05 de 2020). *Likedin*. Obtenido de Likedin: <https://es.linkedin.com/pulse/la-importancia-de-gesti%C3%B3n-cr%C3%A9ditos-en-las-ventas-arbe-rabines>
- Rivas, D. A. (16 de 08 de 2020). *CONTENTLists*. Obtenido de CONTENTLists: [https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2016/riesgo.html#:~:text=La%20Gesti%C3%](https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2016/riesgo.html#:~:text=La%20Gesti%C3%9a)
- Sarria, H. (21 de 08 de 2021). *SALUD FINANCIERA*. Obtenido de SALUD FINANCIERA: <https://www.datacreditoempresas.com.co/blog-datacredito-empresas/cuales-son-los-procesos-para-que-tu-empresa-otorgue-un-credito-con-confianza/>
- Westreicher, G. (1 de 08 de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/gestion.html#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20es%20un%20conjunto,un%20fin%20planteado%20con%20antelaci%C3%B3n>
- Zarate, D. (01 de 03 de 2023). *HubSpot*. Obtenido de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/sales/proceso-administrativo>
- Zúñiga, E. (19 de 07 de 2018). *Todo sobr contabilidad*. Obtenido de Todo sobr contabilidad: <http://tutocontador.blogspot.com/2018/06/gestion-de-creditos-y-cobros.html>
- Silva, Douglas da (18 de 09 de 2023). <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-escala-de-likert/>